

CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL



GUIA PRÁTICO



ÍNDICE

- 1 INTRODUÇÃO 04
 - 2 TIPOS DE INVESTIDORES DE CAPITAL DE RISCO 07
 - 3 CONTACTO COM INVESTIDORES 19
 - 4 FINTECHS – PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING 00
- REFERÊNCIAS 38
- ANEXOS 39



GUIA PRÁTICO

CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL



Projecto Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL



1

INTRODUÇÃO

A medida que os governos em todo o mundo continuam a lidar com perspectivas económicas incertas e desafios sociais importantes, as pequenas e médias empresas (PMEs) e os empreendedores continuam a desempenhar um papel importante no crescimento económico e coesão social. O acesso adequado ao financiamento é um pré-requisito crítico que permite que as empresas consigam investir, crescer e criar empregos.

Em Portugal, de acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2020), em 2018 99% das empresas eram PMEs, sendo que, ao longo dos anos, este tecido empresarial tem privilegiado a dívida bancária como principal fonte de financiamento. Contudo, as empresas têm à sua disponibilidade duas modalidades de financiamento: dívida e capital próprio.

De uma forma genérica, “Dívida” significa dinheiro emprestado (que será pago posteriormente acres-

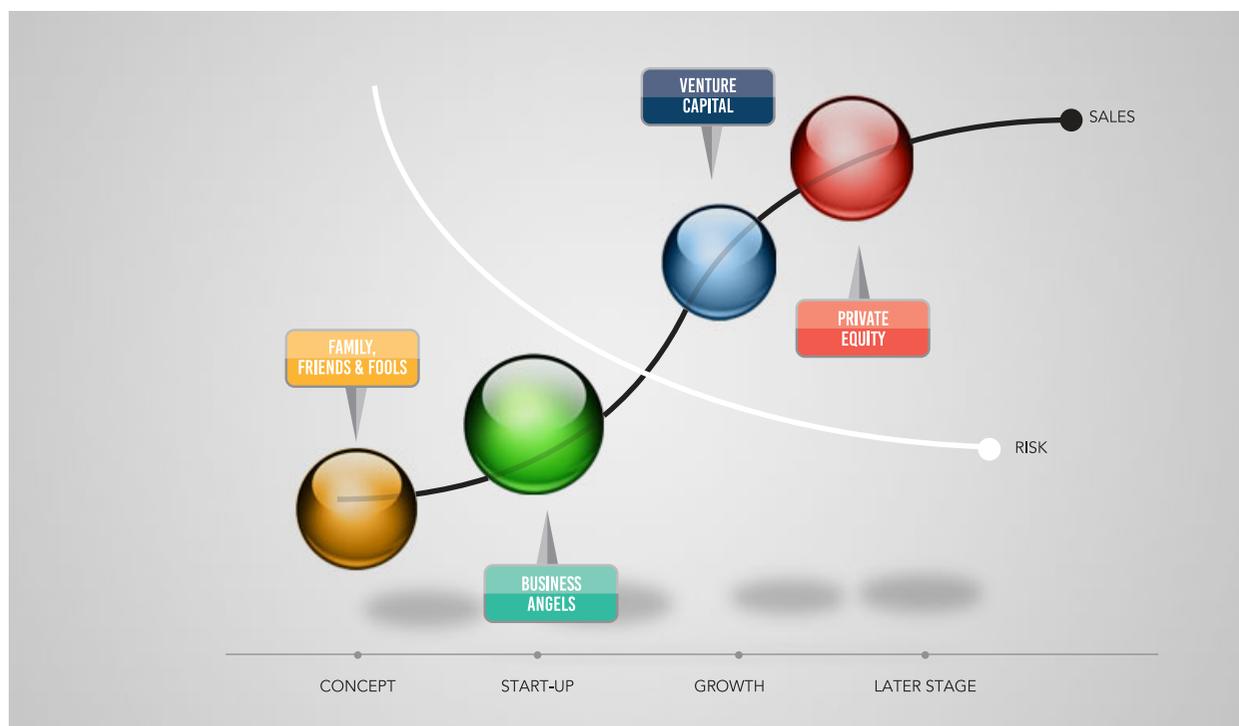
cido de juros), enquanto que “capital” envolve entrada de dinheiro dos actuais sócios da empresa ou de novos, após adquirirem uma participação na empresa.

Por conseguinte, aquando a procura de instrumentos de financiamento, os gestores são confrontados com a necessidade de formulação de uma estrutura de capitais através da combinação óptima de capital e dívida.

A fase de vida em que a empresa se encontra desempenha um factor determinante no acesso aos instrumentos de financiamento. Por norma, fruto da ausência da existência de *cash flows*, o sector bancário não se adequa às necessidades das empresas e projectos que se encontram numa fase inicial, como sejam a fase *seed* ou *startup*. Consequentemente, o capital de risco apresenta-se como uma solução mais apropriada.



FIGURA 01 MERCADO DE CAPITAL DE RISCO



O capital de risco é realizado por agentes externos, como investidores em capital ou fundos de capital de risco, interessados em injectar capital nos projectos e/ou empresas em troca de uma percentagem da participação no capital social, participando de modo directo nos riscos do negócio.

O capital de risco tem vindo a adquirir maior dimensão no mercado Português, função da maior procura por instrumentos de capital. De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OECD, 2016), apesar da quebra registada após a crise financeira de 2009, Portugal registou um aumento dos investimentos de Capital de Risco, quadruplicando os valores investidos de 16,5 milhões de dólares em 2011 para quase 66 milhões em 2014.

Atendendo à estrutura do tecido empresarial português, em especial à do sector da Metalurgia e Electromecânica, o presente documento privilegiará a apresentação de informação relativa a Investidores Informais em Capital de Risco, os business angels,

uma vez que constituem uma fonte de financiamento em capital mais acessível para as PME, não descurando, no entanto, os outros tipos de investidores de capital de risco.

Este guia está organizado em 3 partes para além introdução (capítulo 1). No capítulo 2 sumarizam-se os diferentes tipos de investidores de capital de risco, apresentado as diferentes tipologias de investidores, respectivas características e a sua importância no mercado de capital de risco. De seguida, no capítulo 3 é apresentado de forma generalizada o processo de contacto com investidores, delineando: os factores a ter em consideração; o que um investidor tipicamente procura ou evita num investimento; o trabalho a preparar e desenvolver previamente; e, finalmente, como preparar a sessão de "pitch" com o investidor.

Por fim, o capítulo 4 apresenta um conjunto de outros instrumentos financeiros importantes para empresas e que são disponibilizadas por novas empresas tecnológicas, as *Fintechs*.



2

TIPOS DE INVESTITORES DE CAPITAL DE RISCO



TIPOS DE INVESTIDORES DE CAPITAL DE RISCO

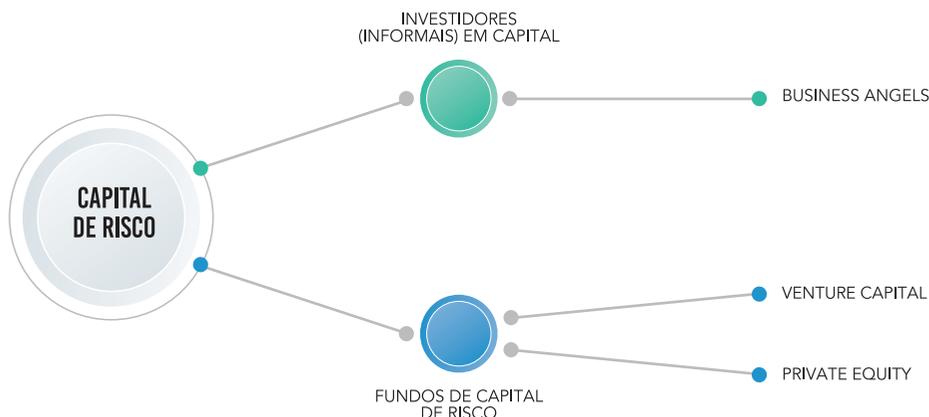
O investimento de capital pode ser definido como a procura e obtenção de dinheiro por uma empresa ou empreendedor de forma a fomentar a concretização de um conjunto de metas e/ou objectivos de negócios, podendo passar por uma aquisição de ativos de longo prazo, como imóveis, fábricas ou máquinas.

Este investimento pode ser financiado por meio de várias fontes, incluindo dinheiro em caixa, venda de outros ativos ou angariação de capital por meio da emissão de dívida.

Quando empreendedor ou empresa procuram obter financiamento através de capital de risco, destacam-se: Investidores (informais) em Capital de Risco e Fundos de Capital de Risco.

Seja qual for a modalidade de capital de risco, este financiamento via *equity* propicia algumas vantagens. Por um lado, esta fonte de financiamento não exige a apresentação de garantias pessoais ou reais, ao contrário da dívida bancária. Por outro lado, fruto da natureza do rendimento gerado (remuneração é realizada através da venda da participação), diminui a pressão sobre a gestão dos *cash-flows*. Adicionalmente, permite ao promotor usufruir não só da rede de contactos e parcerias do investidor, como obter aconselhamento técnico especializado, uma vez que os investidores e as sociedades de capital de risco estão munidos de experiência relevante que afectam à gestão da participada.

FIGURA 02 FONTES DE CAPITAL DE RISCO



2.1 INVESTIDOR CAPITAL — BUSINESS ANGELS

O business angel é um investidor particular que investe directamente, ou através de suas empresas, o seu próprio dinheiro em projectos e start-ups com elevado potencial de crescimento. Investe numa lógica de longo prazo e está preparado para prestar apoio estratégico ao negócio ou projecto, para que o investimento tenha sucesso. Com o intuito de valorizar as startups, adquire uma participação do seu capital social, com o objectivo de a vender após determinado período, garantido desta forma um apoio financeiro para a implementação e crescimento do projecto.

A venda da sua participação é realizada privilegiando a vontade e interesses dos empresários promotores do projecto, sendo o seu objectivo a venda da participação com a obtenção de uma mais valia, apenas conseguida se o projecto alcançar o suces-

so esperado. Por conseguinte, durante o período da sua participação, o business angel assume o risco do projecto nos mesmos termos que os próprios promotores.

Existem associações de business angels, organizações de âmbito local, regional ou nacional, que têm como objectivo aproximar os empreendedores e promotores de projectos com potencial de valorização aos Business Angels que a constituem. Estas associações permitem a promoção das relações entre promotores e business angels, possibilitando por um lado, facilitar aos empreendedores o encontro e contacto com potenciais investidores, e por outro, dar aos investidores a oportunidade de optarem entre diversas oportunidades de investimento.

