



Financiamento e investimento

1. Conselhos para as suas finanças pessoais
2. Tipos de financiamento
3. Quanto deve aumentar e quando
4. Outras curiosidades financeiras



“Faça as contas de quanto dinheiro é que vai precisar, depois duplique e vá buscar esse dinheiro.”

– Marc Zornes, cofundador da Winnow Solutions

Capítulo 5

Angariar dinheiro é uma parte essencial de ser empreendedor. O setor agroalimentar tem alguns desafios específicos no que diz respeito às finanças, dadas as taxas de crescimento tipicamente mais lentas, a sazonalidade dos fluxos de caixa e o tempo necessário para o retorno do investimento. Embora algumas empresas possam crescer organicamente e não exigir nenhum financiamento externo, a maioria precisará de uma injeção de capital, seja na forma de dívida, património ou concessão de subsídios.

O acesso ao financiamento para mulheres e minorias étnicas também é muito mais difícil de conseguir, ainda que cada vez mais evidências mostrem que são investimentos inteligentes ([Fonte](#)). As startups lideradas por mulheres podem considerar útil [esta lista](#) de fontes de financiamento, e [esta](#) lista de recursos e redes de apoio úteis para startups lideradas tanto por mulheres como por minoria étnicas. Embora não seja uma lista exaustiva, este relatório fornece algumas dicas úteis para uma série de países Europeus a partir da [página 53](#) para estrangeiros e minorias étnicas.

Este capítulo levá-lo-á a conhecer os tipos de financiamento disponíveis, oferecerá dicas sobre apresentações a investidores e percorrerá tudo aquilo relacionado com o financiamento do seu negócio. Antes de entrarmos nisto, pensamos que seria útil falar primeiro sobre finanças pessoais.

Conselhos para as suas finanças pessoais

- **Descubra quanta margem de manobra é que tem e o que fará para se aguentar quando as coisas demorarem o dobro do tempo que deviam** (porque demoram sempre). Alguns empreendedores começam a trabalhar na sua ideia enquanto estão a trabalhar a tempo inteiro noutros lugares e só arriscam depois de poupar dinheiro suficiente ou terem recebido algum financiamento inicial. Pode considerar trabalhar a meio termo na fase inicial da sua startup ou considerar a possibilidade de trabalhar como freelancer para estender a sua margem de manobra.
- **Porque é que a sua margem de manobra importa?** A última coisa que quer é criar uma startup incrível para depois ter de sair porque ficou sem dinheiro quando tudo estava prestes a começar. O stress financeiro também pode afetar significativamente o seu bem-estar, a sua produtividade e a liderança da sua equipa.
- **Perguntas importantes a ser feitas:** Consegue não pagar a si próprio por um mês ou dois (ou mais) para suavizar o fluxo de caixa porque precisa de pagar à sua equipa? Está disposto a abdicar de certas despesas ou certos aspetos do seu estilo de vida para gerir uma startup?

Tipos de financiamento

O tipo de estratégia de financiamento que decide utilizar dependerá do tipo de negócio que deseja construir. Algumas ideias de negócio precisam de pouco financiamento para começar, enquanto outras requerem muito mais capital. Uma empresa agrícola, como uma exploração aquapónica, terá um alto investimento inicial (custo das máquinas, custo de localização física, conhecimento científico etc.), enquanto uma empresa que produz um produto alimentar pode começar em pequena escala, com pouco investimento inicial, crescer organicamente e apenas necessitar de mais capital para crescer. O tipo de financiamento que recebe também depende de quanto controlo deseja manter sobre o seu negócio e sobre a sua apetência ao risco. Se investir em ações/participações, estará a dar uma parte do seu negócio aos investidores, enquanto que, se optar por assumir dívidas, manterá o controlo mas será responsável pelo seu reembolso. Vejamos as diferentes opções mais detalhadamente.



Subsídios de financiamento

Se puder obter financiamento, faça-o. A vantagem? É dinheiro grátis. Dinheiro pelo qual não precisa de pagar e dinheiro pelo qual não precisa de capital próprio para dar como garantia. Geralmente é distribuído por Governos, fundações, ONGs ou grandes empresas. As desvantagens? Os pedidos de subvenção podem ser demorados, complicados, levar muito tempo para serem processados e ter critérios relativamente exigentes, muitas vezes vinculando-o a causas de caridade, não aperfeiçoando o seu negócio. Para encontrar fontes de subsídios: procure fundações beneficentes no seu país; participe em eventos filantrópicos e de startups; veja se outros negócios sustentáveis ou empresas sociais receberam financiamento que pode ser aplicado a si; configure os alertas do Google com palavras-chave e pesquise se existem conjuntos de sites de doadores no seu país. Aqui estão alguns sites pan-europeus ou globais para começar (não incluímos países específicos):

