

## O que o investidor procura em um negócio nascente

Marcos Hashimoto



*Se você quer a participação de capital de risco no negócio, precisa ter uma proposta de valor, credenciais e visão*

Tendo participado de várias reuniões entre investidores e empreendedores ao longo dos últimos 10 anos, percebi algumas coisas em comum nas perguntas e nos interesses dos investidores. Se o empreendedor possuir ou tiver boas respostas, invariavelmente a conversa avançará até uma fase mais madura de negociação. Vou relatar alguns desses pontos no meu artigo de hoje:

**1. Investidores investem em pessoas, e não em negócios.** Eles costumam dizer que, se tiverem que escolher entre um negócio classe A na mão de um empreendedor classe B e um negócio classe B na mão de um empreendedor classe A, provavelmente vão escolher o segundo. O mais provável é que um empreendedor classe B estrague um negócio classe A, ao passo que um empreendedor classe A pode facilmente transformar um negócio classe B em um grande sucesso. Por isso, foco na equipe. O empreendedor precisa provar que tem um time de primeira ao seu lado.

**2. Proposta de valor.** Seu negócio precisa resolver um grande problema ou atender a uma grande necessidade de um mercado que pode crescer muito. Trazer soluções para problemas que ainda não existem não caracterizam uma oportunidade. Mostre um cliente que adora o seu produto ou serviço e você terá uma proposta de valor válida. Produtos que ainda não existem não vão despertar o interesse do investidor.

**3. Algum grau de inovação.** Muitas oportunidades estão em ampliar mercados para produtos já existentes. Você até pode começar um negócio com essa abordagem, mas ele logo chegará ao seu teto de potencial de crescimento. Investidores querem crescer logo e muito, por isso, o pressuposto básico é que haja algum grau de inovação para gerar um alto valor percebido para o mercado, seja na forma de uma nova tecnologia, seja em alguma etapa da cadeia de valor, seja na lógica do modelo de negócio. Em alguma parte do negócio precisa haver algum diferencial que o concorrente tenha dificuldade de imitar.

**4. Tenha algo para mostrar.** Se tudo o que você tem são ideias, esqueça! O empreendedor precisa mostrar algo, uma patente, um produto, um cliente, parte das instalações, um

conselho, um ponto comercial, uma parceria, uma licença... Quanto mais coisas ele já tiver avançado por conta própria sobre o negócio, mas palpável e concreto irá se tornar para o investidor. Isso dá credibilidade e demonstra seu espírito empreendedor. Não espere vir o primeiro investimento para começar a trabalhar a ideia. Tudo o que puder ser antecipado com recursos pessoais deverá ser feito e mostrado para o investidor.

**5. Credenciais.** O empreendedor precisa aprender a coletar credenciais. Se só ele fala bem do seu produto ou serviço, ele pode ser o único a se iludir com a viabilidade do negócio. Por outro lado, se ele colher depoimentos de clientes, usuários, especialistas, parceiros estratégicos, membros do conselho, imprensa e de outras pessoas que não precisam falar bem do seu produto, mas que falam espontaneamente, então conseguirá credibilidade externa e idônea, um ativo valiosíssimo na negociação com o investidor.

**6. Projeções realistas.** Uma relação com o investidor deve ser transparente e honesta desde o princípio, pois o pressuposto é que a confiança vai imperar neste relacionamento, se ele avançar. Por isso, tentativas de "dourar a pílula", mostrando algo que não existe, vai ser revelado mais cedo ou mais tarde e vai minar essa confiança. Se não tiver boas bases para os números, não mostre nada, o que também não quer dizer que todos os números precisam ser 100% precisos. Mais do que números certos, o que os investidores querem ouvir são boas argumentações para os números.

**7. A próxima onda.** Se você quer surfar na onda que está passando agora, esqueça os investidores. Mesmo que ainda haja oportunidades, as melhores já foram aproveitadas. Os investidores estão de olho na próxima onda, e você deve demonstrar que está antenado no que vai acontecer. Sites de compra em grupo, crowdsourcing, padarias gourmet, livrarias com café, jogos para celular, cooperativas de microcrédito e assim por diante já não despertam a atenção dos investidores. Se você conseguiu um estudo pronto sobre esse tipo de negócio, pode ter certeza que é de uma onda que já passou.

**8. Escalabilidade.** Nem todos os bons negócios são escaláveis, ou seja, não podem crescer bastante em pouco tempo. Algumas boas ideias nascem para continuar pequenos. Negócios que dependem muito do empreendedor ou que não apresentam ganhos de escala se enquadram nessa categoria. O que, diga-se de passagem, não é ruim. Você não precisa ter um negócio grande, mas ser feliz com um grande negócio, mas o investidor não se interessa por negócios que não podem crescer. Altos ganhos só vêm com alto crescimento.

**9. Vontade de ter capital de terceiros.** Um investimento é como um casamento entre o investidor e o empreendedor. Ambos precisam querer e devem se sentir confortáveis com a parceria. Muitos empreendedores prezam tanto a independência e a autonomia que se arrependem de captar dinheiro de terceiros depois que descobrem que o investidor vai interferir nos rumos da empresa. Pode ser que sua visão de negócio seja diferente do interesse do investidor. Pode ser que o seu tipo de negócio não seja para capital de risco. Pode ser que o ritmo que o investidor vai exigir para o negócio não corresponda com o estilo de vida que o empreendedor deseja. Muitas coisas podem ser incompatíveis e, se o empreendedor tiver objeções, é melhor nem procurar um investidor de risco.

*\* Marcos Hashimoto é professor de empreendedorismo da ESPM, consultor e palestrante*

**Fonte: PEGN. [Portal]. Disponível em:**

**<<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI322179-17141,00.html>>.**

**Acesso em: 24 out. 2012.**