Tipicamente, os BA tendem a investir em empresas que se encontram em diferentes estágios de desenvolvimento, sendo estes:

→ **Pre-seed:** Financiamento de ideias e de projectos em desenvolvimento com o objectivo de posteriormente, a partir deles, se construir uma empresa;



QUADRO 01 INVESTIMENTO DE BUSINESS ANGELS

	2016	2017	2018	2019
Mercado Visível (em milhões de €)	667	727	745	804
Quota do mercado visível	10%	10%	10%	10%
Mercado Invisível (em milhões de €)	6.005	6547	6705	7236
Investimento Total (em milhões de €)	6.672	7.274	7.450	8.040
# de investimentos (total do mercado visível e invisível)	38.230	39.390	37.200	36.020
# Business Angels (total do mercado visível e invisível)	312.500	337.500	345.000	345.000

- **Seed:** Financiamento fornecido para pesquisar, avaliar e desenvolver um conceito inicial antes que a empresa alcance a fase de arranque;
- **Early Stage & Startup:** Financiamento fornecido a empresas para desenvolvimento de produto e marketing inicial. As empresas podem estar em processo de constituição, em processo de constituição ou no mercado há pouco tempo, mas ainda não têm vendas significativas dos seus produtos/serviços;
- **Expansão:** Investimento com o objectivo de atingir uma escala de produção industrial, modernizando instalações produtivas, atraindo mais funcionários e aumentando vendas nos mercados.

Devido à sua natureza, o mercado de investimento de business angels é difícil de quantificar. Por norma, apenas uma parte dos investimentos é reportada quando é realizada através de uma associação ou rede local (mercado “visível”), com os restantes investimentos a serem realizados de forma informal e não divulgada publicamente (mercado “invisível”).

No entanto, é estimado que o mercado de BA na Europa tenha atingido 8,04 biliões de euros durante o ano de 2019 (EBAN, 2020), revelando um crescimento de 9,97% face ao ano anterior e permanecendo como o principal mercado de acções para PMEs em estágio inicial e startups europeias.

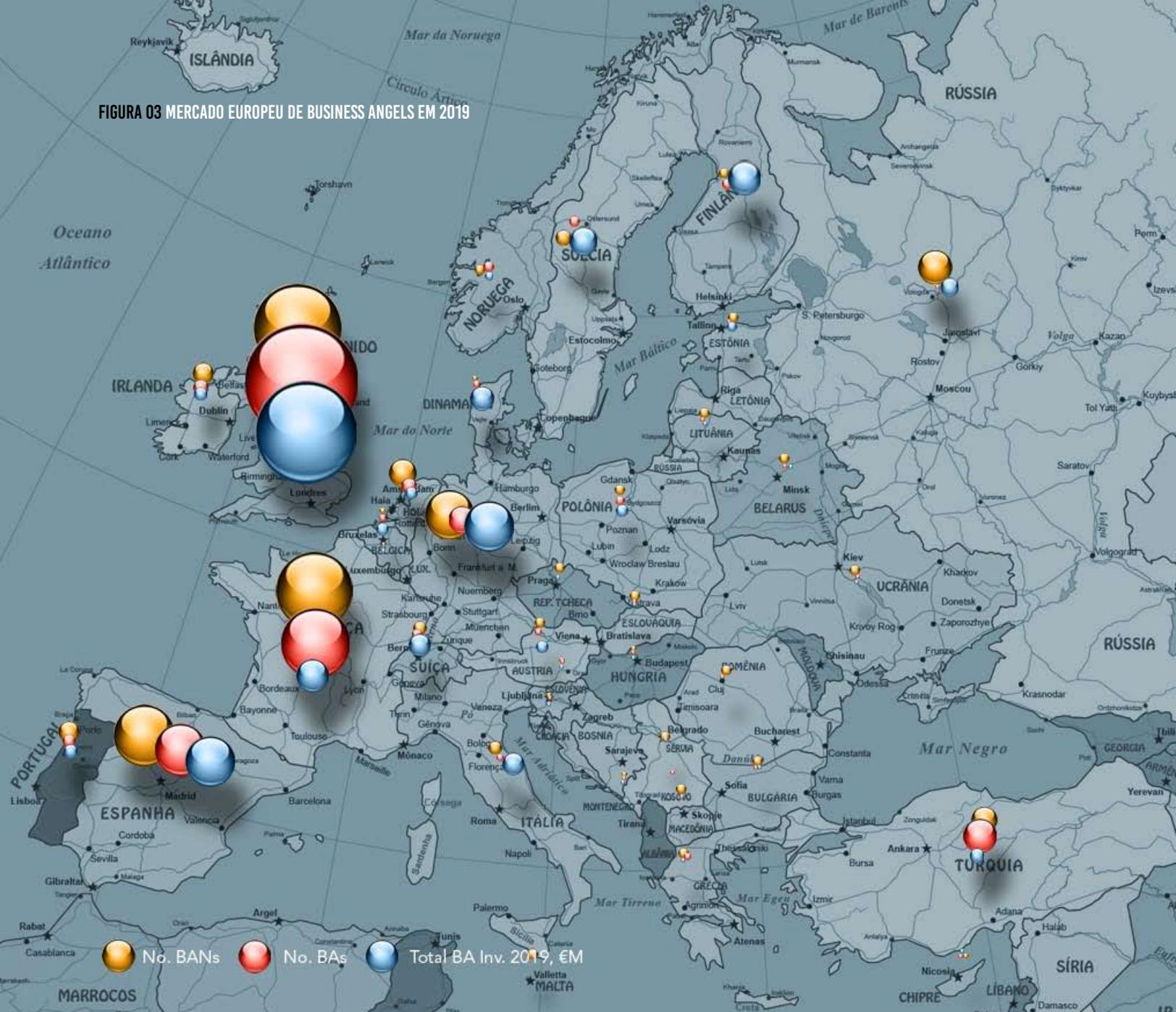
De acordo com o mesmo relatório, é estimado que a comunidade de BA na Europa seja composta por 345.000 investidores e que o total de rondas de investimento fechadas tenha sido 36.000, estimando-se ainda, que o sector tenha atingido um investimento de 13,22 biliões de euros (incluindo outros investidores europeus que investem em projectos em estágio inicial, como Venture Capital em estágio inicial e crowdfunding de capital).

Relativamente aos estágios de desenvolvimento dos projectos (referentes ao mercado visível), 27% do investimento realizado foi obtido em rondas de valor inferior a 100 mil euros e 50% do total dos investimentos valiam entre 100 e 500 mil euros. Acresce ainda que, 13% das rondas em que os BA investiram valeram entre 500 mil e 1 milhão de euros e 10% de todos os negócios realizados no ano passado foram referentes a rondas entre 1 e 5 milhões de euros.

Durante o ano de 2019, Portugal registou um total de 17 associações/redes de business angels e 344 BAs. No mesmo período, no que diz respeito ao mercado visível, foram realizados 28 investimentos que culminaram num total investido de 13,50 milhões de euros. Isto significa, que em média, cada rede/associação de BA investiu cerca de 0,79 milhões de euros por ronda de investimento (EBAN, 2020).

Adicionalmente, além de permitirem colmatar a falta de capital, os Business Angels contribuem com o seu tempo, conhecimentos técnicos, redes de

FIGURA 03 MERCADO EUROPEU DE BUSINESS ANGELS EM 2019



País	No. BANs	No. BAs	Total BA Inv. 2019, €M	País	No. BANs	No. BAs	Total BA Inv. 2019, €M	País	No. BANs	No. BAs	Total BA Inv. 2019, €M
Reino Unido	74	9000	153.08	Bélgica	2	450	17.09	Roménia	3	50	3.08
Alemanha	40	2000	81.77	Irlanda	12	780	16.80	Letónia	1	77	2.40
Espanha	48	3742	78.66	Polónia	5	500	16.46	Eslovénia	1	70	2.22
Finlândia	6	670	54	Portugal	17	344	13.50	Hungria	1	125	2.13
Suécia	12	820	44.08	Estónia	1	127	9.28	Montenegro	1	10	2.12
França	64	5500	43	Rep- Checa	1	210	6.29	Malta	2	30	2.09
Dinamarca	1	250	33.34	Noruega	6	350	6.13	Bielorússia	1	82	1.10
Suíça	10	710	32.60	Ucrânia	1	50	6.10	Eslováquia	3	88	0.92
Itália	9	450	28.20	Bulgária	4	100	4.26	Chipre	1	45	0.76
Rússia	24	250	26.08	Grécia	4	65	4.42	Sérvia	1	50	0.31
Turquia	22	2600	21.26	Croácia	1	35	4.19	Macedónia	2	15	0.06
Áustria	4	385	20.11	Luxemburgo	1	101	3.36	Kosovo	1	15	N/A
Holanda	19	1200	19.38	Lituânia	1	128	3.15				

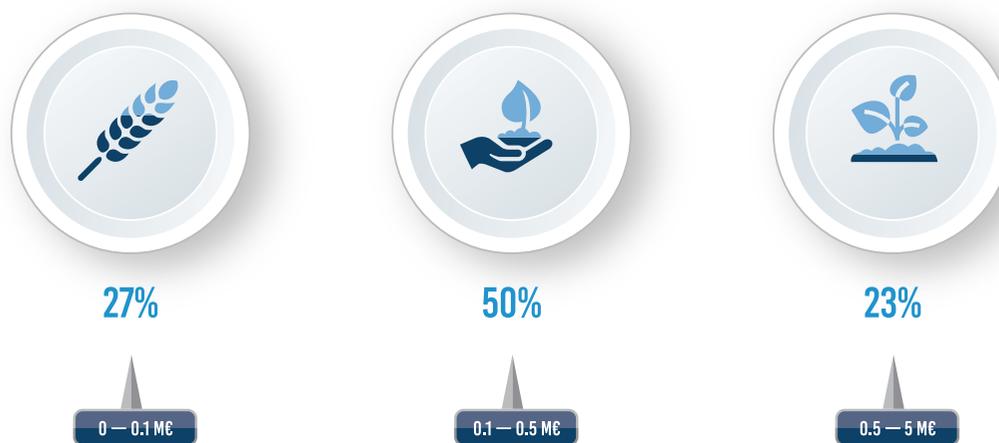
Fonte: (EBAN, 2020)



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

FIGURA 04

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO TOTAL DE BA POR ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO



Fonte: (EBAN, 2020)

contactos e outras valências que possuem, assumindo um papel de mentor dos empreendedores e empresários, fornecendo orientações e indicações importantes para o crescimento da empresa.

De acordo com um estudo (EBAN, BAE, 2019), com uma amostra de 90 BA activos de 11 países diferentes da Europa, os BA investem em média cerca de 23,5 horas por mês em diversas actividades, de forma a ajudar na gestão do projecto, nomeadamente:

Em suma, os business angels desempenham um papel importante, contribuindo não só para o reforço da credibilidade nas relações com a banca, via re-

forço de capitais, como permitem de igual modo:

- Reforçar as competências de gestão funcionais, como marketing, finanças, recursos humanos, entre outras, e as competências de gestão sectoriais;
- Potenciar o Networking, permitindo auxiliar na procura de novos clientes, fornecedores e/ou novos sócios/parceiros (através da sua rede de contactos);
- Auxiliar na preparação de rounds de financiamento seguintes, através do relacionamento com (potenciais) investidores institucionais e consequente redução do risco do “equity gap”.

FIGURA 05

COMO BA AJUDAM AS EMPRESAS DO SEU PORTFÓLIO
– NÚMERO MÉDIO DE HORAS DESPENDIDAS POR MÊS EM CADA ACTIVIDA-
DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO



2.2 FUNDOS DE CAPITAL DE RISCO

Os Fundos de Capital de Risco (FCR) são fundos fechados, sendo o capital a investir fixado no momento da sua constituição, e encontram-se enquadrados nos fundos de investimento mobiliário (FIM). Em Portugal, a sua supervisão é da responsabilidade da Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM).