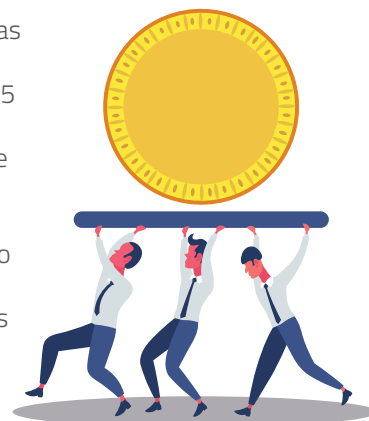
- **Subsídios de inovação do EIT RIS:** receba até 10 000 € de financiamento sem ter que dar ações/participações para a sua inovação agroalimentar, estes subsídios recompensam os melhores empreendedores e startups do sul e leste da Europa que tenham.
<https://www.eitfood.eu/programmes/ris-innovation-grants>
- **O Desafio Verde das Lotarias de Código Postal:** uma competição anual aberta a soluções de negócios que contribuem para um planeta mais sustentável, o vencedor ganha 500 000,00 €!
<https://www.greenchallenge.info/info/green-challenge-fund>
- **A Thought for Food** dedica-se a capacitar a próxima geração de inovadores a criar novas soluções que transformem o nosso sistema alimentar
<https://thoughtforfood.org/challenge/>
- **Centro Barilla de Alimentação e Nutrição:** O 2018 BCFN YES! O Concurso de Bolsas de Pesquisa convida jovens investigadores em doutoramento e doutorados de qualquer origem e nacionalidade a enviar um projeto de investigação para melhorar a sustentabilidade do sistema alimentar (20 000,00 €)
<https://www.barillacfn.com/en/>
- **Eurostars:** Se é uma pequena empresa que precisa de financiamento público para a sua ideia inovadora, o Eurostars foi cuidadosamente desenvolvido para atender às suas necessidades específicas:
<https://www.eurostars-eureka.eu/2019-cut-offs>
- **O Fundo Europeu Agrícola para o Desenvolvimento Rural:** Subsídios para o desenvolvimento sustentável do setor agrícola e florestal, bem como dos territórios https://www.welcomeurope.com/european-funds/eafnd-european-agricultural-fund-rural-development-713+613.html#tab=onglet_details
- **Fundo Europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas:** ajuda os pescadores a transitarem para uma pesca sustentável e apoia a evolução sustentável da aquicultura.
https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff_en
- **Oportunidades de financiamento e licitações da Comissão da UE e de outros órgãos da UE:**
<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>
- **Fundação Nestlé:** inicia e apoia a investigação em nutrição humana com relevância para a saúde pública em países de baixos e médios rendimentos, de acordo com a classificação do Banco Mundial.
<http://www.nestlefoundation.org/>

Crowdfunding

O crowdfunding tornou-se popular entre as startups nos últimos dez anos como uma forma alternativa de angariar fundos. Existem dois tipos principais de crowdfunding: o baseado em recompensas e o baseado em ações/participações.

O crowdfunding baseado em recompensas oferece às pessoas (geralmente conhecidas como “promotores” ou “financiadores”) uma recompensa. Geralmente, uma versão do produto, ou serviço, para o qual a empresa está a tentar angariar dinheiro, em troca de dinheiro. Estes tipos de campanhas de crowdfunding tendem a ser para angariadores menores (o tamanho médio no Kickstarter é de 18 000 euros), embora algumas campanhas tenham angariado centenas de milhares ou até milhões de euros. Estas campanhas não são gratuitas. As plataformas de crowdfunding cobram entre 3–7% — a maioria cobrando mais por uma campanha flexível (aquela em que recebe o dinheiro, independentemente de atingir o seu objetivo) do que uma campanha fixa (aquela em que só recebe o dinheiro se atingir o objetivo). O crowdfunding baseado em recompensas é uma ótima maneira de angariar fundos iniciais para a sua startup e também possui outros benefícios. Permite testar o interesse pela sua ideia, criar uma comunidade de patrocinadores leais que provavelmente o seguirão ao longo do seu caminho de startup e criar um burburinho em torno da sua marca e produto/serviço.

O crowdfunding de ações/participações é semelhante a um aumento de capital pelos investidores (consulte a secção abaixo sobre investimento em ações/participações), só que é feito através de uma plataforma de crowdfunding, como Crowdcube, WiSeed e FundedByMe. As pessoas investem variadas quantias para uma parte da empresa, com a maioria das plataformas oferecendo quantias de investimento tão baixas como 10 €. Os investidores fazem isto na expectativa de obter um retorno dentro de 5 a 10 anos, seja por meio de uma venda comercial (a empresa é vendida a outra empresa), por meio de um esquema de recompra (a empresa decide recomprar ações/participações de investidores) ou por meio de uma OPI (uma “oferta pública inicial” pela qual a empresa é listada na bolsa de valores mobiliários). Estas campanhas exigem um trabalho mais completo do que as baseadas em recompensas pois exigem planos de negócios, previsões financeiras e avaliações, enquanto que as campanhas baseadas em recompensas não o exigem. O crowdfunding de ações/participações enquadra-se na regulação financeira do país, com plataformas que precisam de ser aprovadas pelos órgãos financeiros competentes.



O crowdfunding não é uma ferramenta mais fácil do que outros tipos de atividades para angariação de fundos, e a quantidade de trabalho que requer não deve ser subestimada. Exige um alto nível de sofisticação no trabalho de marketing.



Como tornar o crowdfunding um sucesso:

