



Apresentação dos resultados

Pesquisa sobre o posicionamento das empresas de software brasileiras em relação ao SaaS

Comitê SaaS

- ✓ Tecnicamente o SaaS é diferente de Provisionamento de aplicações como serviço (ASP - Application Service Provisioning) ou qualquer outro modelo de hospedagem de software.

- ✓ Consideramos uma empresa “Pura SaaS” a que possui as seguintes macro características:
 - Não requer instalação específica para um determinado cliente;
 - As configurações para vários clientes são realizadas na mesma instância do software.
 - A arquitetura do software, implantação e operação foram criadas para a máxima eficiência;
 - Para os clientes, a contratação é do serviço não envolve questões de licenciamento outras atividades relacionadas ao funcionamento específico do software;
 - A entrega do software é necessariamente através de um browser ou apps mobile e
 - A empresa é focada na experiência do usuário, na alta escalabilidade e preços agressivos.

- ✓ A pesquisa nos permitiu identificar e caracterizar dois grupos distintos de empresas:

Empresas orientadas ao mercado empresarial, que classificamos como:

Empresarial ASP e

Empresarial SaaS

Empresas orientadas para o mercado de consumo, que classificamos como:

ASP e

Pura SaaS

Resumo e enquadramento da pesquisa sobre o posicionamento das empresas de software brasileiras em relação ao SaaS Comitê SaaS - ABES - 25/09/2015

ID	Resumo de dados da pesquisa	Qtd	%
Z	Total de respostas	184	
O	Abandonos	29	16%
A	Cadastros duplicados	11	6%
B	Cadastros incorretos	8	4%
C	Total de respostas válidas	136	73,9%

Observação:

Dados apurados na data de fechamento 18/09

Prenchimento abandonados logo no início do formulário

Cadastros em duplicidade

Cadastros realizados como teste ou propositadamente errados

Z-(A+B+0)

ID	"Sim", possui uma oferta de Produtos em Saas!	Qtd	%
W	Respostas válidas como "Sim"	101	74,3%
M	Abandonos após o "Sim"	15	15%
F	Respostas válidas após o "Sim"	86	85%
G	Enquadramento da empresas definidas como "Pura SaaS"	6	7%
H	Enquadramento da empresas definidas como "Empresarial SaaS"	9	10%
I	Enquadramento da empresas definidas como "Empresarial ASP"	23	27%
J	Enquadramento da empresas definidas como "ASP"	48	56%

Observação:

Dados apurados na data de fechamento 18/09

M/W

Quantidade de respostas que completaram o "caminho" SIM

Estrutura: 22,23,24,27,30,33,38,41,42

Estrutura: 22,30,33,38,41,42,53

Estrutura: 53

Excludentes: 22,23,24,27,30,33,38,38,41,43

ID	"Não", possui uma oferta de Produtos em Saas!	Qtd	%
Y	Respostas válidas como "Não"	51	38%
K	Abandonos após o "Não"	1	2%
L	Respostas válidas após o "Não"	50	98%

Observação:

Dados apurados na data de fechamento 18/09

K/Y

Quantidade de respostas que completaram o "caminho" NÃO

- ✓ Não existe uma compreensão clara sobre o modelo de negócio SaaS.
- ✓ O principal equívoco, que a pesquisa demonstra e encontramos nas entrevistas qualitativas, é em relação ao conceito:

“Software como serviço (SaaS) para a grande maioria é a forma técnica como foi desenvolvido o produto e não um modelo de negócio”.

O conceito correto para nós é:

A empresa é SaaS e a aplicação foi desenvolvida para nuvem!

Uma empresa que desenvolveu uma aplicação para nuvem não é necessariamente uma empresa SaaS.

- ✓ Nas entrevistas qualitativas, ficou claro também:
 - ✓ Existe um consenso que Software como serviço (SaaS) é um benéfico para os clientes, eles desejam acelerar suas atividades, reduzir custos e focar os esforços da TI no negócio;
 - ✓ A jornada das empresas de softwares para o SaaS é fundamental para a sobrevivência do negócio no futuro e
 - ✓ Existe uma preocupação em como adotar o modelo.

- ✓ Os principais pilares estratégicos que as empresas imaturas para o SaaS mais são deficientes são em ordem de importância:
 - ✓ Gestão estratégica;
 - ✓ Marketing;
 - ✓ Vendas e
 - ✓ Tecnologia (nuvem).