A gestão dos FCR é garantida por Sociedades de Capital de Risco (SCR), entidades que procuram prestar assistência na gestão financeira, técnica, administrativa e comercial das sociedades participadas. Assim, as SCR têm por objectivo a realização de investimentos temporários, normalmente por períodos de tempo não superiores a 10 anos, em sociedades com potencial elevado de crescimento e valorização, e a gestão de FCR cujas unidades de participação se destinem a ser subscritas ou adquiridas por investidores qualificados.

O financiamento através de FCR permite algumas vantagens, para a empresa investida, face ao tradicional investimento através de dívida, nomeadamente:

- Perspectiva de médio e longo prazo;
- Empenhamento dos investidores até à concretização de desinvestimento;
- Financiamento alinhado com objectivos de crescimento e valorização do negócio;
- Pagamento de dividendos e amortização do capital, função dos resultados da empresa;
- Partilha do risco. Na eventualidade do negócio se tornar inviável, de uma forma geral, o investidor fica na mesma posição de um sócio da empresa;



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

→ O investidor tem por objectivo a valorização do negócio. Na eventualidade de enfrentar algum entrave ou contratemplos, irá trabalhar em conjunto com o promotor e parceiros de forma a solucionar os problemas.

Consoante a finalidade de investimento, os FCR podem ser caracterizado em duas tipologias diferentes: Venture Capital (VC) e Private Equity (PE) (Bertoni, Martí, & Ferrer, 2011). De uma forma genérica, o VC pode ser definido como “o investimento realizado por investidores profissionais de financiamento de capital de risco de longo prazo, não cotado, em novas empresas”, enquanto que o PE resulta num investimento em empresas que se encontram num estado mais avançado de evolução, e que apresentem algum problema de natureza operacional.

Em suma, as maiores diferenças entre as duas tipologias encontram-se: na fase do ciclo de vida das empresas onde é efectuada a sua intervenção (o *venture capital* intervém numa fase mais inicial enquanto que o *private equity* intervém numa fase mais avançada); no tipo de empresas onde investe; no nível de capital investido; e no montante de capital obtido através do investimento.

Importa ainda referir que, fruto da existência de assimetria de informação, as SCR recorrem a um conjunto de instrumentos procedimentais para

mitigar o risco, como são exemplos o processo de due diligence, a monitorização constante, distribuição do financiamento por diversas etapas distribuídas temporalmente, entre outros. Como tal, fruto da aplicação destes mecanismos, uma das principais desvantagens deste tipo de financiamento é a complexidade e demora de todo o processo, ao contrário da maioria dos financiamentos através de dívida.

2.2.1 VENTURE CAPITAL

O Venture Capital é constituído por capital privado e instrumento de financiamento que têm como enfoque investir em empresas que se encontrem em estágio inicial de desenvolvimento e apresentem elevado potencial de crescimento a médio/longo prazo. Geralmente proveniente de investidores, bancos de investimento e outras instituições financeiras, pode ser fornecido em várias rondas de investimento:

- Early-stage funding, em startups;
- Growth funding (“series A” +...), fases subsequentes de crescimento da empresa. Investimentos em empresas com maior grau de maturidade por via do aumento do seu capital com vista à expansão da actividade.

FIGURA 06 VENTURE CAPITAL VS. PRIVATE EQUITY



“Ronda de financiamento Série A tem por intuito desenvolver a equipa e o produto; a ronda de financiamento Série B procura elevar o negócio para o próximo nível, além do estágio de desenvolvimento; a ronda de financiamento Série C geralmente ocorre para tornar a empresa atraente para aquisição ou para apoiar uma oferta pública. Em geral o primeiro dos chamados investimentos de “later-stage” ... podem continuar pela Série D, Série E, Série F, Série G, etc.”

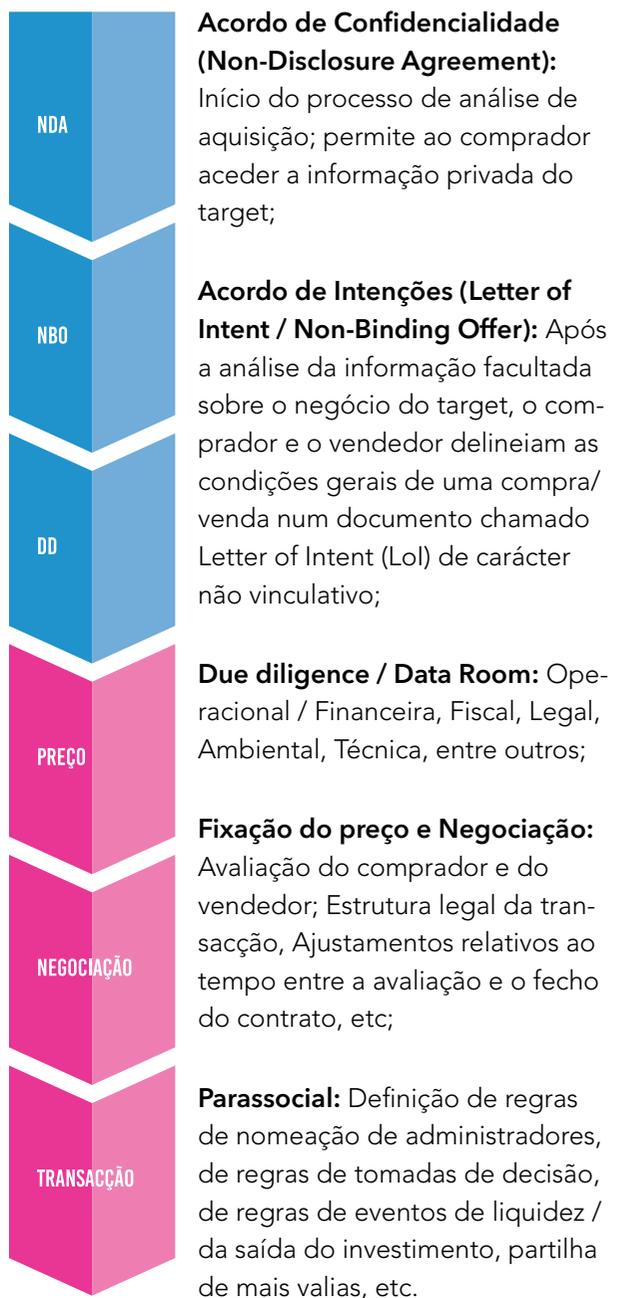
O investimento é realizado com o intuito de gerar um retorno significativo por meio de uma eventual venda (exit), seja via trade sale, fusão e aquisição (M&A) ou de uma oferta pública inicial (IPO) da empresa. Como tal, este instrumento financeiro permite o financiamento a médio/longo prazo para que empresas não cotadas possam crescer e expandir o seu negócio:

1. Permite capitalizar as empresas para o seu plano de expansão;
2. Pretende ajudar as empresas a profissionalizar ainda mais a sua gestão, funcionando como catalisador para a melhoria da gestão operacional e financeira;
3. Induz partilha de “risco de capital” em conjunto com os promotores / empreendedores;
4. Retorno do investimento depende do crescimento da participada e no aumento da sua rentabilidade e valor => incentivos alinhados.
 - o Remunera gestores / promotores em função da sua performance, via partilha de ganhos.

No entanto, este instrumento tem um período de vida finito, obrigando a ser examinada a sua adequação ao projecto em análise. O modelo de negócios das SCR é complexo, envolvendo um conjunto elevado de interacções entre stakeholders, como são exemplos a gestão do FCR pela Sociedade Gestora responsável (designada de General Partner, GP), o investimento de capital nos fundos pelos investidores (designados por Limited Partners,

LP), ou o co-investimento no respectivo projecto/ empresa por empreendedores. A imagem seguinte apresenta, de uma forma simplificada, o modelo de negócios das SCR.

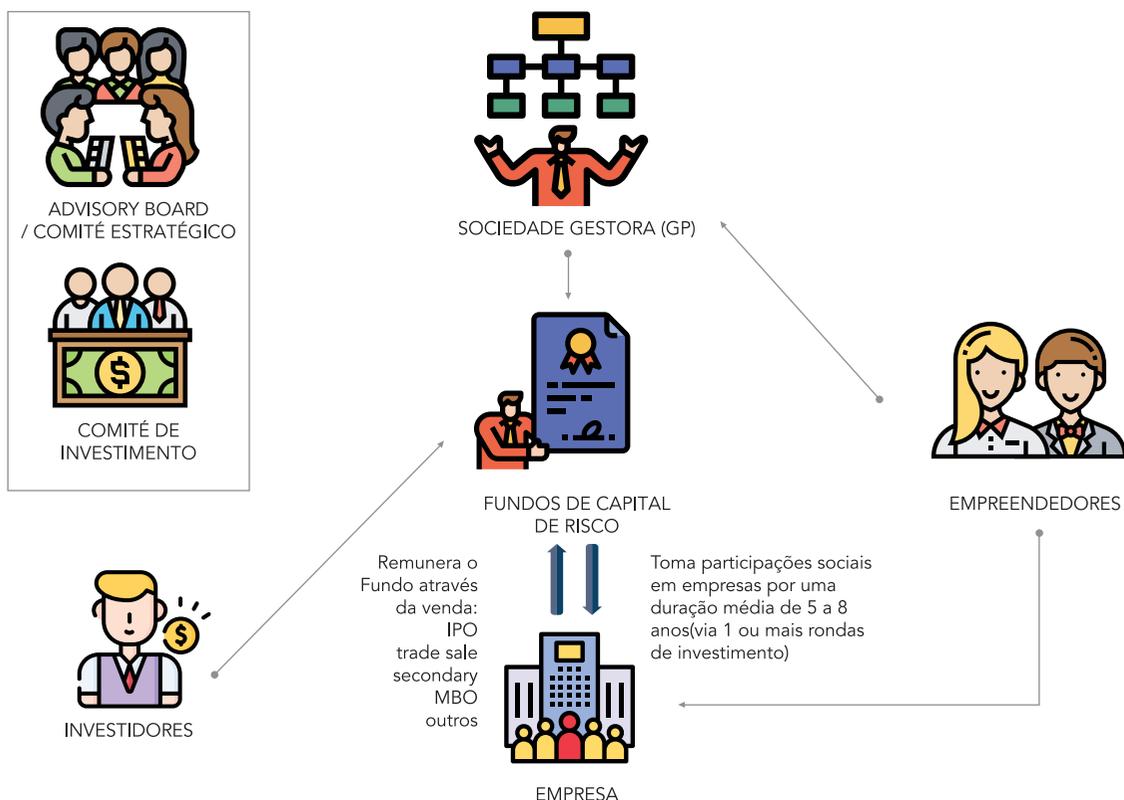
Adicionalmente, de forma a ser possível proceder à aquisição/entrada de um capital de risco existe um processo moroso constituído por um conjunto de etapas, nomeadamente:





CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

FIGURA 07 MODELO DE NEGÓCIOS DAS SOCIEDADES DE CAPITAL DE RISCO



Fonte: J.Amaro/Inter-Risco, SCR, SA

Apesar dos benefícios inerentes a este tipo de investimento, como a disponibilização de maiores montantes de capital, a sua utilização apresenta algumas desvantagens e inconveniências, nomeadamente o facto de ser um processo moroso e complexo e da relação que surge desta interação apresentar-se como uma relação “mais” técnica e distanciada.