- **A preparação é fundamental:** Antes de a sua campanha de crowdfunding começar, planeie aquilo que precisa de fazer, planeie todos os passos a seguir enquanto estiver “live” e planeie já como vai gerir as coisas após terminar o crowdfunding. O seu plano deve incluir o valor que está a angariar, a sua estratégia de marketing, a sua estratégia de relações públicas e a sua lista de contactos. Faça um pré-rascunho de e-mails e comunicações para enviar em momentos importantes. É crucial estar preparado para o lançamento da campanha de crowdfunding mas também é importante estar preparado para quando a campanha terminar. Os financiadores estão a apostar dinheiro, e a depositar esperança, em si, para garantir que cumpre aquilo que prometeu.
- **Seja criativo e genuíno:** Torne a sua campanha original e interessante para as pessoas que está a tentar que embarquem consigo. Isto parece óbvio, mas muitas campanhas de crowdfunding falham porque os fundadores acreditam que as pessoas vão querer apoiar os seus negócios apenas porque é “fixe”. Conte uma história e apele às emoções das pessoas. Mova a imaginação deles e faça com que sintam que, ao apoiar a sua campanha, fazem parte de algo maior.
- **Avalie quanto trabalho realmente requer:** O crowdfunding não é apenas colocar a sua campanha online e ver o dinheiro a entrar. Precisa de estar preparado para dar sempre no duro. Depois de a sua campanha ser lançada, torna-se um trabalho a tempo inteiro na gestão das campanhas de redes sociais e no contacto direto com as pessoas. Vai precisar de entrar em contacto com todos aqueles que já conheceu, quer seja pessoal ou profissionalmente.
- **Descubra como começar em grande:** A maioria das campanhas de crowdfunding que não angariam 30% nos primeiros dois dias fracassam. Portanto, verifique se tem um plano para isto. Deve ter financiadores/investidores alinhados para contribuir assim que estiver disponível. Crie um sentido de urgência, talvez um incentivo para que as pessoas contribuam desde o início (como uma quantidade limitada de recompensas, um sorteio no qual participarão, a possibilidade de ganhar algo especial...). Vale a pena fazer alguns cálculos básicos sobre quantas pessoas precisará de abordar para atingir o seu objetivo.
- **Crie relacionamentos:** tente promover um relacionamento pessoal com o maior número possível de financiadores. Os financiadores acreditam tanto em si que investiram em algo que ainda não existe. Mostre-lhes o apreço que eles merecem. Se esses relacionamentos forem bem geridos, é provável que essas pessoas gastem mais dinheiro consigo no futuro.
- **Aprenda com os outros:** Veja campanhas bem-sucedidas e inspire-se. Escolhemos alguns para que possa começar.

Testemunhos de empresários sobre crowdfunding

“Fizemos isto porque vimos o crowdfunding como uma oportunidade de partilhar a nossa missão e o nosso sucesso com os nossos clientes. Por não muito mais do que o preço do nosso produto, as pessoas poderiam investir na visão de levar as coisas para a próxima etapa. As pessoas estavam entusiasmadas com isto e foi, realmente, um sucesso. Agora temos um exército de pessoas que não só acreditam no que estamos a fazer mas também estão emocionalmente investidas naquilo que estamos a fazer. E esta é uma ligação incrível que também é muito exclusiva para o crowdfunding. No entanto, também é uma pedra no sapato. Envolve muita coisa. Especialmente no crowdfunding de ações — do ponto de vista jurídico das coisas... é caro de montar.”

– Dan Kurzrock, Chief Grain Officer da Regrained.



“Eu recomendo vivamente o crowdfunding. Não como uma maneira de angariar fundos, mas de construir uma comunidade. É uma ótima maneira de divulgar, alcançar os media e ligar as pessoas à sua marca. Mas é preciso muito tempo e esforço. Faça isto apenas se tiver poder de marketing na sua equipa.”

– Chantal Engelen, cofundadora da Kromkommer

Case study de crowdfunding baseado em recompensas: Toast Ale

- **Plataforma:** Crowdfunder (<https://www.crowdfunder.co.uk/raiseatoast#start>)
- **Objetivo:** 20 000 £
- **Resultado:** 29 452 £ com 449 financiadores em 28 dias

Porque é que funcionou? A Toast Ale pegou num problema sério (desperdício de alimentos) e transformou-o em algo agradável e popular (cerveja).

- Transmitiu uma mensagem séria com sentido de humor e deu aos financiadores uma sensação de que estava a dar um valor real (combater o desperdício de alimentos), explicando o impacto tangível (quantas fatias de pão economizadas com cada promessa).
- Explicação clara de que forma o dinheiro seria usado.
- Recompensas inteligentes e criativas para atender a diversos orçamentos.



“O crowdfunding é a MELHOR ferramenta de marketing! Onde mais se pode promover, divulgar a sua história, colocar o seu produto nas mãos das pessoas, obter feedback sobre o produto, criar embaixadores da marca e angariar dinheiro ao mesmo tempo?”

– Cheryl Clements, fundadora e CEO do site de crowdfunding de alimentos e bebidas PieShell



Case study de crowdfunding de ações: Gelado Oppo

- **Plataforma:** Seedrs (<https://www.seedrs.com/oppo-ice-cream>)
- **Objetivo:** 100 000 £
- **Resultado:** 353 811 £

Em 2015, a Oppo tornou-se a oferta “mais financiada” de sempre pela sua iniciativa no Seedrs. Decidiram angariar 100 000 £ mas conseguiram mais de 300 000 £. Quando voltaram ao Seedrs para a seguinte ronda de investimento, em 2016, a Oppo atingiu o seu objetivo de 150 000 £ em, aproximadamente, 6 horas.

Porque é que funcionou? Não venderam apenas um produto mas contaram a história de como a Oppo surgiu. Nós, como humanos, tendemos a sentir primeiro e a pensar depois. Assim sendo, vale a pena capturar a imaginação das pessoas e brincar com as suas emoções.

Dívida

Pedir dinheiro em diferentes fases da sua startup pode ser uma forma eficaz de angariar capital e manter, dentro do possível, o máximo controlo do seu negócio. A dívida pode ser aumentada junto dos bancos, embora isso seja raro na fase inicial, os credores de dívida especializados em startups são muito mais prováveis. Existem esquemas governamentais que também fornecem facilidades de crédito. A desvantagem de aumentar a dívida é a de que você tem de pagar com juros (ao contrário do crowdfunding, do seu património ou de subsídios). Alguns empréstimos para startups podem até exigir uma garantia pessoal, o que significa que você será pessoalmente responsável pelo pagamento do dinheiro no case de a sua empresa falhar.

