

# **E-Zine Sucesso com Software**

## Nesta edição:

1. Editorial
2. Quanto o freelancer deve cobrar?
3. Quando anunciar, das descontos e fazer promoções de software?
4. Banco de dados: Aspectos Legais.

## Editorial

O curso surgiu da necessidade de conteúdo sobre o tema. Durante os 8 anos do E-Zine Grandes Dicas em Delphi, que é uma publicação semanal enviada por e-mail, sempre escrevia algo sobre o tema negócios com software, e por incrível que pareça, sempre que tratava deste assunto recebia mais e-mails dos leitores com dúvidas e agradecimentos, que quando escrevia apenas sobre programação.

Recentemente escrevi um livro, que ainda não foi publicado, sobre como desenvolver cursos multimídia e dediquei um capítulo somente sobre o tema de negócios com software.

O editor gostou tanto deste capítulo que sugeriu um livro somente sobre o tema. E deste trabalho surgiu este curso, que é um DVD de vídeo aulas, com aproximadamente 2 horas de aula e, como não coube todo o conteúdo em um DVD, também há o multimídia interativo complementar com textos e áudios, como este, que complementam o conteúdo do curso. Deixando ele bastante completo.

Neste curso apresento minhas experiências com negócios com software, juntando meus conhecimentos de marketing e propaganda, que é uma de minhas formações acadêmicas e que aplico constantemente em minha empresa e na vida profissional.

Além deste material ainda vamos discutir o assunto em uma lista de discussão com todos os alunos do curso. E você pode estudar em casa, no trabalho, dentro do avião, enfim, quando e onde você quiser.

Se você desenvolve softwares profissionalmente, é um curso indispensável e estamos esperando você para ensinar e discutir os temas deste curso.

É muito fácil comprar e você pode dividir em 3 vezes no cartão de crédito. O que está esperando? Vamos falar de negócios, vencer a concorrência e vender softwares lucrando muito. E o que é melhor: juntos!

E aqui vai a primeira lição do curso: Adquira este treinamento, antes que seus concorrentes adquiram. E saia na frente!

Abraço e fica com Deus e nos vemos na próxima aula.

## 1.) Quanto o freelancer deve cobrar?

Apesar de não ter empresa aberta, o profissional freelancer também tem seus custos de vida e para definir seus preços é preciso conhecer quais são estes custos. Aqui um roteiro de como levantar estes custos.

### Custos mensais

**Faça um levantamento de todos os custos mensais fixos que você tem que pagar: aluguel, telefone, luz, água, mensalidade de algum curso, internet, TV a cabo, etc.**

### Transporte

**Quanto você gasta em média com transporte?**

### Saúde

**Você possui plano de saúde, possui reservas financeiras para eventuais necessidades?**

### Diversão

**Quanto você gasta com diversão? Cinema, bares, boates, namorada, shows, viagem, etc.**

### Economias

**Além de pagar todos seus custos de vida você deve lucrar para fazer economias e gastar com outras coisas de seu interesse. Quanto deseja economizar por mês para seu futuro ou algum plano de médio e longo prazo? Quanto quer ganhar livre além dos custos?**

**O profissional freelancer pode misturar o custo de vida com sua atividade financeira.**

### **Calculando o preço**

**É comum o freelancer cobrar por horas de serviço. Neste caso o cálculo é bem simples: vai somar todos seus custos e quanto deseja de economias.**

**PREÇO = CUSTOS + LUCROS.**

**Vamos supor que seus custos mensais são de R\$ 2.625,00.**

Os custos mensais de nosso freelancer exemplo são de R\$ 2.625,00. Vamos supor que ele deseje ter livre todo mês, mais R\$ 1.000,00, então o total deve ser de R\$ 3.625,00.

Para chegar ao valor de custo da hora de trabalho, de nosso freelancer, ele terá que dividir R\$ 3.625,00 por 160 que seriam 8 horas x 20 dias de trabalho, descontando os finais de semana. O que dá R\$ 22,65 a hora de trabalho.

Mas ainda não chegamos ao valor correto. Imagine que um desenvolvedor crie um software em apenas 40 horas, o que dará R\$ 906,00 o preço de um projeto. Alguns dirão que está muito barato, e está mesmo. Ainda há outros fatores a se acrescentar nas horas de trabalho.

## **Perguntas que não querem se calar:**

- ✎ Porque um desenvolvedor iniciante, com os mesmos custos que eu que já sou experiente e posso desenvolver muito mais rápido, tem o mesmo preço de hora de trabalho?
- ✎ Eu posso reutilizar muitos códigos que já tenho pronto e vou gastar muito menos tempo que alguém que não os tem, posso cobrar mais caro à hora de trabalho?
- ✎ Até que ponto sai mais barato para o cliente contratar alguém com mais experiência, porém mais caro à hora de trabalho, que alguém sem muita experiência com a hora de trabalho mais econômica?
- ✎ E quando não tiver muitos serviços suficientes para cobrir toda a carga de horário, como faço para chegar a este objetivo final de custo + lucro?