2.2.2 PRIVATE EQUITY

Os fundos de *Private Equity* realizam investimentos a longo prazo em pequenas, médias e grandes empresas com o objectivo de torná-las maiores, mais fortes e mais lucrativas. Esta melhoria de desempe-

nho é obtida através do fortalecimento da sua gestão, da melhoria das suas operações e actividades e por intermédio da expansão para novos mercados através de gestores especializados com elevados níveis de conhecimentos.

Tal como as outras formas de capital de risco, o investimento através de *private equity* ajuda a potenciar o sucesso dos negócios. Através da melhoria do desempenho financeiro das empresas participadas, os fundos de PE desempenham um papel importante no crescimento económico, fomentando a inovação e a criação de emprego, apresentando-se como uma alternativa viável aos instrumentos de financiamento de dívida.

Nos últimos anos, após a crise financeira de 2009, o *private equity* tornou-se numa importante fonte de investimento para as empresas europeias, e em particular para as PME, representando um elemento crítico para um ecossistema de financiamento mais resiliente e sustentável. Entre 2014 e 2018 registou-se cerca de €300 biliões em investimentos de *private equity* em mais de 24.500 empresas localizadas na EU, sendo que, 84% destas eram PMEs.

Desta forma, o *private equity* permite apoiar as empresas privadas com os seus objectivos e ambições de crescimento, fornecendo-lhes:

- Capital, muitas vezes se torna difícil de obter;
- Experiência do negócio, essencial para a construção de empresas bem-sucedidas;
- Apoio de investidores cujos interesses estão alinhados com a gestão.
- Experiência, afiliações e contactos de que precisam para expandir (por exemplo, no exterior ou por meio de aquisições).

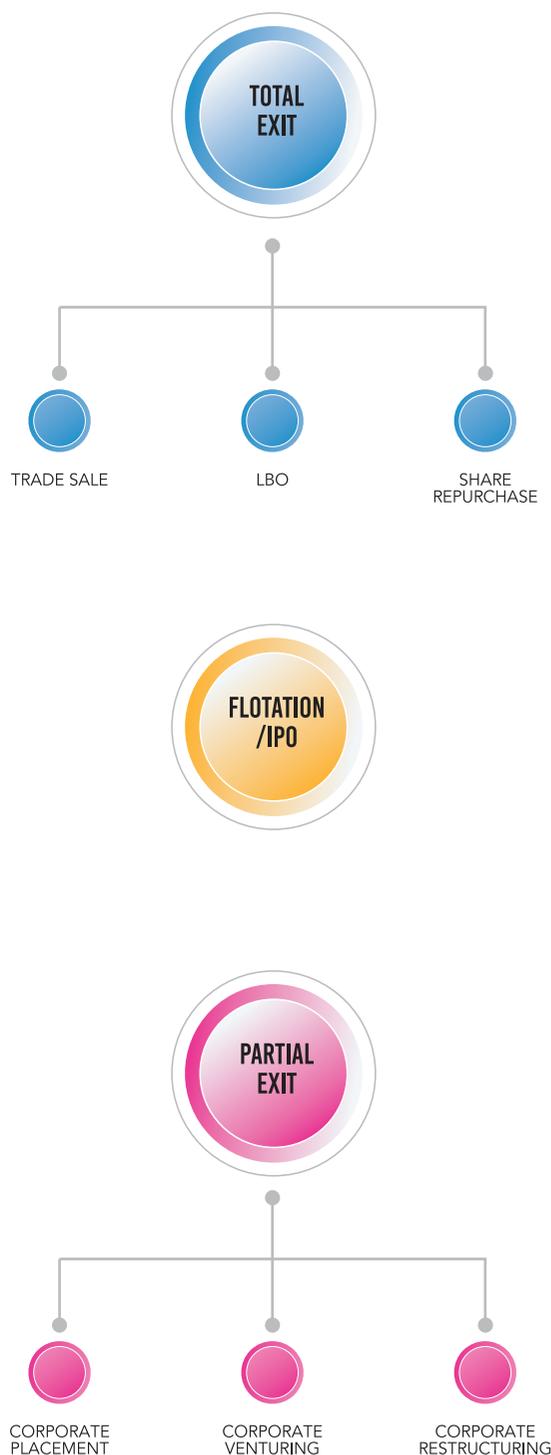
Este apoio permite ajudar as empresas a tornarem-se mais bem-sucedidas e sustentáveis, possibilitando o seu crescimento. Encontra-se disponibilizado em anexo 3 *study cases* europeus que demonstram os benefícios do financiamento através de Fundos de PE.

Quando chega o momento certo, os gestores de *private equity* vendem as suas carteiras de investimento através de dois caminhos possíveis: saída total ou saída parcial (Corporate Finance Institute, 2020).

Numa saída total do negócio, pode-se verificar entre outras uma venda comercial para outro comprador, uma *Leveraged Buy-Out* (LBO) ou uma recompra de ações pelos promotores.

Relativamente a uma saída parcial, pode-se verificar uma *private placement*, onde outro investidor

FIGURA 08 TIPOS DE SAÍDA DE FUNDOS DE PRIVATE EQUITY



Fonte: (Corporate Finance Institute, 2020)



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

adquire uma parte do negócio, uma *corporate restructuring* (onde investidores externos se envolvem no negócio adquirindo parcialmente a participação da *private equity*), ou uma *corporate venturing*, no qual a administração aumenta sua participação no negócio.

Por último, uma *Flotation* ou *Initial Public offering* (IPO) é uma estratégia de saída que envolve a empresa ser listada na bolsa de valores. Normalmente, apenas uma fracção de uma empresa é vendida no IPO. Normalmente, quando a empresa é listada e negociada publicamente, os fundos de *private equity* saem da empresa, vendendo a sua participação no negócio.

Apesar dos benefícios inerentes a este tipo de investimento, como a injeção de montantes elevados de capital, conhecimentos técnicos, partilha do risco e da rede de contactos, a utilização de fundos de *private equity* incute algumas restrições que podem dissuadir a sua utilização, nomeadamente:

→ **Diluição/perda de participação e do controlo da empresa:** um dos entraves na utilização deste instrumento é a perda da participação na empresa, e consequentemente, da sua gestão. Os fundos de PE tendem a exigir uma partici-

pação maioritária de forma a poderem decidir sem entraves na reestruturação da gestão da empresa;

→ **Definições de Valor diferente:** a definição de valor de uma organização de *private equity* é focada no valor financeiro do negócio num período de tempo específico (ex. cinco a sete anos após o investimento inicial), não equacionando outros valores que os proprietários das empresas costumam ter em consideração, como uma perspectiva de longo prazo ou preocupação com outros elementos como por exemplo os relacionamentos com funcionários e clientes, ou a sua reputação;

→ **Elegibilidade:** os fundos de *private equity* tendem a procurar tipologias específicas de empresas para investir, tendo em consideração factores como o sector ou a dimensão (suficiente para suportar os investimentos), demonstrando em simultâneo um potencial de gerar lucros elevados num período relativamente curto de tempo. Geralmente, isto implica que a empresa ou demonstra um potencial de crescimento elevado ou apresenta dificuldades financeiras e/ou encontra-se subvalorizada.



3

**CONTACTO COM
INVESTIDORES**



TIPOS DE INVESTIDORES DE CAPITAL DE RISCO

Antes de proceder ao contacto com investidores de capital, é necessário identificar quais as actuais necessidades que a empresa e/ou projecto carece. Estes primeiros passos permitem o levantamento de dados que conduzem, normalmente, a que haja informação suficiente para permitir aos potenciais investidores uma tomada de decisão.

Na altura da escolha das potenciais formas de financiamento, será necessário definir objectivos para os primeiros 12-24 meses:

- capital de base necessário;
- finalidade do financiamento, seja para a aquisição de instalações, equipamento ou qualquer outro tipo de investimento necessário;
- período de financiamento previsto;
- se investimento será faseado ou a ser realizado de uma única vez;

→ tipo de ajuda que precisa e espera dos investidores (Money? or Smart Money?).

Adicionalmente, a componente de financiamento assegurada pelos promotores tem de ser especificada, uma vez que esse é, normalmente, um pré-requisito assumido pelos potenciais financiadores: que os promotores possuam um nível de compromisso satisfatório dos seus próprios recursos.

Com o levantamento e estruturação desta informação torna-se possível procurar e identificar os possíveis investidores. É necessário pesquisar e entrar em contacto com os investidores que vão ao encontro das suas necessidades de investimento, nomeadamente:

- Ecosistema local – Eventos (oradores, participantes), etc;
- Fundadores bem-sucedidos, com investidores na direcção;

QUADRO 2 FONTES RELEVANTES DE INFORMAÇÃO DE INVESTIDORES

	<p>www.eban.org</p> <p>Rede Europeia de Business Angels, congrega mais de 500 redes de investidores na Europa.</p>
	<p>www.fnaba.org</p> <p>congrega Associações de BA instaladas no País.</p>
	<p>www.apcri.pt</p> <p>representa a indústria do capital de risco.</p>
	<p>www.bpfomento.pt</p> <p>instituição que visa criar soluções inovadoras para apoiar projectos nacionais e internacionais.</p>
	<p>www.ifd.pt</p> <p>A Instituição Financeira de Desenvolvimento (agora BPF).</p>
	<p>www.cmvm.pt</p> <p>disponibiliza uma listagem completa de Capital de Risco.</p>
	<p>www.iapmei.pt</p> <p>disponibiliza o Portal do Financiamento.</p>

- Business Angels que tiveram exits no sector/indústria;
- Redes de Business Angels/ Associações de BA;
- Seed VCs (que fizeram negócios na região/indústria);
- Membros da EBAN (European Business Angels Network).

Existe ainda a Plataforma Digital desenvolvida pelo IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, I.P., o **Portal do Financiamento**, que permite facilitar a procura de financiamento.

Por intermédio do preenchimento de um conjunto de informações ao nível da caracterização da empresa e do investimento, torna-se possível obter uma listagem de soluções de financiamento com apoio público, como por exemplo a identificação da solução “Fundo de Business Angels” para reforço de capitais próprios, sendo disponibilizada informação relativa a:

- Objectivo do Instrumento;
- Beneficiários Elegíveis ao Apoio;
- Operações Elegíveis / Operações Não Elegíveis;
- Condições de Elegibilidade do Beneficiário;
- Tipo de Operação;
- Participação máxima dos Fundos por Empresa;
- Entidades Gestoras de FCR: Entidade Veículo, Regiões e Contactos.



FIGURA 09 FERRAMENTA PORTAL DO FINANCIAMENTO



Fonte: (IAPMEI, 2020)

3.1. FACTORES DE DECISÃO DOS INVESTIDORES

Como em qualquer relação, é essencial compreender que critérios um investidor tende a valorizar. Todas as pessoas têm visões diferente, e como tal, quando um investidor rejeita investir numa empresa, não significa necessariamente que o projecto é inviável.