Cada vez mais popular entre as startups são os **valores mobiliários convertíveis**. Estes também são empréstimos, embora, em vez de serem pagos em dinheiro, sejam pagos em capital próprio. Estes valores mobiliários permitem adiar a avaliação do seu negócio (uma operação frequentemente complicada para startups) e não exigem que pague o dinheiro de volta. Através deste mecanismo, os investidores não recebem o capital imediatamente, mas recebem uma parte do seu negócio na próxima ronda de investimentos em capital (veja abaixo). Parece-lhe um bom negócio? Certamente é, embora não se deva esquecer do trabalho árduo que é avaliar o seu negócio e estabelecer todas as estruturas jurídicas apropriadas para investimentos que ainda sejam precisos ocorrer mais para a frente. Veja este [curso intensivo](#) em valores mobiliários convertíveis para obter mais detalhes sobre como as fazer funcionar para si.

Capital Próprio

É a prática de obter capital dos investidores por uma parte* do seu negócio. O investimento em ações assume várias formas — pode angariar dinheiro com pessoas físicas (geralmente conhecidas como “investidores anjos”), grupos de investidores, capitais de risco, fundos... Existem categorias de investidores, como investidores específicos do setor (neste caso, procure aqueles focados em comida e agro-tecnologia!), investidores de impacto (que se concentram tanto no impacto ambiental e social como no retorno financeiro). O investimento em ações é uma ótima maneira de aumentar grandes quantidades de capital e encontrar pessoas que possam ser fundamentais para o crescimento do seu negócio. Decida se deseja investidores que invistam mas não se envolvem demais (investidores generalistas) ou se deseja aqueles que assumem um papel maior no seu negócio, atuando como consultores e ajudando a abrir portas (investidores estratégicos). É fundamental angariar o capital dos investidores certos. Encontrar pessoas alinhadas com o que quer fazer, e como quer fazer, significa que terá um relacionamento mais colaborativo. Pessoas com experiência relevante ajudá-lo-ão a acelerar o seu crescimento, fornecendo introduções importantes e ajudando a evitar erros que já foram cometidos por eles.

Ao criar e ao gerir um negócio sustentável, há vantagens em trabalhar com investidores de impacto. Se encontrar pessoas que acreditam na sua missão, elas irão valorizar o impacto mais amplo que está a criar, se não mais, do que os ganhos financeiros. Isto significa que eles terão menos probabilidade de retirar retorno e extrair valor do negócio desde o início.

*Existem diferentes tipos de ações/participações que pode emitir. A Investopedia fornece uma [boa visão geral destas informações](#), mas é altamente recomendável obter um aconselhamento jurídico e financeiro para decidir qual é que se adequa melhor à sua empresa.

Passos para angariar investimento em ações

- **Identifique as suas necessidades de financiamento:** deve ter uma ideia de quanto dinheiro precisará de angariar agora e no futuro (os investidores perguntarão quanto é que planeia angariar posteriormente).
- **Descubra quanto vale o seu negócio:** Refere-se a quanto vale o seu negócio e determina a percentagem do seu negócio que precisará de abdicar em troca de investimento. Veja mais sobre isto no final do capítulo.
- **Melhore o seu discurso de elevador:** deve explicar o seu negócio numa frase.
- **Crie um pitch deck e um teaser de investimento:** veja abaixo mais detalhes sobre ambos.
- **Encontre oportunidades para apresentar a investidores:** Encontre redes de investidores (talvez comece com a Comunidade de investidores em alimentação da EIT), noites de apresentação, desenvolva a sua rede pessoal de networking, pergunte a amigos e outras startups se têm dicas/podem recomendar pessoas.
- **Aprenda a abordar:** a prática leva à perfeição. Se tiver a oportunidade de falar com investidores, leve isso a sério, garantindo que está sempre preparado. Deve praticar o seu discurso e conhecê-lo de trás para a frente. Também deve estar preparado para possíveis perguntas que eles possam fazer. Pode ser intimidante, mas lembre-se que conhece o seu negócio melhor do que qualquer outra pessoa, por isso tenha confiança para defender a sua proposta. Os investidores não estão lá para o tramar. Se eles estiverem interessados no seu negócio, eles vão querer garantir que fez o seu trabalho de casa e que tem uma ótima equipa e um plano para executar a sua ideia.

Aqui estão algumas outras dicas úteis:

- Seja breve. Quanto mais for conciso e direto ao ponto, melhor. Certifique-se de seguir as diretrizes temporais que lhe foram dadas, caso estas tenham sido decididas por outra pessoa.
- Seja entusiasmado e partilhe a sua paixão. Os investidores querem investir em pessoas que dão tudo para expandir o seu negócio. Se não trouxer boa energia para a sala, eles também não o farão.
- Conheça o seu público: se puder investigar os seus investidores antes de lhes apresentar a ideia (nem sempre é o caso se estiver a participar em eventos de pitching), faça-o e adapte o seu argumento a eles e aos seus interesses.
- Conte uma história: partilhe a sua visão completa e venda o sonho. Encontre uma maneira de se relacionar e aproveite as emoções do seu público. Eles podem concentrar-se nos detalhes depois de se interessarem pela ideia.

- Depois de encontrar investidores: crie uma folha de termos e condições. Pode encontrar [modelos para folhas de termos e condições](#) online, embora seja melhor trabalhar com advogados (e outros documentos de investimento), porque o impacto financeiro direto de fazer isto mal pode ser muito significativo para si.
- Prepare documentos jurídicos com advogados.
- Deixe o dinheiro entrar! E que comece a verdadeira diversão.