**Fazendo estas perguntas percebemos o quanto injusto é este sistema inicial de cálculo de preço de hora de trabalho. É por estes motivos que devemos acrescentar alguns fatores ao cálculo final de horas de trabalho, são eles:**

### ✎ Fator experiência

**Quanto tempo e investimento você levou para desenvolver um tipo de trabalho? Quanto tempo você levou para desenvolver com maior facilidade consequentemente maior velocidade e sem erros? Para cada ano de experiência acrescente em média de 3% sobre o valor de sua hora de trabalho.**

### ✎ Fator Cliente

**Qual o tamanho de seu cliente? Vai exigir muito de você o tamanho de seu cliente? Quanto maior a empresa, maior terá que ser sua dedicação, seu suporte, seu tempo, sua qualidade na prestação de serviço. São diferentes de uma empresa pequena que tem menos movimento, menos funcionários, menos pessoas exigindo de você, por isso, dependendo do tamanho do cliente, acrescente uma média 10 a 30% o valor de sua hora de trabalho.**

### ✎ Fator Criatividade





**Muitas vezes o cliente não sabe exatamente o que quer. Muitos profissionais são analistas de sistemas e analisam todo o negócio do cliente oferecendo soluções para seus problemas, detectando problemas que muitas vezes o proprietário nem imagina que possui. É um mix de fator experiência. Se o profissional já possui este fator com os anos de experiência, acrescente em média mais 20 a 40%.**

## Fator desconto

Os clientes sempre pedirão desconto. É fato. Acrescente entre 10 a 20% para este fator.

Então vamos aos cálculos finais:

Com base nos R\$ 22,65 iniciais, vamos pegar todos os fatores mencionados:

-  Fator Experiência: 06 anos de experiência vezes 3% = 18%.
-  Fator Empresa: Supondo que seja uma pequena empresa = 20%.
-  Fator Criatividade: Se junta a experiência com soluções sugeridas = 20%.
-  Fator Desconto: 25%.

**Total do preço da hora de trabalho:** R\$ 48,10 a hora de trabalho.

**Atenção:** Foram acrescentados 25% no fator desconto para dar um desconto de 15% real.

Portanto um serviço de 40 horas de trabalho seria o equivalente à R\$ 1.924,00.

É por isso que muitas empresas de grandes centros costumam contratar freelancer de cidades pequenas onde o custo de vida das pessoas é bem menor. Daí a variação de preços entre profissionais.

Em outra parte do livro vamos mostrar como vender seus softwares e serviços. O profissional freelancer deve vender sempre a sua experiência e mostrar seus outros trabalhos. Lembrando que nunca deve dar descontos que comprometem os seus custos de vida, se for dar desconto, dê descontos que comprometem apenas seus lucros.

## 2.) Quando anunciar, dar descontos e fazer promoções com software?

Você que acompanha o curso sabe que não aconselho a concorrer no mercado com preços baixos. É uma briga que não vale a pena. No capítulo "Estratégias e Programas de Preços" vimos que o preço é o último fator a ser levado em consideração para concorrer no mercado e atrair novos clientes. Muitos empresários de software dão descontos por vários motivos. Alguns para honrar compromissos, outros para vencer a concorrência e assim há vários motivos para o desconto e promoções.

Para fazer promoções e dar descontos, porém, é preciso racionalizar bem antes de fazer. É preciso analisar o mercado em seus mais diversos aspectos. Aqui vão algumas dicas de quando fazer uma promoção ou dar descontos de forma racional.

Observe as datas de maior venda de seu público alvo.

Se for um software voltado ao comércio, por exemplo, os melhores períodos do comércio são: Dia das mães, dia dos pais, dia dos namorados, dia das crianças e natal. Sendo que o dia das mães é mais lucrativo que o natal. Nestes períodos de alta venda do comércio não faça promoções e não anuncie porque são períodos que os comerciantes estão focados nestas datas. Logo após estas datas comemorativas é bom anunciar, mas não dar descontos, já que é um período em que há dinheiro disponível para investir no negócio.

Tendo esta análise do mercado já sabemos quando não dar descontos e anunciar.

Agora, e quando oferecer descontos e fazer promoções?

Em períodos de baixas vendas do setor que você atende, de preferência, dois meses antes de uma data boa, não podendo passar de um mês o tempo da promoção ou do desconto. Nestes períodos de baixa venda do setor que atende, não faça muita publicidade, dê preferência e foco em publicidade nos períodos em que os setores que atende tiverem dinheiro em caixa.

Os mandamentos do desconto

- Não oferecerás descontos só porque todos os outros o fazem.
- Serás criativo com teus descontos.
- Darás descontos para limpar estoque ou para gerar novos negócios.
- Estabelecerás limite de tempo para o negócio.
- Assegurarás que o cliente final ganhe o negócio.
- Deverás dar desconto apenas para sobreviver em um mercado maduro.
- Suspenderás os descontos assim que possível.

### 3.) Banco de dados: Aspectos Legais

É comum empresas e desenvolvedores de software ao retirar os softwares de um cliente, ou na opção de desinstalação do software remover o banco de dados. Assim como o software, o banco de dados é protegido pela lei de direitos autorais, porém com uma diferença de propriedade. Apesar do software, inclusive a estruturação do banco de dados, serem propriedade do desenvolvedor ou empresa de software, os conteúdos armazenados nestes bancos de dados são de propriedade dos usuários destes softwares. Por serem eles que alimentam estes bancos de dados.

É por este motivo que quando se desinstala, por exemplo, o editor de textos da Microsoft, o Word, os documentos criados pelos usuários são mantidos. O empresário de software tem que ter isso em mente ao retirar um software de seus clientes ou no processo de desinstalação do software. Deverá manter uma cópia ou do banco de dados com todos os dados inseridos pelo cliente ou exportar os dados inseridos para outros formatos, mantendo o seu conteúdo no computador do cliente. Além de serem protegidos pela lei de direitos autorais, a violação deste conteúdo é também uma questão moral e muitas vezes financeira.

[www.sucesso.com/software.com.br](http://www.sucesso.com/software.com.br)