Quando um **business angel** realiza um investimento, por norma, o processo é composto por um conjunto de etapas¹:

→ **Oportunidade de Negócio:** grande parte das oportunidades aparecem através das suas redes de contacto ou pela interacção com outros investidores;

1. De acordo com (OECD, 2011), página 34 (resultante do resumo de estudos da Angel Capital Association, European Business Angel Network e Tech Coast Angel).

- **Triagem:** os investimentos são normalmente centrados e geridos através de um software online, podendo também contactar-se os clubes de Business Angels por email ou telefone. A triagem inicial pode ser informal (conduzida por um ou vários membros) ou mais formal (conduzida por um gestor da rede de Business Angels);
- **Feedback inicial/ coaching:** os promotores que passam a triagem inicial são contactados, podendo receber algum apoio sobre a forma de *coaching* básico com o intuito de melhorarem a apresentação do projecto, ao nível de informação relevante, estimativas de evolução do mesmo, etc.;
- **Apresentações de empresas:** as empresas seleccionadas são depois convidadas a apresentar-se perante os investidores num evento. Após a apresentação os investidores discutem os aspectos do negócio em sessão particular;

- **Due diligence:** é realizada numa base formal, incluindo entre outros elementos: uma análise competitiva; a validação do produto e da Propriedade Intelectual; uma avaliação da estrutura financeira; contratos da empresa; referências da equipa;
- **Termos e negociação do investimento:** Se existirem investidores interessados, é necessário preparar documentos explicativos dos termos do negócio, que consiste num esboço dos principais termos de um investimento proposto incluindo a quantidade e a percentagem de acções para o(s) investidor(es);
- **Investimento:** Os investidores interessados podem, então, investir numa empresa, quer individualmente, quer em forma de associação. Os documentos finais são elaborados e um advogado é normalmente encarregue do processo. É feita a assinatura formal dos contratos (incluindo o acordo parassocial) e efectuado o investimento contratualizado;
- **Apoio pós-investimento:** após investimento, os business angels actuam como mentores, orientando e monitorizando a equipa de empreendedores com os seus conhecimentos e rede de contactos.

Uma das etapas mais importantes neste processo é a realização de *due diligence* pelo investidor à empresa onde querem investir. Consiste num processo segundo o qual se pretende verificar a conformidade das declarações, acções, omissões de uma determinada entidade e onde, frequentemente, se verifica a conformidade dessa entidade com os normativos legais aplicáveis à sua natureza, bem como a conformidade da sua política contabilística.

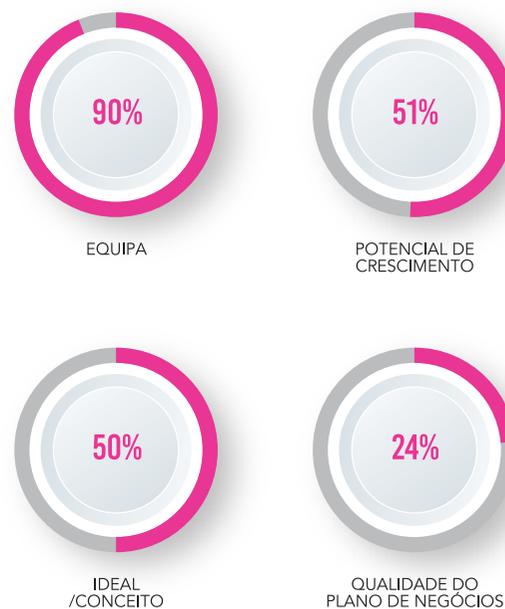
Por norma, de acordo com a checklist desenvolvida pela Angel Investment Network, a *due diligence* realizada em empresas *early stage* aborda 6 áreas essenciais:

1. A equipa e gestão;
2. O negócio;

3. O mercado;
4. A tecnologia/produto (se aplicável);
5. As finanças e impostos;
6. Questões legais.

Quando os Business Angels avaliam os projectos, existe um conjunto de factores que influenciam positivamente a sua decisão de investimento. De acordo com um estudo realizado (EBAN, 2020) (BAF, 2017), quando questionados sobre factores para realizar um investimento, 90% dos investidores destacaram a “qualidade da equipa” como principal factor decisivo para a decisão. De seguida destacaram a “ideia em si e o potencial de crescimento. A qualidade do plano de negócio também carrega alguma importância, mas é considerado pelos investidores um factor que pode ser trabalhado e desenvolvido ao contrário da ideia-chave ou à configuração da equipa do projecto.

FIGURA 10 FACTORES DECISIVOS PARA DAR INÍCIO A UM INVESTIMENTO



Fonte: (EBAN, 2020) (BAF, 2017)



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

Uma vez que, os investidores valorizam a qualidade da equipa de gestão envolvida no projecto/empresa aquando a sua decisão de investimento, existe um conjunto de características que se deve ter em consideração aquando a sua elaboração, nomeadamente:

- Capacidade de vender a ideia;
- Experiência;
- Sucessos passados;
- Competências diversas / Equipa de gestão;
- Capacidade para ouvir;
- Compreensão do modelo de negócio;
- Compreensão da dinâmica de mercado;
- Capacidade de avançar para mercados maiores, capacidade para escalar;
- Capacidade para atrair/envolver talento;
- Acesso a especialistas do campo de actuação;
- Qualidade do *pitch deck*;
- Nível de confiabilidade;
- Equipa/competências de vendas.

Por outro lado, existe um conjunto de factores que afectam negativamente a decisão de investimento. Entre estes, as razões mais elencadas pelos investidores, para não avançar com o investimento, foram nomeadamente: o alto risco de insucesso e as avaliações exageradas.

3.2. AVALIAÇÃO DE PROJECTOS DE INVESTIMENTO

Ao entrar em contacto com um investidor, é importante que a ideia e/ou o projecto se encontre com um grau de maturidade avançado, sendo possível apresentar de forma clara e concisa um conjunto de factores fundamentais, como a ideia do projecto, a equipa de gestão definida, a avaliação financeira do projecto, entre outros. Como tal, existe

FIGURA 11
RAZÕES PELAS QUAIS OS BUSINESS ANGELS NÃO INVESTIRAM EM POTENCIAIS OPORTUNIDADES



Fonte: (EBAN, 2020) (EBAN, 2018)

um conjunto de documentos que possibilitam aos empreendedores e empresários organizarem de forma esquemática a informação essencial. Estas ferramentas são importantes e contribuem para a transmissão da informação para os investidores. Documentos como:

- Plano de Negócios e Modelo Financeiro;
- Business Model Canvas.

PLANO DE NEGÓCIO

Uma das ferramentas essenciais para a elaboração, concretização e desenvolvimento de projectos empresariais é a criação de um Plano de Negócios e do respectivo Modelo Financeiro.

De uma forma simplificada, um Plano de Negócios é um plano base, essencial para a estruturação e defesa de uma nova ideia ou projecto de negócios. Deve ser um plano que se foque nas linhas essenciais do projecto, que defina a alocação dos vários tipos de recursos, que esteja concebido para concretizar a ideia que se pretende implementar e para solucionar os problemas que inevitavelmente aparecerão (IAPMEI, 2016).

Existem muitos modelos padrões de planos de negócios disponíveis, como é exemplo o modelo disponibilizado pelo IAPMEI. Um Plano de Negócios deve incluir um sumário, um objectivo, a identificação dos factores-chave para o projecto ser bem-sucedido e análises de mercado e financeiras que sustentem devidamente a ideia que se pretende desenvolver. Um Plano de Negócio poderá apresentar como estrutura:

1. Sumário executivo;
2. O histórico da Companhia e/ou dos promotores;
3. O mercado subjacente;
4. A nova ideia e o seu posicionamento no mercado;
5. O Projecto/ Produto/ Ideia;
6. Estratégia Comercial;
7. Gestão e controlo do negócio;
8. Investimento necessário;
9. Projecções Financeiras / Modelo Financeiro.

O Sumário Executivo (FNABA, 2015), é uma secção fundamental do Plano de Negócios, uma vez que contém todos os pontos fundamentais da proposta de investimento para os potenciais investidores. Como tal, não deve exceder 1-2 páginas, expondo de forma clara e concisa os elementos chave do plano de negócio:

1. **Abertura:** o sumário executivo inicia-se com a declaração justificativa da ideia que vai ser apresentada. Por norma, refere a particularidade da solução e qual o problema que resolve, devendo ser específica e não vaga;
2. **Problema:** explica o problema experienciado pelos clientes a que se propõe a resolver. Desta forma, contextualiza a sua proposta de valor;
3. **Solução:** apresenta a solução e o seu alvo. É um produto? Um serviço? Uma combinação? Explica em linguagem corrente a solução que propõe para o problema identificado. Se necessário, explica como a proposta encaixa na cadeia de valor ou nos canais de distribuição, enunciando também porque é que os agentes na indústria em questão quererão trabalhar/envolver com o projecto. Se já possui clientes, refire-o de forma clara, se não, indica quando os irá ter;
4. **Oportunidade de Mercado:** explica o mercado: segmentação, tamanho em valor, crescimento, interesses e influências, quantidade de clientes e concorrência;
5. **Vantagens Competitivas:** apresenta a vantagem competitiva face à concorrência, esclarecendo quais os benefícios e vantagens únicas do negócio;
6. **Modelo de Negócio:** apresenta o modelo de negócio, esclarecendo como irá gerar rendimento e qual a sua fonte. Demonstra como o modelo é escalável e como o desempenho vai ser avaliado: quais as métricas?: clientes, licenças, unidades, retornos, margens, etc. Explica os níveis que serão atingidos nos próximos três e cinco anos;



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

7. **Equipa de Gestão:** explica qual será a equipa de gestão envolvida no projecto e porquê. Evita a utilização de CV's sumários e procura relacionar a experiência individual de cada membro da equipa com os factores essenciais do sucesso do negócio;
8. **Recompensa:** as projecções financeiras sumárias devem demonstrar que os investidores irão obter um retorno pela participação no projecto. Se estas não forem credíveis o investidor poderá perder o interesse no projecto. Como tal, demonstra, de forma sucinta e credível, os rendimentos, custos totais, perdas/ganhos, planos de tesouraria e inventário previsionais para os próximos três a cinco anos;
9. **Necessidades de Financiamento:** demonstra o crescimento esperado para o negócio. Enuncia também qual o capital necessário para permitir a concretização das metas pretendidas e previamente definidas.

Assim sendo, o sumário executivo deve apresentar a síntese de todo o projecto, cativando o investidor para participar na oportunidade apresentada. Após a sua leitura, o investidor tem de ser capaz de compreender a oportunidade apresentada e pretender saber mais sobre este, procedendo à leitura das restantes secções do documento.

O IAPMEI apresenta um documento extensivo intitulado *"Como elaborar um Plano de Negócios-Guia Explicativo"*, onde aborda de forma detalhada como deve ser desenvolvido o documento, o que deve constar em cada secção e que aspectos deve ter atenção. Para mais informações pode consultar o documento em: [www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-\(1\)/Guias-e-Manuais-de-Apoio.aspx](http://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-(1)/Guias-e-Manuais-de-Apoio.aspx).

A segunda componente essencial de um Plano de Negócio é o respectivo Modelo Financeiro. A utilização de uma ferramenta de avaliação de projectos de investimento possibilita aos empreendedores e

às empresas avaliar e testar a rentabilidade de novos investimentos, permitindo auxiliar a reestruturação da ideia de negócio e/ou do projecto de investimento, facilitar ao investidor a avaliação e análise da rentabilidade do investimento e prestar apoio no diálogo e negociação dos promotores com os stakeholders, em particular com os financiadores.