Criando um pitch deck e um teaser de investimento

Um pitch deck é uma breve apresentação que mostra os principais aspetos do seu plano de negócios e é usado para abordar os investidores (ou outras partes das quais pode querer algo, como aceleradores ou determinados clientes, por exemplo). De um modo geral, a sua apresentação não deve ter mais de 15 slides e deve ser conciso e claro. Menos é mais! Não terá muito tempo para impressionar quem quer que esteja a abordar, por isso ponha todo o seu pensamento e consideração no seu pitch deck e na forma como o apresenta. Torne-o visualmente atraente, não o reduza a uma lista de pontos e texto que leia no ecrã! Seja emocionante e conte uma história para se envolver emocionalmente com seu público.



Um bom esboço para o seu deck pode ser:

- Que **problema** é que está a tentar resolver?
- Qual é a sua **solução**?
- Que **mercado** é que está a alcançar e qual o seu tamanho?
- Como é que o seu **produto ou serviço** funciona ou o que é que ele oferece?
- Quem é a sua **concorrência** e como é que eles estão a resolver o problema?
- Qual é a sua proposta única de valor (**USP**)?
- Como é que você se diferencia da concorrência?
- O que é que **conseguiu** até agora? Quais são as suas vendas, clientes existentes ou potenciais?
- Quem está na sua **equipa** e porque é que são as pessoas certas para isto?
- Quais são as suas **projeções financeiras** para os próximos 3–5 anos?
- Quanto **investimento** é que precisa? (ou outra pergunta se não é usada para investimento)



Um teaser de investimento, muito parecido com um pitch deck, é frequentemente a primeira coisa que os potenciais investidores vêem. Normalmente, uma ou duas páginas que abrangem as mesmas secções de um deck mas com mais detalhes porque não terá a chance de apresentar.

Também é importante lembrar que deve ter cuidado com a forma como aborda os potenciais investidores porque existem leis que protegem as pessoas de esquemas relativos a oportunidades de investimento fraudulentas. É melhor verificar estas regulamentações para o seu país especificamente e/ou solicitar aconselhamento jurídico.

Tabela de resumo de tipos de financiamento

Tipo de financiamento	Prós	Contras
Subvenções/ Subsídios	<ul style="list-style-type: none"> Não precisa de pagar de volta ou abdicar de ações/participações da sua empresa (capital próprio) 	<ul style="list-style-type: none"> As candidaturas podem ser complicadas e demoradas Pode levar muito tempo para ser processado Normalmente têm critérios apertados para aos quais se tem de enquadrar
Crowdfunding (orientado por objetivos)	<ul style="list-style-type: none"> Permite testar o interesse das pessoas pela sua ideia e obter feedback Dá a oportunidade de construir uma comunidade de patrocinadores leais e embaixadores da marca Ajuda a espalhar a história da sua marca e a criar um burburinho à volta da sua marca e produto/serviço Não precisa de pagar de volta ou abdicar de ações/participações da sua empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Requer muito trabalho prévio, durante e após a campanha Precisa de ter os patrocinadores alinhados antes do início do crowdfunding, caso contrário, a hipótese de sucesso será muito reduzida Os sites de crowdfunding cobram uma taxa de 3–7% Angariação de poucos fundos (a média no Kickstarter é de 18 000,00 €) Menos adequado para empresas B2B
Crowdfunding (capital próprio)	<ul style="list-style-type: none"> Potencial para angariar uma grande quantidade de fundos em comparação com o Crowdfunding orientado por objetivos Ajuda a espalhar a história da sua marca e a criar um burburinho em torno da sua marca ou produto/serviço Dá oportunidade para construir uma comunidade de financiadores leais e embaixadores da marca 	<ul style="list-style-type: none"> Exige ainda mais trabalho do que o crowdfunding orientado por objetivos (é necessário ter um plano de negócios, uma previsão financeira e de avaliação) Precisa de abdicar de uma parte do seu negócios através de ações/participações da sua empresa Precisa de ser aprovado pelas instituições financeiras relevantes
Dívida	<ul style="list-style-type: none"> Angariar capital mantendo o controlo do seu negócio 	<ul style="list-style-type: none"> Tem de ser pago com juros Difícil de obter para startups sem experiência Pode exigir uma garantia pessoal
Capital própria	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidade para angariar maiores quantidades de capital Possibilidade de acelerar o crescimento através de relações de colaboração com investidores 	<ul style="list-style-type: none"> Precisa de ceder uma parte do seu negócio Tem investidores para gerir e a quem tem de prestar contas (isto pode ser bom e mau)

Relações com investidores

Depois de ter investidores a bordo, precisará de descobrir como os vai gerir. Alguns investidores serão mais exigentes do que outros. Você pode agendar reuniões regulares ou chamadas com investidores entusiasmados se achar que eles o podem ajudar de alguma forma. No geral, precisará de desenvolver um método de comunicação regular — pode ser semanal, mensal ou trimestral (é provável que mais do que um trimestre seja já muito longo).

Dica dos empresários sobre a gestão dos investidores

“Supercomunicar em vez de subcomunicar até alcançar o equilíbrio, para se que possa construir adequadamente uma relação de confiança.”
– David, CEO e cofundador da Aerofarms





“Os investidores não são seus chefes e, se os tratar como tal, não tirará o máximo proveito deles nem não será um bom líder. Antes de escolher os seus investidores, eles são examinados por nós para a saber se estão alinhados com a missão. Fizemos um teste decisivo — se um investidor não partilhasse uma história ou anedota em relação ao desperdício alimentar, era muito pouco improvável que eles percebessem a missão. Crie uma maneira de examinar os investidores. Entenda também que, quando um investidor recusa o seu negócio, não é pessoal, simplesmente não entendem.”

