

KPIs SaaS						
GRUPO	KPI	PRÉ-SEED	SEED	SERIES A	UNIDADE	FÓRMULA DE CÁLCULO
Financeiro	MRR - Monthly Recurring Revenue	•	•	•	R\$	Receita Bruta Mensal (Notas Fiscais emitidas)
	MRR por produto/serviço		•	•	R\$	Receita Bruta Mensal por produto ou serviço
	OPEX - Operational Spending	•	•	•	R\$	Despesa Operacional
	OPEX por tipo de despesa	•	•	•	R\$	Despesa Operacional por tipo
	COGS - Cost of Goods Sold	•	•	•	R\$	Custo Operacional
	COGS por tipo de custo	•	•	•	R\$	Custo Operacional por tipo
	Net Cash Burn	•	•	•	R\$	Posição de caixa no final do mês - posição de caixa no início do mês
	Dívida Líquida Total		•	•	R\$	(dívida de curto prazo + dívida de longo prazo) - caixa e equivalentes
	Runway	•	•	•	Meses	Média trimestral da posição de caixa no final do mês / Média trimestral do Net Cash Burn
	Margem Bruta	•	•	•	%	(Receita Líquida - COGS) / Receita Líquida
	Margem Ebitda			•	%	(Receita Líquida - COGS - OPEX + Depreciação + Amortização) / Receita Líquida
	Liquidez Corrente		•	•	#	Ativo Circulante / Passivo Circulante
	Endividamento			•	#	Passivo Total / Ativo Total
	Capital de Giro		•	•	R\$	Ativo Circulante - Passivo Circulante
	Cash Burn Ajustado			•	R\$	Net Cash Burn - Despesas com Empréstimos & Financiamentos - Aportes de Capital
	Burn Multiple		•	•	#	Net Cash Burn / (Receita Período Atual - Receita Período Anterior)
	Margem de Contribuição Unitária			•	%	(Receita por Cliente - Custo Variável por Cliente) / Receita por Cliente
	Rule of 40			•	%	Taxa de Crescimento Mensal (%) + Margem EBITDA (%)
	NRR - Net Revenue Retention			•	%	(Receita Base + Expansão - Churn de Receita) / Receita Base
	Gross Churn de Receita			•	%	Receita Perdida (downsells + cancelamentos) / Receita Base
	% Receita Recorrente			•	%	Receita Recorrente / Receita Total
	Headcount Efficiency			•	R\$	Receita Líquida / Número de Colaboradores
	Operating Leverage			•	%	Crescimento de Revenue % - Crescimento de Opex %
	CSS - Cash Conversion Score			•	#	(Caixa no Fim do Período - Caixa no Início do Período + Lucro Operacional) / Receita Líquida
Vendas	Clientes Ativos	•	•	•	#	Número de clientes ativos
	ARPU - Average Revenue per User	•	•	•	R\$	Receita Bruta Mensal / número de clientes ativos
	ARPU por produto/serviço		•	•	R\$	Receita Bruta Mensal / número de clientes ativos, por produto/serviço
	CAC - Client Acquisition Cost	•	•	•	R\$	Soma das despesas com marketing e vendas
	LTV - Life Time Value Pré-Seed	•			R\$	ARPU Mensal x Média de Meses de Retenção
	LTV - Life Time Value Pós-Seed		•		R\$	(ARPU Mensal * Margem Contribuição) * Média de Meses de Retenção
	LTV Real Cohort			•	R\$	(SOMA (Receita Mensal Cohort Cliente * Margem Líquida)) / (1 + Taxa de Desconto) * Meses
	LTV / CAC	•	•	•	#	LTV / CAC
	Churn Rate	•	•	•	%	(Clientes no início do período - Clientes ativos no final) / Clientes no início
	MoM Growth		•	•	%	(Receita do Mês Atual - Receita do Mês Anterior) / Receita do Mês Anterior
	Taxa de Conversão Lead -> Cliente		•	•	%	Clientes Novos / Leads Qualificados
	Sales Cycle		•	•	Dias	MÉDIA (Data de Fechamento da Venda - Data de Entrada do Lead)
	Receita via Upsell / Cross-sell		•	•	%	(Receita Upsell + Receita Cross-sell) / Receita Total
	Churn de Clientes Recém-Adquiridos (<90 dias)		•	•	%	Clientes_Perdidos_90d / Clientes_Adquiridos
	Logo Retention			•	%	Clientes Ativos / Clientes Iniciais
	Sales Efficiency / Magic Number			•	%	(Receita Nova - Churn de Receita) * 4 / Custo Comercial no Trimestre
	Pipeline Coverage Ratio			•	%	Valor do Pipeline Qualificado / Meta de Vendas (>3)
	Win Rate por Canal / SDR / Closer			•	%	Propostas Fechadas / Propostas Enviadas
	Expansion x New Sales			•	%	Receita de Expansão / Receita Total
	ACV Expandido (Ticket Médio de Expansão)			•	%	Receita de Expansão / Novos Clientes Expandidos
Marketing	Lead Cost	•	•	•	R\$	Despesa com marketing / número de leads gerados no período
	Tempo de Conversão	•	•	•	Dias	Média de dias entre a geração do lead e primeira compra
	Taxa de Conversão Lead -> Cliente	•	•	•	%	Clientes Novos / Leads Qualificados
	CPC por Canal		•	•	R\$	Investimento em Ads / Cliques
	ROAS Inicial por Campanha		•	•	%	Receita Atribuída ao Canal / Investimento em Ads
	Receita Orgânica vs. Paga		•	•	%	Receita Orgânica / Receita Total
	Tempo Médio Lead -> Conversão		•	•	Dias	MÉDIA (Data Compra - Data Lead)
	MER - Marketing Efficiency Ratio			•	%	Receita Total / Gasto Total com Marketing
	Customer Referral rate			•	%	Clientes via Indicação / Clientes Totais
	Marketing Qualified Revenue			•	%	Receita Inbound Orgânica / Receita Total