Por norma, um **Modelo Financeiro** deve apresentar informação referente aos anos em análise:

- Pressupostos gerais do modelo financeiro;
- Vendas e prestações de serviços estimadas;
- Estimativa do Custo das mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas;
- Estimativa do Fornecimento e Serviços Externos;
- Estimativa dos Gastos com o Pessoal;
- Investimento em Fundo de Maneio Necessário;
- Investimento por ano estimado;
- Financiamento necessário;
- Apresentação do Ponto Crítico Operacional Previsional;
- Demonstração de Resultados Previsional;
- Mapa de Cash Flows Operacionais;
- Plano de Financiamento;
- Balanço Previsional;
- Principais Indicadores: Económicos, Financeiros, Liquidez e de Risco de Negócio;
- Avaliação do projecto/empresa;
- E os Cálculos auxiliares realizados relevantes para a questão.

Atendendo que o Plano de Negócio deve ser acompanhado pelo respectivo Modelo Financeiro, o IAPMEI disponibiliza uma ferramenta de avaliação au-

tomatizada, para análises a 5 ou 10 anos. Para mais informação pode consultar em www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Assistencia-Tecnica-e-Formacao/Ferramentas/Ferramenta-de-Avaliacao-de-Projetos-de-Investment.aspx.

BUSINESS MODEL CANVAS

O Business Model Canvas (Sort & Nielsen, 2018) (Canvanizer, 2020) é uma ferramenta que permite auxiliar a delinear e compreender o modelo de negócio de uma empresa de forma estruturada, permitindo delinear e/ou desenvolver novos ou pré-existentes modelos de negócio.

O desenvolvimento desta ferramenta pelas empresas e/ou empreendedores permite contribuir para a reflexão sobre o negócio ou projecto, auxiliando no processo de levantamento de informação essencial, como são exemplos a segmentação de clientes, a identificação de parceiros, levantamento dos recursos essenciais ou a identificação da proposta de valor. Esta ferramenta permite o agrupamento da informação em 9 Blocos:

- **Segmento de Clientes:** uma empresa tem a capacidade de servir um ou vários Segmentos de Clientes. Para responder de forma mais eficiente, a empresa deve agrupar os clientes por diferentes segmentos, de acordo com as necessidades de cada um. Define os vários grupos que a empresa pretende atingir e servir;
 - Para quem está a criar valor?
 - Quem são os clientes mais importantes?
- **Proposta de Valor:** visa demonstrar como a empresa/negócio visa resolver os problemas dos clientes, satisfazendo as suas necessidades. Cada Proposta de Valor apresenta um conjunto específico de produtos ou serviços que satisfaz as exigências de um certo Segmento de Clientes. No fundo, a Proposta de Valor representa o conjunto de benefícios para um segmento de Clientes específico;
 - Que valor se entrega aos clientes?

- De entre os problemas dos clientes, quais se está a ajudar a resolver?
- Que necessidades dos clientes se está a satisfazer?
- Que pacote de produtos e serviços se oferece a cada segmento de clientes?

- **Canais de distribuição:** as propostas de valor são entregues aos clientes através de canais de venda, comunicação e distribuição. Esta secção representa a forma de como a empresa vende e comunica com os Segmentos de Clientes, de modo a oferecer uma Proposta de Valor. Os Canais podem ser:

- Directos ou Indirectos;
- Próprios ou de parceiros.

É importante identificar quais os canais através dos quais os clientes querem ser contactados, quais os que funcionam melhor para cada segmento de clientes e quais são os mais eficientes, tendo em conta os custos;

- Através de que canais é que os Segmentos de Clientes querem ser contactados?
- Como é que se está a contactá-los agora?
- Como é que os canais são integrados?
- Quais são os que funcionam melhor?
- Quais são os mais eficientes do ponto de vista dos custos?
- Como é que se está a integrar com as rotinas dos clientes?

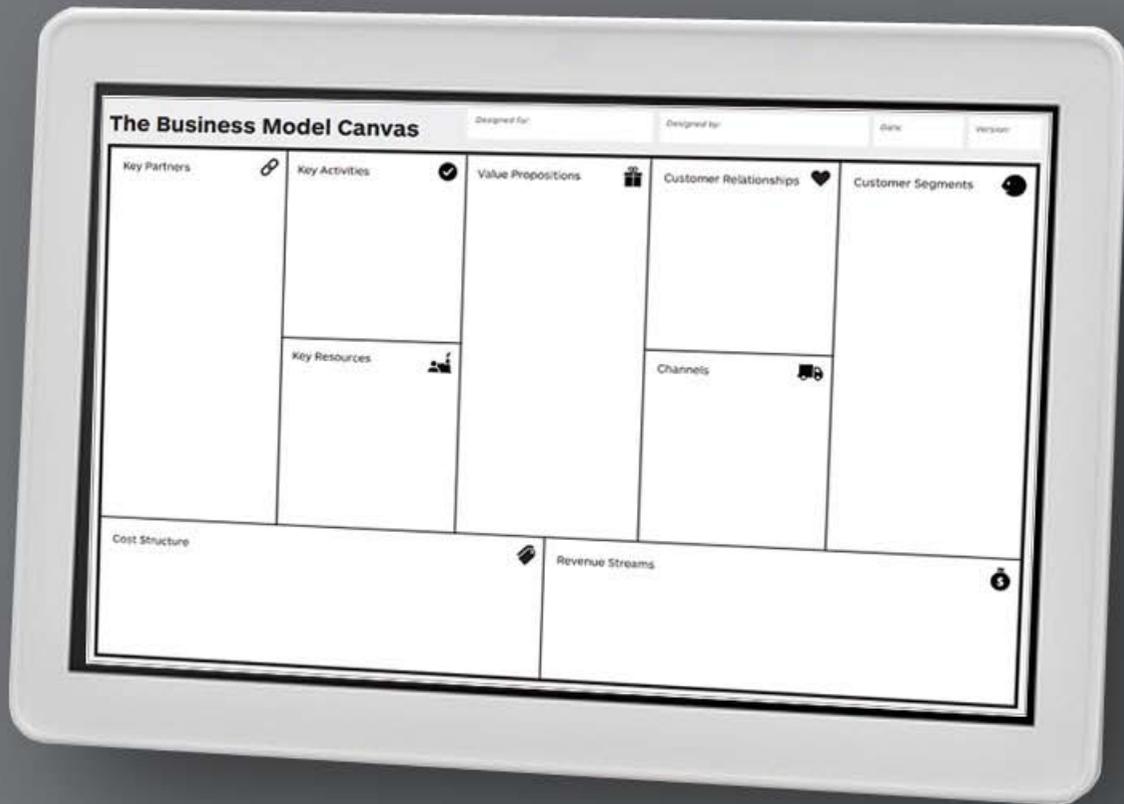
- **Relacionamento com clientes:** as relações com os clientes devem ser estabelecidas e mantidas com cada Segmento de Clientes identificado. Esta secção permite descrever os tipos de relações que a empresa estabelece com cada Segmento de Cliente específico. É importante definir a forma como a empresa vai conquistar e manter um bom relacionamento com os seus clientes, podendo ser impulsionadas pelas seguintes motivações:
 - ▶ Aquisição de clientes;
 - ▶ Retenção de clientes;
 - ▶ Aumento de vendas;



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

- Que tipo de relação é que cada um dos Segmentos de Clientes espera da empresa?
 - Quais é que foram estabelecidos?
 - São muito onerosas?
 - Como é que se integram com o resto do modelo de negócio?
- **Fluxos de rendimentos:** constituem o resultado das Propostas de Valor oferecidas com sucesso aos clientes. Esta secção permite representar o rendimento que a empresa consegue adquirir, a partir de cada Segmento de Clientes. É importante definir como e quanto os seus clientes terão que pagar pelos benefícios/produtos/serviços que a empresa oferece;
- Qual o valor que os clientes estão realmente dispostos a pagar?
 - Estão a pagar pelo quê actualmente?
 - Como é que estão a pagar? Como é que prefeririam pagar?
 - Quanto é que cada Fluxo de Rendimento contribui para o rendimento global?
- **Recursos Chave:** permite descrever os ativos mais importantes para que o negócio possa funcionar, ou seja os recursos chave para o negócio/empresa. Estes recursos permitem que a empresa possa criar e oferecer uma Proposta de Valor, chegue aos mercados ambicionados, mantenha relações com Segmentos de Clientes e ganhe rendimentos. Os Recursos Chave podem ser físicos, financeiros, intelectuais ou humanos;
- De que Recursos-chave é que as Proposta de Valor da empresa necessitam?
- **Actividades Chave:** permite descrever os aspectos mais importantes que a empresa deve ter em conta para operar com êxito. De forma a permitir que o negócio seja bem-sucedido, tem de existir um conjunto de Actividades-Chave. Estas actividades são fundamentais para criar e oferecer uma Proposta de Valor,
- chegar aos mercados ambicionados, manter relações com os clientes e obter rendimentos;
- Que Actividades-Chave são exigidas pela Proposta de Valor?
- **Parcerias Chave:** permite apresentar o conjunto de fornecedores e de parceiros essenciais para o negócio funcionar. As empresas criam parcerias e colaborações com o objectivo de otimizar o negócio, permitindo reduzir risco ou adquirir recursos. Podem ser identificadas quatro tipos parcerias diferentes:
- ▶ Alianças estratégicas entre empresas não concorrentes;
 - ▶ Parcerias estratégicas entre concorrentes;
 - ▶ Empreendimentos conjuntos para desenvolver novos negócios;
 - ▶ Relações comprador-fornecedor para garantir fornecimentos;
- Quem são os Parceiros-Chave?
 - Quem são os fornecedores-chave?
 - Que recursos-chave se está a adquirir aos parceiros?
 - ▶ Que actividades-chave é que os parceiros levam a cabo?
- **Estrutura de Custos:** descreve os custos envolvidos na operação do negócio. Actividades como a criação de valor, rendimentos e a capacidade de manter relações geram custos à empresa. Estes custos devem ser calculados apenas depois de definir os Recursos Chave, as Actividades Chave e as Parcerias Chave.
- Quais são os custos mais importantes inerentes ao modelo de negócios?
 - Que são os recursos-chave mais caros?
 - Quais são as actividades-chave mais caras?

FIGURA 12 THE BUSINESS MODEL CANVAS





3.3. PITCH

Um “Pitch” consiste numa apresentação directa e curta com o objectivo de apresentar a ideia, projecto, produto ou empresa a potenciais investidores com o intuito de a “vender”. Como tal, tem por objectivo captar o interesse dos investidores, como business angels, fundos de capital de risco ou mesmo clientes ou parceiros, para que possam, eventualmente, vir a desenvolver uma relação futura.

Embora pareça razoavelmente simples, a execução bem-sucedida de um *pitch* envolve diversas variáveis e factores, como por exemplo, conseguir explicar de forma resumida e sucinta a sua proposta a quem não tem qualquer conhecimento sobre ela, à audiência alvo da apresentação (por exemplo business angels ou fundos de capital de risco), ou até como será aplicado o investimento obtido.