– Saasha Celestial-One, cofundadora da Olio

Quanto deve angariar e quando

Não existe uma resposta direta para responder a isto e variará drasticamente, dependendo do tipo de negócio em causa e das diferentes fases do negócio. Achamos que seria útil mostrar as rotas de investimento de algumas empresas

Negócio 1: Marca que faz snacks com grilos



- 1. Fundos pessoais:** Três cofundadores investem 5 000,00 € de poupanças pessoais para montar um conceito básico que consiste em snacks protótipo feitos em casa e as ideias iniciais da marca com designers freelancers. Este MVP e a marca inicial são usados para a próxima etapa, a da captação de financiamento.
- 2. Concessão de fundos:** Três meses depois, a empresa obtém financiamento de uma incubadora de empresas sociais local e recebe 10 000 euros. Isto foi usado para financiar mais desenvolvimento para produto e para a marca.
- 3. Campanha de crowdfunding:** Seis meses após o seu investimento pessoal inicial, os fundadores decidiram angariar o seu próximo pedaço de capital através de um crowdfunding orientado por objetivos para começar a construir uma comunidade. Eles angariaram 25 000,00 € oferecendo uma pré-venda das suas barritas. Eles usaram o dinheiro para realizar a sua primeira operação de produção adequada com um co-packer. Eles usam os snacks feitos nesta operação para conquistar os primeiros clientes e a próxima captação de financiamento.
- 4. Investidores anjo ronda 1:** Um ano depois, tendo conquistado os seus primeiros clientes e com vendas comprovadas em pequena escala, os fundadores decidiram levantar uma primeira ronda de investimento de investidores anjo para levar os seus negócios para a próxima etapa. Arrecadaram 160 000 € e os fundos para aumentar a sua equipa e para o marketing cuja função era a de aumentar o reconhecimento da marca.
- 5. Investidores anjo ronda 2:** 19 meses após a primeira ronda, tendo desenvolvido experiência com dois grandes retalhistas e aumentado substancialmente o fluxo das receitas e vendas, os fundadores decidiram levantar uma segunda ronda de investimento de investidores anjo (uma parte composta por investidores existentes, outra parte por novos). Eles arrecadaram 400 000 € e gastaram o dinheiro no desenvolvimento de novos produtos, desenvolvendo ainda mais a equipa e refinando a sua marca e o seu marketing. Isto ajuda o negócio deles a alcançar milhares de pontos de venda e a atingir o ponto de equilíbrio - breakeven (o ponto em que as receitas totais equivalem às despesas totais).

Negócio 2: Empresa de tecnologia alimentar que criou uma solução para minimizar o uso de água e de pesticidas em explorações agrícolas tradicionais

- 1. Fundos pessoais:** Dois cofundadores utilizam fundos pessoais para se financiar enquanto desenvolvem um plano de negócios e um pitch deck de investidores. Posteriormente, asseguram a sua primeira ronda de financiamento.
- 2. Investidores anjo ronda 1:** 8 meses após a sua ideia inicial, a empresa angariou, com sucesso, 250 000 € para o desenvolvimento de produtos, estudos de viabilidade e para experimentar a sua tecnologia em duas propriedades agrícolas separadas. Em troca, eles doam 20% da empresa, avaliando os seus negócios em 1 250 000,00 € post-money (consulte o léxico do jargão financeiro para saber mais sobre isto).
- 3. Crowdfunding de ações:** Outros 8 meses depois, confiantes no progresso que estão a fazer e vendo o potencial benefício do crowdfunding, os fundadores decidem realizar uma campanha de ações/capital próprio, angariando 600 000 € adicionais em troca de 30% da empresa. Isto dilui os fundadores e os investidores anjo. O financiamento é utilizado para desenvolver ainda mais a tecnologia e levar a solução para o mercado e para várias explorações agrícolas. Através de contactos criados durante a campanha, eles também são apresentados a uma das maiores empresas de agrotecnologia do mundo.
- 4. Dívida:** Um ano depois, os fundadores percebem que precisam de um pouco mais de dinheiro antes da sua próxima captação substancial de financiamento enquanto discutem com fundos de capital de risco. Assim sendo, emitem instrumentos convertíveis para os investidores existentes como um empréstimo intercalar/temporário. Este dinheiro atua como uma "ponte" entre duas rondas de financiamento. Os investidores que emprestarem o dinheiro receberão um desconto quando este for convertido em capital próprio quando a próxima ronda de financiamento for concluída.
- 5. Capital de risco:** 17 meses depois, wow pronto para escalar, a empresa arrecadou 1,5 milhões de euros de um parceiro estratégico de capital de risco com experiência no setor. Eles cedem mais 25% do negócio, diluindo a participação de todos os acionistas existentes. Este parceiro de capital de risco coloca um membro no board e permite que a empresa tenha os recursos para crescer verdadeiramente.