Obrigado!

Lauro de Lauro

lauro@delauro.com.br

br.linkedin.com/in/laurodelauro

- ✓ **42,4%** afirmam que decidiram criar um produto SaaS como uma evolução natural dos produtos existentes e **22,2%** devido a identificação de uma oportunidade (Q16).
- ✓ Sobre o desenvolvimento das aplicações:
 - A grande maioria **87,6%** desenvolveram com equipes próprias (Q37).
 - Não existe uma predominância na criação da arquitetura da aplicação, somente **23,6%** firmam criar em conjunto infraestrutura e aplicações (Q34)
- ✓ Sobre a maturidade tecnológica das aplicações:
 - **56,3%** utilizam uma linguagem de programação / plataforma madura para nuvem (Q22).
 - **71,9%** afirmam que suas aplicações são multi-tenant (Q42)!
- ✓ Sobre a maturidade tecnológica da infraestrutura:
 - **66,3%** utilizam infraestrutura madura para uso para o SaaS (Q33).
 - **67,4%** mantem o custo compatível com o modelo SaaS (Q35).

- ✓ A **pesquisa atingiu 5,0%** (184) empresas do universo das 3.642 de desenvolvimento e produção software listadas no Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências – 2015 da ABES.
- ✓ As 136 **respostas válidas (3,7%)** foram suficiente para gerar um excelente conhecimento sobre o mercado.
- ✓ Para a maioria (74,3%) que definiram "Sim, possuímos uma oferta de Produtos em SaaS", significa ter um produto comercializado através da Internet (Q14)!
- ✓ 74,3% que afirmam possuir uma oferta de produto SaaS, 79,8% existem a mais de 12 meses (Q15)!
- ✓ As empresas "Pura SaaS", 83,3% tem faturamento superior a 70%.
- ✓ Somente 0,44% do universo pesquisado (11,76% das respostas válidas) afirmaram que não estão prevendo uma oferta SaaS (Q63)!

Quadro dos elementos considerados na elaboração da pesquisa e enquadramento das empresas

Item	Elementos considerados	Modelo SaaS
Proposta de valor	Em relação ao fluxo das receitas	A mudança do modelo de negócio de "high-touch" (grande interação humana), alta margem, alto compromisso e baixos volumes de vendas para um modelo de serviço "low-touch" (baixa interação humana) e baixo compromisso conseguido através de alto serviço, baixa margem e alto volume. Acima de tudo, as empresas de SaaS devem manter foco na construção de sua base de clientes e ampliar a rentabilidade, uma vez que os fluxos de pagamentos são consideravelmente menores no início, quando comparado com o modelo de licenciamento tradicional.
	Em relação as atividades	Como buscar novas formas de produzir serviços de alta qualidade mais eficiente e mais rapidado.
	Fluxos de receita, canais de atendimento e segmentos de atuação	Como as empresas criam suas ofertas de serviços, como agregam valor e distintividade aos seus produtos.
Modelo de negócio	Onde mais se enquadra a empresa atualmente	Seu posicionamento de negócio, estrutura e oferta, com o objetivo de classificar como uma empresa: Empresarial ASP Pura ASP Empresarial SaaS Pura SaaS
Marketing	Relação com o consumidor	Para atingir alta qualidade e minimizar os custos, como utilizam a nuvem e qual o grau de automação nos processos ou métodos utilizados na relação com os consumidores.
	Validação do preço, oferta e forma de marketing e vendas	O cuidado com os preços da concorrência, a importância da personalização do produto para atingir o lock-in necessário e os custos de marketing necessários para gerar escala de vendas. Entre os indicadores de desempenho mais importantes para o marketing e vendas no modelo SaaS são os custos de aquisições, tempo de vida e churn e os KPIs para a gestão de relacionamento com clientes.
	Granularidade dos serviços oferecidos	Empresas SaaS prevêem uma composição de serviços bem granular em contraposição aplicações da abordagem ASP.
Gestão	Estrutura de custos	Como foi utilizado o serviço on-line para agregar muitos usuários aproveitando as economias de escala para reduzir custos
	Maturidade em função do mercado atual que atuam	Algumas empresas irão migrar ou migraram para o novo modelo mais rápido do que outras. Os clientes corporativos e os das pequenas e médias empresas tendem a adotar de formas e velocidades diferentes.