Como tal, é importante preparar a informação relevante sobre o projecto quando proceder à preparação do *pitch*, de forma a fomentar o seu sucesso, nomeadamente:

- **Equipa de Gestão:** normalmente constituída pelos fundadores, deve procurar preencher as posições chave do projecto – 3 elementos é melhor que 1, por uma questão de mitigação de risco e porque permite preencher um maior número de valências (gestão, marketing, engenharia, programação, etc.);
- **Saber “tudo” sobre indústria/sector/vertical:** é importante demonstrar conhecimentos na área na qual o projecto vai ser desenvolvido, uma vez que o seu desconhecimento aumenta o risco do projecto, dissuadindo potenciais investidores interessados;
- **Proposta de Valor:** demonstrar, de forma clara e concisa, qual é a proposta de valor, procurando: falar de resultados e não de produtos ou proces-

sos; ligar resultados ao que é pertinente do negócio; incluir métricas para a medição e avaliação;

- **Plano de Negócios e Plano de Marketing & Vendas sólidos:** de qualidade, essencial para cativar os potenciais investidores para o projecto, uma vez que permite demonstrar conhecimentos, empenho, capacidade de trabalho da equipa de gestão envolvida, pessoas com quem o investidor irá partilhar o risco do investimento;
- **Mostrar Indicadores-Chave de desempenho, Indicadores Financeiros e fontes de receitas:** os Indicadores-chave de desempenho (*Key Performance Indicators – KPI*) são ferramentas de gestão que permitem realizar a medição do nível de desempenho e sucesso de um projecto/empresa. Através da apresentação de algumas métricas essenciais, torna-se possível cativar potenciais investidores para o projecto. Alguns exemplos: Operating Cash Flow; Liquidez Geral; Acid Test; Margem de Lucro; Margem de Lucro Líquida; Working Capital; Rotação de Inventários; Crescimento de Vendas; Retorno sobre o Capital Próprio; Retorno sobre Investimento; Rácio Dívida/Capital; entre outros;
- **Saber o que se quer do investidor:** explicar o porquê da necessidade para o projecto de envolver o investidor. Qual será o papel do investidor no projecto (financiamento, rede de contactos, conhecimentos e expertise? etc.);
- **Ponto de Equilíbrio Operacional (“Breakeven”):** o “breakeven” constitui o momento a partir do qual os proveitos do projecto igualam os seus custos fixos e variáveis, a partir do qual se obtém lucro. É um marco importante, uma vez que permite demonstrar quanto é preciso vender, com que margem e durante quanto tempo para deixar de se ter prejuízos.

Consoante o tipo de “pitch”, a estrutura da sessão poderá ser adaptada de forma a cumprir com os

QUADRO 03 DIFERENÇAS DOS VÁRIOS TIPOS DE SESSÕES "PITCH"

Duração:	1 Minuto	3 a 5 Minutos	7 a 10 Minutos	Até 20 Minutos
Dar enfoque a:	Objectividade	Aprofundar Dados	Preparar Material de Apoio de Qualidade	Manter a atenção da audiência
Principais tópicos a abordar:	Pontos Básicos: (Problema, Solução, Público-Alvo e Diferenciação)	+ Equipa, Crescimento e Mercado	+ Projecções Financeiras	+ Narrativa Objectiva e Intrigante
Material de apoio:	Não	Se apresentação curta e objectiva, sim	Sim	Sim

objectivos perspectivados, sem descurar a natureza breve da sessão.

Um possível exemplo de uma estrutura para uma sessão de "pitch" com uma duração de até 10 minutos poderá ser:

- Quem são os promotores do projecto;
- Como é que o produto/serviço se diferencia da concorrência;
- O que se pretende atingir como empresa;
- Quais são os objectivos financeiros a 2/3 anos;
- Qual o investimento total e o tempo esperado para a sua recuperação;
- O que se pretende dos investidores.

Por outro lado, atendendo à sua breve duração, a incorrecta realização do "pitch" pode fazer perder o interesse dos potenciais investidores. Como tal, existem alguns erros a evitar durante a sua preparação:

- **"Ideia perfeita" vs Proposta de valor:** evitar a noção de ideia perfeita, e procurar no seu lugar, apresentar uma proposta de valor ajustada aos interesses do Cliente;

- **"Alucinação" vs Visão:** evitar a apresentação de dados sem base comprovada e procurar demonstrar fundamentação empírica da existência da oportunidade;

- **"Amor à primeira vista" vs Testes e Evolução da Ideia:** ideia apresentada deve demonstrar uma evolução resultante de trabalho realizado, como estudos de mercado e testes e protótipos;

- **Foco no Produto, esquecendo o Modelo de Negócio Rentável:** erro recorrente no desenvolvimento de projectos é o enfoque pela equipa de gestão no produto, descurando o desenvolvimento de um modelo de negócio rentável. Por muito diferenciador que possa ser uma ideia ou produto, se o modelo de negócio assente nela não for rentável, o projecto não terá longevidade;

- **Foco nos Concorrentes maior do que nos Clientes:** apesar de os concorrentes constituírem uma peça importante do mercado, a solução desenvolvida pelo projecto destina-se aos clientes-alvo. Como tal, apesar de ser importante analisar a concorrência, os clientes devem ser sempre o foco principal;



CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

- **Foco nos Desenvolvimentos Técnicos antes de olhar para o Mercado:** é importante realizar o teste de conceito antes de dar início a desenvolvimentos técnicos. O teste de conceito é uma pesquisa realizada para avaliar o potencial de mercado e aceitação de uma ideia de produto antes de se iniciar o seu desenvolvimento ou lançamento no mercado. O seu objectivo é identificar as percepções, necessidades e desejos dos consumidores em relação ao conceito deste “produto” novo. Acresce ainda, que o teste pode ser realizado para analisar a aceitação do produto como um todo ou apenas uma parte específica (como o preço, a logística, a embalagem, etc.);
- **Nem tudo o que o Cliente diz que quer, quer (paga!) de facto:** durante o desenvolvi-

mento do projecto é importante compreender as características do projecto pelas quais o cliente está disposto pagar. Conforme o estabelecido no “*Project Management Body of Knowledge*”, deve-se evitar a prática de adicionar qualquer “*feature*” não considerada no “*scope*” original na fase de planeamento;

- **Factores externos que ditam a hora do negócio:** existe um conjunto de factores externos, como são exemplos a situação económico-social ou a legislação em vigor, que podem impactar com gravidade o desenvolvimento do projecto. É assim importante elaborar uma análise extensiva a estes factores de forma a não pôr em risco a execução do projecto.



4

FINTECHS
– PLATAFORMAS
DE CROWDFUNDING



FINTECHS – PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

O surgimento de novas empresas tecnológicas de financiamento permitiu disponibilizar às PME's novas fontes de financiamento alternativo, como é o caso das plataformas de *equity-crowdfunding* ou de *peer-to-peer lending* (P2P). Enquanto que as plataformas de *peer-to-peer lending* constituem instrumentos de financiamento de dívida, as plataformas de *equity-crowdfunding* possibilitam financiamento em capital.

O *crowdfunding* é um método de financiamento colectivo, através de plataformas *online*, que permite que entidades ou projectos concretos sejam financiados por vários investidores, que contribuem com pequenas parcelas do investimento total necessário. A utilização deste tipo de plataformas implica o pagamento de *fees* pelos serviços prestados. Variando entre plataformas, geralmente são aplicadas taxas entre os 2% e 5% do montante total financiado, sendo os custos subtraídos

do capital angariado aquando da obtenção do financiamento.

Existem diversos tipos de processos *crowdfunding* para empresas, sendo que cada um tem o seu público alvo próprio, conjunto de regras específicos e benefícios.

No entanto, o mais indicado para o financiamento de capital é o *equity crowdfunding*. Neste, os investidores têm um interesse na actividade da empresa ou numa futura venda de participações e recebem como contrapartida do financiamento uma parte do capital ou outros direitos. O investimento de *equity crowdfunding* pode traduzir-se na constituição de uma relação de dois tipos:

→ Relação directa, onde os investidores subscrevem ou adquirem acções da empresa beneficiária (posteriormente depositadas num intermediário em seu nome);

FIGURA 12 FUNCIONAMENTO DO EQUITY CROWDFUNDING





CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL

FIGURA 13 (ALGUMAS) PLATAFORMAS DE EQUITY-CROWDFUNDING



→ Relação indirecta, onde o público investe numa entidade ou veículo diferente do Beneficiário, que por sua vez investe em nome próprio na empresa ou projecto a financiar. Neste tipo de relação, o investidor detém uma participação no veículo, que pode ser uma cooperativa ou um *Special Purpose Vehicle*.

Esta modalidade de investimento é atractiva para investidores, uma vez que não lhe são cobradas comissões para investirem através destas plataformas, sendo estas remuneradas pelo sucesso da operação. Adicionalmente, o facto de o sucesso e reputação (e, consequentemente, a sua própria existência) da plataforma estar intimamente ligado ao sucesso das iniciativas promovidas, é fomentada a

realização de todo o processo de *due diligence* na avaliação dos projectos antes de estes serem aceites, minimizando o risco de casos graves de fraude ou de erro.

A utilização deste tipo de instrumento apresenta alguns benefícios para as empresas que procuram financiamento, nomeadamente:

- O processo é rápido e flexível;
- Carece da apresentação de garantias reais;
- Maior visibilidade da empresa ou do projecto, resultante da existência prévia de uma rede de comunicação e utilizadores da plataforma;



→ Custos reduzidos e cobrados apenas com o sucesso e concretização da “ronda de investimento” realizada na plataforma;

A **European Crowdfunding Network AISBL** (ECN) foi formalmente constituída como uma organização internacional sem fins lucrativos em Bruxelas no ano 2013 e apresenta-se como uma rede independente profissional que promove a transparência, (auto) regulação e governança adequada, ao mesmo tempo que apresenta uma posição na discussão de políticas e construção da opinião pública.

Como tal, a ECN procura executar iniciativas destinadas a inovar, representar, promover e proteger a indústria europeia de crowdfunding como um as-

pecto-chave da inovação em finanças alternativas e tecnologia financeira (como ativos criptográficos ou tecnologias de registo distribuído). No seu directório de membros (ECN, 2020), apresenta um conjunto de plataformas de todas as tipologias, como *equity crowdfunding*, *lending crowdfunding*, *real estate crowdfunding*, *reward crowdfunding*, *mixed crowdfunding*, entre outros.

Atendendo que cada plataforma apresenta um conjunto de critérios diferentes, como *fees*, montante de financiamento necessário, questões de crédito, etc., na eventualidade de se recorrer a este tipo de financiamento é aconselhado que se realize uma pesquisa pela plataforma que melhor se adequa ao projecto/empresa.