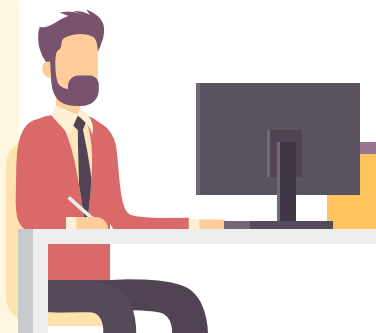
É útil fazer algumas perguntas a si mesmo ao decidir quanto angariar:

- Para que é que vamos usar este dinheiro especificamente?
- O que é que queremos alcançar antes de angariar dinheiro novamente?
- O que é que queremos provar antes de angariar dinheiro novamente?
- Quanto valor é que esta angariação de fundos acrescentará aos nossos negócios?
- Qual é o nosso plano B no caso de as coisas não correrem conforme o planeado antes da próxima angariação de fundos?

Principais dicas de empresários para captar o investimento

“Nos primeiros dias, seja super lutador na forma de construção do seu negócio. Faça sacrifícios. Esteja preparado para não receber um salário, esteja preparado para trabalhar como um cão e para se ir desenrascando. Vai aprender muito ao fazer isto. Depois de angariar dinheiro, as expetativas aparecem. Antes de angariar dinheiro, é o seu jogo. Depois não é uma questão de como conseguir o máximo que puder... Angarie dinheiro suficiente para permitir que tenha espaço suficiente para atingir um monte de objetivos. Encontre investidores com os quais se alinha.”

– **Marc Zornes, cofundador da Winnow Solutions**



“Faça o que for preciso para poder entregar — a velocidade que o produto demora a chegar ao mercado é crítica; portanto, se houver capital externo disponível, isto tornar-se-á fundamental para o sucesso dos negócios.”

– **Arturo, cofundador da Clara Foods**



“O financiamento pode ser muito complexo. Não quer perder muito capital próprio, mas deseja poder construir o seu negócio. Deseja endividar-se para isto, mas precisa de ser capaz de pagar esta dívida com as vendas. Tudo depende do seu produto e do serviço... A nível de investimento, somos um negócio muito pesado, tivemos que gastar milhões antes sequer de ter um produto e claro que isto que influencia a estratégia/modelo de financiamento. Depois de começar a gerar receita e de ter contabilidade de gestão, clientes reais e receita, não poderá mais vender sonhos e arco-íris aos investidores. Está baseado na realidade. Enquanto não está a gerar receita, está a vender um sonho — é muito mais fácil. Isto afeta sua estratégia de financiamento. Se puder, angarie o máximo possível do investidor certo, com o estilo certo de investimento e com o espírito certo, mas verifique se eles estão neste barco consigo.”

– **Steve Dring, cofundador da Growing Underground**

“Eu recomendaria pesquisar fontes de capital não diluidor logo no início, concessão de financiamento etc., mas seja específico e direcionado aos fundos que se apliquem ao seu negócio e aborde os concursos de startup com alguma cautela; podem ser uma ótima fonte de publicidade, algum financiamento e um pouco de dopamina, mas eu seria disciplinado em relação ao tempo dispendido em candidaturas, apresentações etc. Em relação ao financiamento de capital de risco, novamente seja específico sobre os investidores que pretende, alimentação e agricultura é um setor de nicho, mas em crescimento, com vários fundos dedicados especificamente às tecnologias nestas áreas. Uma introdução calorosa é cem vezes melhor que um email frio (...). A angariação de fundos é exaustiva e o conselho que dou é o de se focar totalmente nele enquanto a faz. Pessoalmente, sempre achei isto difícil como CEO de uma empresa em fase inicial, mas estabeleça metas como, p.e, 50 reuniões num mês e tente agendar algumas por dia num período concentrado.”

– **Abi Ramanan, CEO e cofundadora da Impact Vision**



Léxico do jargão financeiro

Existem muitos termos financeiros que são utilizados nas discussões de negócios e, se não esteve envolvido em angariar investimento ou não iniciou um negócio antes, pode ser que esteja meio perdido. Aqui estão alguns conceitos que deve conhecer:

- **Avaliação de negócios:** o processo de determinação do valor económico de um negócio ou empresa. Isto pode ser usado para determinar o justo valor de uma empresa por vários motivos, nos quais se incluem o valor de venda, para estabelecer a propriedade entre os parceiros ou para angariar investimento ([Fonte](#)). Nesta fase, o último é provavelmente o mais relevante para si, uma vez que precisará de saber a avaliação do negócio quando for angariar investimento. [Investopedia](#) fornece algumas maneiras diferentes para apresentar a sua avaliação, vale a pena recordar que não é uma ciência exata e que é muito subjetiva.
- **Avaliação pre-money vs post-money:** refere-se à avaliação do seu negócio antes (pre) ou após (post) o investimento. O valor do seu negócio aumenta após você ter angariado fundos.
- **Cap table:** ou tabela de capitalização mostra as quotas de participação social da sua empresa. Se são dois cofundadores que não aumentaram o investimento e possuem a propriedade dividida, a tabela mostra apenas os dois com uma divisão de 50 a 50. Conforme for investindo, isto vai mudando. A cap table mostra apenas as diferentes percentagens de propriedade dos diferentes acionistas.
- **Folha de termos e condições:** é o documento inicial redigido e acordado entre duas partes antes de concluir o investimento. Por exemplo, se está a investir em ações, o principal investidor (aquele que está a investir mais dinheiro) pode sugerir certos termos e condições que os outros investidores devem seguir. As folhas de termos e condições fornecem a base para a elaboração de mais documentos legais.
- **Acordo de acionistas:** Um acordo de acionistas é um acordo entre os acionistas de uma empresa que descreve como a empresa deve ser operada e descreve os direitos e obrigações dos acionistas. O acordo também inclui informações sobre a administração da empresa e os privilégios e a proteção dos acionistas. ([Fonte](#))
- **Contrato Social - Estatutos:** documento que especifica os regulamentos para as operações de uma empresa e define o objeto social da empresa. O documento estabelece como as tarefas devem ser realizadas dentro da organização, incluindo o processo de nomeação de diretores e o tratamento dos registos financeiros. ([Fonte](#)) O acordo de acionistas e os estatutos tendem a ser elaborados por advogados. Eles podem parecer um pouco complicados e inacessíveis mas dedique tempo a tentar entender o problema porque são importantes para definir a forma de operar da sua empresa agora e no futuro.

A Investopedia é um ótimo recurso sempre que estiver à procura de informações relacionadas com investimentos/finanças.

Capítulo 5 Para Concluir

Principais conclusões

- Não esqueça as suas finanças pessoais — planeie como é que se vai sustentar quando as coisas demorarem o dobro do tempo que deviam (porque é sempre assim). No início considere manter o seu emprego a tempo inteiro, ou trabalhar em part-time, enquanto trabalha a sua ideia de negócio no tempo livre.
- **Hora de parar e pensar:** Quanta margem de manobra pessoal é que tem? Que sacrifícios está disposto a fazer se/quando as coisas ficarem difíceis? Está disposto a desistir de certas despesas ou certos aspectos do seu estilo de vida para gerir uma startup?



- Existem muitos tipos de financiamento (subsídios, crowdfunding, dívida e capital próprio) com prós e contras, portanto, pense com cuidado na sua estratégia de financiamento.

Hora de parar e pensar: está disposto a desistir de uma quota do seu negócio em troca de investimento? Se sim, você quer investidores generalistas ou estratégicos?

- Para angariar investimento em ações, precisa de definir as suas necessidades de financiamento e avaliação do seu negócio, de afinar a conversa de elevador e o pitch deck, de dominar as suas habilidades de pitching e de encontrar oportunidades para apresentar a investidores. Esteja preparado para tratar de documentos legais com advogados e descobrir como gerir as relações com investidores.

Hora de parar e pensar: quanto capital é que quer angariar? Para que é que irá usar os fundos? O que é que deseja alcançar e provar antes de angariar dinheiro novamente? Quanto valor é que a angariação de fundos traz ao seu negócio? Como é que vai gerir as relações com investidores?

- Além de angariar fundos, o crowdfunding é uma ótima maneira de partilhar a sua história, criar um burburinho em torno da sua marca e colocar o seu produto nas mãos dos consumidores. No entanto, o crowdfunding é tudo menos fácil. Exige muito trabalho e preparação. Para atingir o seu objetivo, precisa de mais do que uma ótima história.

Agora, vamos ser proativos!

1. Compreenda as suas finanças pessoais.

Como é que se irá sustentar no início do seu caminho de startup, especialmente quando as coisas demorarem mais do que o esperado?

2. Crie uma estratégia de financiamento.

Vai solicitar subsídios, depender de crowdfunding, aumentar a sua dívida e/ou angariar capital de investidores em troca de uma parte do seu negócio?

3. Crie um conjunto de 15 slides – pitch deck

que demonstrem os principais aspetos do seu plano de negócios. Seja criativo e utilize a sua apresentação para contar uma história que envolva emocionalmente o seu público.



Recursos adicionais

Para saber mais sobre os fundos e os apoios da UE, consulte estes sites:

Lista de programas de financiamento da UE

<https://www.welcomeurope.com/list-european-funds.html>

Fundos e apoios da UE

<http://startupeuropeclub.eu/eu-funds-and-support/>

Está a pensar em recorrer a multidões para angariar capital? Leia estes artigos para obter mais informações sobre crowdfunding:

Crowdfunding 101: O básico

<https://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2012/08/02/crowdfunding-101-the-basics/#77b382b2cb4c>

Crowdfunding 101 para empreendedores

https://www.huffingtonpost.com/steve-mariotti/crowdfunding-101-for-entr_b_4598741.html?guccounter=1

As 10 melhores plataformas de crowdfunding baseadas em capital próprio da Europa

<https://www.eu-startups.com/2017/11/top-10-equity-based-crowdfunding-platforms-in-europe/>

Informações e conselhos úteis para angariar dinheiro e fazer passar o seu discurso:

Guia de investimento inicial

<https://www.boardofinnovation.com/guides/startup-investment/>

Como angariar dinheiro

<http://paulgraham.com/fr.html>

Cinco dicas para apresentar suas ideias de negócios

<https://www.bl.uk/business-and-ip-centre/articles/five-tips-for-presenting-your-business-ideas>

Como apresentar ideias de negócios a investidores de maneira eficaz

<https://medium.com/swlh/how-to-effectively-pitch-business-ideas-to-investors-dd76661b02f1>

13 dicas sobre como abordar os investidores de forma a que eles não o possam recusar

<https://www.entrepreneur.com/article/251311>

8 dicas para abordar com sucesso um investidor

<https://www.wework.com/creator/grow-your-business/marketing/8-tips-successfully-pitching-an-investor/>

Estes recursos ajudá-lo-ão a criar um deck pitch impressionante para que consiga obter o dinheiro:

O que é um deck pitch

<https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck>

Como criar um deck pitch

<https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/03/02/how-to-create-a-pitch-deck/#12c77c9356c0>

30 plataformas lendárias de pitch decks sobre startup e o que pode aprender com elas

<https://piktochart.com/blog/startup-pitch-decks-what-you-can-learn/>

O que é um teaser de investimento?

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/deals/what-is-an-investment-teaser/>

6 ferramentas estratégicas para escrever grandes teasers de investimento

<https://www.axial.net/forum/6-keys-to-writing-great-teasers/>