

**A GESVENTURE NA ASSESSORIA DE ANGARIAÇÃO DE CAPITAL DO
PROJECTO “CASA REAL” LIDERADO
PELA EMPREENDEDORA MARIA TERESA BARBOSA**

- Qual o papel da Gesventure em todo este processo?

A Gesventure foi criada em virtude de ter constatado - em face da experiência adquirida ao longo de mais de 17 anos de actividade na área do Capital de Risco – o profundo deficit que um empreendedor comporta no momento em que decide angariar capitais para o desenvolvimento do seu Projecto ou da sua empresa, em detrimento da prática reiterada do Investidor que irá efectuar a análise e avaliação do seu projecto.

Este deficit, evidenciado pelo Empreendedor sobretudo ao nível da ausência de experiência, de especialização, de conhecimento e de prática, poderá revelar-se para si próprio expressivamente penalizador, ao diminui-lo, via de regra, sobretudo na escolha dos investidores, nas negociações com estes estabelecidas e na correcta valorização do seu projecto.

O papel da Gesventure, em todo o processo de angariação de capital por parte da Empreendedora Maria Teresa Barbosa, traduziu-se em actuar para que esse deficit diminuísse, acompanhando-a e prestando-lhe apoio ao longo das diversas etapas, que o citado processo envolveu: **Realização do Business Plan , Selecção do investidor, Valorização dos seus activos intangíveis, Montagem financeira, Negociação do acordo parassocial e Fecho das negociações.**

Refira-se, em termos de curiosidade, que nos últimos 18 meses a Gesventure já apoiou, na concretização da sua missão, 8 empreendedores na obtenção de financiamento para o desenvolvimento dos seus projectos, num montante total de 14,7 milhões de euros.

- Como é que é feita a avaliação de um projecto como este?

Com base na metodologia da Utilização Económica que se baseia nos princípios fundamentais de marketing e financeiro. O princípio de marketing diz respeito à função comercial que as marcas desempenham nos negócios. Em primeiro lugar, as marcas ajudam a criar a procura por parte do consumidor, o qual pode ser individual ou empresarial, consoante a natureza do negócio e as circunstâncias de compra. A procura do consumidor traduz-se em receitas, através do preço, frequência e volume de compras. Em segundo lugar, as marcas garantem a procura do consumidor a longo prazo, através da repetição de compras e da sua fidelização. Por sua vez o princípio financeiro prende-se com o valor actual líquido das receitas futuras previstas, um conceito amplamente utilizado nos negócios. As receitas futuras da marca são identificadas e depois descontadas a valor actual líquido, utilizando uma taxa de desconto que reflecte o risco de essas receitas se concretizarem.

Neste caso, em apreço, estimaram-se prudentemente os «cash flows» gerados com o projecto associado à marca figurativa, tendo-se posteriormente efectuado - com base nos dados obtidos junto da Central de Balanços do Banco de Portugal - para a empresa média do sector por forma a obter-se um determinado valor actual. A diferença entre os valores actuais referidos correspondeu à adição de valor proporcionado pela Marca.

Convém no entanto referir que o processo de capital de risco que implementa esses critérios acaba por ser um pouco de arte e de ciência. O elemento de arte é ilustrado na intuição do investidor, sua percepção e pensamento criativo que orientam o processo e o científico devido à abordagem sistemática e às técnicas de reunião de dados envolvidos em toda a avaliação do Business Plan apresentado pela Empreendedora.

- Como é que é decidido o valor a investir por parte das SCR? O que é tido em linha de conta?

Antes de se comprometer com o Empreendedor o Investidor necessita ver satisfeitos, normalmente, três critérios essenciais a saber:

- A empresa a constituir deve possuir uma equipe de gestão composta por indivíduos com experiência e histórico sólidos, um grande comprometimento com o projecto, capacidade nas suas áreas específicas de conhecimento, habilidade de lidar com desafios e flexibilidade para “arregaçar as mangas” quando necessário.
- O produto/oportunidade de mercado devem ser únicos, tendo uma vantagem diferencial num mercado em crescimento. Garantir um nicho único de mercado é essencial, já que o produto ou serviço devem ser capazes de competir e se desenvolver durante o período de investimento.
- A oportunidade de negócio deve ter uma apreciação significativa de capital. A exacta quantia de apreciação de capital varia, dependendo de factores como a dimensão do negócio, o estágio de desenvolvimento da empresa, o potencial de crescimento, os riscos de fracasso e as diversas soluções disponíveis. O investidor de Capital de Risco tradicionalmente espera obter retornos do seu investimento, quando entra em projectos nas fases iniciais – desenvolvimento do produto e marketing inicial, mas ainda sem vendas comerciais – que normalmente se situam na ordem dos 25% a 50%.

Naturalmente que todos estes critérios devem estar devidamente explícitos no Business Plan nomeadamente a sua vertente financeira a qual terá necessariamente de ser suportada, não só por adequadas projecções de tesouraria assentes em pressupostos credíveis mas também em análises de possíveis contingências e dos respectivos planos de actuação tendo em vista a sua resolução.

- Quando fazem um investimento as SCR esperam algum retorno?

O objectivo dos Investidores de Capital de Risco passa pela valorização do capital a longo prazo através de investimentos efectuados em empresas de elevado potencial de crescimento e valorização.

Naturalmente que como há mais riscos envolvidos no financiamento de um negócio no início do seu desenvolvimento é esperado mais retorno dos investimentos efectuados nos primeiros estágios do que nos realizados, por exemplo, em Operações de aquisição de empresas por parte dos seus gestores, vulgarmente designadas por Management Buy Out, que normalmente se encontram no ultimo estágio de desenvolvimento. Nestes últimos investimentos há riscos menores, retornos mais rápidos, menor necessidade de apoio administrativo e de gestão por parte das SCR, mas também menor possibilidade de alcançarem retornos excepcionais como sejam os de ganhar mais de 10 vezes o montante investido como foi o caso recente da SCR europeia Mangrove , presente desde a criação inicial do Skype , ganhou mais de 150 vezes aquilo que investiu quando, recentemente, a Ebay adquiriu aquela Start-Up.

Respostas fornecidas ao Jornalista Dr Carlos Pereira do jornal Diário Económico em 24.07.06 por:

Francisco Banha
Presidente da Gesventure, SA e do Business Angels Club
www.gesventure.pt
www.businessangels.pt