REFERÊNCIAS

- BAF. (2017). *Understanding the Nature and Impact of Business Angels Funding Research and Innovation - Final Report*. Business Angels Funding.
- Bertoni, F., Martí, J., & Ferrer, M. A. (2011). *The Different Role Played by Venture Capital and Private Equity Investors on the Investment Activity of Their Portfolio Firms*. *Small Business Economics*, 49.
- Canvanizer. (2020). *Create a new Business Model Canvas*. Obtido de <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>.
- Corporate Finance Institute. (2020). *Private Equity Funds*. Obtido de <https://corporatefinanceinstitute.com/>
- EBAN. (2018). *Why Business Angels Do Not Invest - Findings on obstacles preventing investment in startups*. European Business Angels Network.
- EBAN. (2020). *EBAN Statistics Compendium 2019 - European Early Stage Market Statistics*. Bruxelas, Bélgica: European Business Angels Network.
- EBAN, BAE. (2019). *European Business Angel Barometer*.
- ECN. (2020). *Directory of Members*. Obtido de European Crowdfunding Network: <https://eurocrowd.org/directory-of-members/>
- FNABA. (2015). *Empreender com Business Angels - Tópicos para Empreendedores*. Federação Nacional de Associações de Business Angels, European Business Angels Network, Halo Business Angels Network.
- IAPMEI. (2016). *Guia Explicativo para a Criação do Plano de Negócios e do seu Modelo Financeiro*. IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.
- IAPMEI. (2020). *IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.* Obtido de Portal do Financiamento: <https://financiamento.iapmei.pt/>
- INE. (2020). *Indicador Dimensão Média das empresas: Total*. Obtido de Instituto Nacional de Estatística, I.P.: <https://www.ine.pt/>
- Invest Europe. (Dezembro de 2020). *Research - Fundraising data analysis*. Obtido de <https://www.investeurope.eu/>
- OECD. (2011). *Financing High-Growth Firms: The Role of Angels Investors*. OECD Publishing.
- OECD. (2016). *Financing SME's and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*. Paris: OECD Publishing.
- Sohl, J. (2019). *The Angel Market in 2018 More Angels Investing in More Deals at a Lower Valuation*. Center for Venture Research.
- Sort, J., & Nielsen, C. (2018). *Using the business model canvas to improve investment processes*. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.

ANEXOS



Study Case: NKD

País: Alemanha

Região: Bindlach

Investidor: OpCapita

Data: 22 Nov 2019

CASO

NKD, um retalhista de roupas com sede na Alemanha e lojas na Alemanha, Áustria, Itália, Eslovénia e Croácia, estava a atravessar um período difícil quando a OpCapita adquiriu a empresa em 2013: a empresa tinha sido alvo de sub-investimento e má gestão operacional por vários anos, com a gestão sénior a ser acusada de fraude. O fraco desempenho operacional fez com que o negócio anteriormente lucrativo sofresse significativamente, culminando em prejuízos.

Capaz de identificar de forma clara a má gestão operacional, nos anos seguintes a OpCapita transformou por completo a empresa. Adicionou retalhistas experientes, John von Spreckelsen e o fundador da New Look, Tom Singh, como presidente e consultor sénior, concentrando-se na reformulação da equipa de gestão, na consolidação dos fornecedores, numa nova política de preços, para reduzir os descontos, e na melhoria do marketing.

Em 2019, aquando a venda pela OpCapita da propriedade do negócio, a NKD encontrava-se em crescimento e gerava lucros substanciais, tendo o processo salvado mais de 7.000 postos de trabalho.

**ULRICH HANFELD**

(CEO)

"OpCapita was a strong and successful partner for NKD and the management team. We're proud of the results we accomplished together - sales and profitability are increasing and stable, c. 8,500 jobs are secured and the company's business model is ready and sustainable for the future."



01 CASE STUDY

BENEFÍCIOS:

- Melhoria da margem bruta em 970 pontos base;
- > 7.000 postos de trabalho foram mantidos.

O QUE O NEGÓCIO NECESSITAVA?

- Nova gestão e investimento para virar a empresa;
- Uma nova estratégia para retornar o retalhista aos lucros;
- Revisão operacional para modernizar o negócio e melhorar a eficiência.

COMO É QUE INVESTIMENTO DE PRIVATE EQUITY CRIOU VALOR?

- Permitiu nomear uma nova equipa de gestão, incluindo CEO, CFO, CSO e Director de Marketing;
- Permitiu trazer executivos de retalho experientes como presidente e conselheiros;
- Fechou 400 lojas de baixo desempenho, renegociou 1.000 licenças e abriu 247 lojas em locais cuidadosamente seleccionados;
- Reorientou o negócio para a sua demografia alvo;
- Restruturou a cadeia logística da NKD para me-

lhorar as margens, reduzir os tempos de entrega, melhorar a qualidade e garantir o abastecimento ético;

- Implementou uma nova política de preços de forma a reduzir o markdown.

QUE RESULTADOS FORAM ALCANÇADOS GRAÇAS AO PRIVATE EQUITY?

- Salvou uma empresa perto do colapso, salvando 7.000 empregos directos;
- Retornou a empresa ao lucro: passando de um prejuízo de €34 milhões em 2013 para €45 milhões EBITDA em 2019;
- Melhorou o portfolio das lojas: em 2013, apenas 67% das lojas obtiveram lucro enquanto que em 2019 este valor subiu para 97%;
- Melhorou as margens brutas em 970 pontos base entre 2014 e 2018;
- Aumentou as vendas por metro quadrado em 25%;
- Criou um negócio sustentável para o futuro, voltando a crescer /com 99 inaugurações de lojas planeadas quando a OpCapita vendeu o negócio).



Study Case: Mykogen

País: Polónia

Região: Lodzkie

Investidor: Abris Capital Partners

Data: 12 Nov 2019

CASO

Durante o período de cinco anos no qual era propriedade da Abris, a Mykogen conseguiu crescer e desenvolver, passando de uma empresa de médio porte no sector de produção de substratos a líder de produção da Europa Central e Oriental (quer ao nível de volume como em qualidade).

A Abris ajudou a empresa a executar um plano de crescimento, triplicando de forma orgânica o EBITDA registado na Polónia por meio da expansão das instalações existentes, bem como através da aquisição complementar da Fungis, um concorrente local. Adicionalmente, a Abris apoiou a empresa de forma a manter as receitas e rentabilidade na Ucrânia, o seu segundo mercado, apesar da agitação geopolítica e da desvalorização de 70% na moeda local.

Em 2017, o Mykogen foi vendido com sucesso para o adquirente corporativo Greenyard N.V. Na altura da saída de investimento, a empresa era a maior produtora de substrato de cogumelos na CEE e a terceira maior na Europa.



PAWEŁ GIERYŃSKI

(MANAGING PARTNER ABRIS)

"We are proud that once again we have been able to help a Polish, family-run business to realise its ambitious development plans. We are delighted that the results have not only secured Mykogen group the long-term trust of its clients, but also wholly validate our chosen business strategy."



02 CASE STUDY

BENEFÍCIOS:

- Taxa de crescimento anual composta do volume de produção de 18% entre 2012 e 2017;
- Taxa de crescimento anual composta do EBITDA de 10% entre 2012 e 2017.

O QUE O NEGÓCIO NECESSITAVA?

- Expansão da capacidade produtiva existente;
- Profissionalização da equipa de gestão;
- Consolidação do mercado;
- Manutenção da liderança de qualidade.

COMO É QUE INVESTIMENTO DE PRIVATE EQUITY CRIOU VALOR?

- Permitiu construir uma equipa de gestão profissional por meio de promoções internas, recrutamento externo e um programa de *coaching* de longo prazo;
- Concluir o programa de investimento em novas fábricas e linhas de produção;

- Construiu uma estrutura de gestão, introduzindo padrões de gestão de alta qualidade, trazendo um CEO e CFO;
- Executou uma aquisição “bolt-on” (Fungis);
- Permitiu aumentar a sua escala e distribuição geográfica;
- Construiu uma segunda fábrica de produção na Ucrânia;
- Construiu uma equipa de controlo financeiro a partir do zero.

QUE RESULTADOS FORAM ALCANÇADOS GRAÇAS AO PRIVATE EQUITY?

- Aumentou o volume de produção na Ucrânia em 50% e triplicou na Polónia;
- Aumentou a quota de mercado de 10% para 22% na Polónia, e de 40% para 60 na Ucrânia;
- Converteu um “player local” no terceiro maior produtor de substrato da Europa.



Study Case: Euromed

País: Espanha

Região: Catalunha

Investidor: The Riverside Company

Data: 02 Jul 2019

CASO

A Riverside investiu na Euromed, um produtor padronizado de extractos de ervas e substâncias activas naturais para as indústrias farmacêutica, *nutraceutical*, alimentar e cosmética, em 2015.

A Euromed processa mais de 5.000 toneladas de matérias-primas todos os anos para produzir extractos de alta qualidade para responder às necessidades de mais de 300 clientes em 35 países em todo o mundo. Durante os três anos de gestão da Riverside, as vendas da Euromed cresceram a uma taxa de crescimento anual composta de 16% e os lucros duplicaram.

Durante este tempo, a Euromed também adquiriu a ProbelteBio como *"add-on"*, permitindo aumentar a capacidade de produção em cerca de 30% e adicionar produtos complementares ao seu portfólio. Adicionalmente, o *"add-on"* permitiu obter a capacidade de produção necessária para sustentar o crescimento da empresa no futuro.



JAVIER ROIG

(CEO)

"It has been a wonderful journey with The Riverside Company. We've come so far in just three years achieving so many strategic initiatives, including the add-on investment and the launch of the Innovation Centre."



03 STUDY CASE

BENEFÍCIOS:

- Aumento em 30% da capacidade de produção;
- Taxa de crescimento anual composta das vendas de 16%.

O QUE O NEGÓCIO NECESSITAVA?

- Investimento para o lançamento de novos produtos;
- Expansão Internacional;
- Aumento da capacidade produtiva;
- Aumentar as vendas de produtos de valor agregado.

COMO É QUE INVESTIMENTO DE PRIVATE EQUITY CRIOU VALOR?

- Adicionou novos processos e melhores práticas – especialmente relacionadas com I&D e desenvolvimento de novos produtos;

- Aumentou a equipa de I&D e construiu um novo centro de I&D;
- Melhorou a gestão, adicionando um novo CFO, COO e Director de Marketing Científico;
- Melhorou a equipa de vendas internacionais;
- Completou a compra/aquisição da empresa ProbelteBio.

QUE RESULTADOS FORAM ALCANÇADOS GRAÇAS AO PRIVATE EQUITY?

- Aumentou a taxa de crescimento anual composta das vendas em 16% e duplicou o EBITDA em três anos;
- Desenvolveu uma cultura de inovação na empresa;
- Melhorou a linha de produtos de suplementos alimentares e de extractos funcionais de alimentos;
- Melhorou a gestão do capital circulante.

TÍTULO

CONTACTO COM INVESTIDORES DE CAPITAL - GUIA PRÁTICO

(EDIÇÃO: DEZEMBRO DE 2020)

PROPRIEDADE E EDIÇÃO



Sede da ANEME

Pólo Tecnológico de Lisboa, Rua Francisco Cortês Pinto, n° 2 (Lote 13 b)

1600-602 Lisboa // PORTUGAL

T. +351 21 711 27 40

F. +351 21 715 04 03

Delegação Regional da ANEME – Torres Vedras

Edifício CAERO - Rua António Leal D'Ascensão

2560-309 Torres Vedras

PORTUGAL

T. +351 26 132 68 60

aneme@aneme.pt // www.aneme.pt

COORDENAÇÃO



AUTORIA

RICARDO LUZ

Projecto Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional