

KPIs EdTech						
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 Turma/Cohort		•	•	R\$	Receita Bruta Mensal por Turma/Cohort
	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
	Custo de Conteúdo por Aluno Ativo	•	•		R\$	Custo de Conteúdo / Número de Alunos Ativos
	Custo do Professor/Hora/Aluno		•	•	R\$	Custo por Hora por Professor / Alunos Presentes
	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 Bruta Educacional	•	•	•	%	(Receita Líquida - Custo Pedagógico) / 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	Alunos Ativos	•	•	•	#	Número de alunos ativos
	ARPU - Average Revenue per User	•	•	•	R\$	Receita Bruta Mensal / número de alunos ativos
	ARPU por Turma/Curso		•	•	R\$	Receita Bruta Mensal / número de alunos ativos, por turma/corso
	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	•	•	•	%	(Alunos no início do período - Alunos ativos no final) / Alunos no início do período
	Churn Pedagógico	•	•		%	Abandono Precoce / Alunos Matriculados
	MoM Growth		•	•	%	(Receita do Mês Atual - Receita do Mês Anterior) / Receita do Mês Anterior
	Taxa de Conversão Lead -> Matrícula		•	•	%	Novas Matrículas / Leads Qualificados
	Sales Cycle		•	•	Dias	MÉDIA (Data de Fechamento da Venda - Data de Entrada do Lead)
	Taxa de Conclusão de Curso	•	•	•	%	Alunos Certificados / Alunos Matriculados
	Upsell de Jornada (segunda trilha comprada)		•	•	%	Alunos Upsell / Base de Alunos Ativa
	Churn de Alunos Recém-Adquiridos (<90 dias)		•	•	%	Alunos Perdidos em 90 dias / Alunos Adquiridos
	Frequência Média de Acessos por Semana		•	•	%	Acessos a Plataforma / Alunos Matriculados
	Logo Retention			•	%	Alunos Ativos / Alunos 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 (x3)
	Win Rate por Canal / SDR / Closer			•	%	Matrículas / Propostas Enviadas
	Expansion x New Sales			•	%	Receita de Expansão / Receita Total
	ACV Expandido (Ticket Médio de Expansão)			•	%	Receita de Expansão / Novos Alunos 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
	CPL Educacional		•	•	R\$	Investimento em Marketing / Leads Qualificados
	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			•	%	Alunos via Indicação / Alunos Totais
	Marketing Qualified Revenue			•	%	Receita Inbound Orgânica / Receita Total