



FERRAMENTA: *PITCH* PARA INVESTIDORES

ESTRATÉGIA E GESTÃO

INDICADO PARA empreendedores em busca de capital de investidores¹ ou participantes de competições de empreendedorismo.

SERVE PARA criar apresentações mais persuasivas, atrair a atenção do investidor e aumentar as chances de agendamento de uma reunião.

É ÚTIL PORQUE organiza as informações que devem ser transmitidas ao investidor (ou à banca de avaliação).

SOBRE A FERRAMENTA: É mais um termo em inglês que está se consolidando no Brasil por não haver uma palavra que consiga transmitir a mesma ideia. Pitch é uma apresentação rápida, normalmente feita para “vender” algo ou uma ideia para uma pessoa específica². O “rápido” pode variar de 30 segundos/um minuto (é chamado de elevador pitch, pois deveria ser feito no tempo que um elevador demora para ir de um andar a outro) a 15 minutos.

O tempo mais comum gira em torno de cinco a dez minutos. O empreendedor que busca investimento precisa ter seu elevador pitch sempre pronto para o caso de realmente encontrar o “investidor dos seus sonhos” em uma situação cotidiana, como um shopping, um parque ou mesmo um elevador. O pitch de cinco ou dez minutos é usado em rodadas de negócio ou eventos em que empreendedores se apresentam para investidores. Também é muito comum em competições em que empreendedores se apresentam para uma banca que escolhe o melhor negócio. É importante ficar claro que um pitch atinge seu objetivo quando o investidor se interessa pelo negócio apresentado e pede para o empreendedor entrar em contato para agendar uma reunião.

Como usar: Um pitch de sucesso pode ser estruturado seguindo duas lógicas principais:

1) Quando o empreendedor é “alguém”

2) Ou quando o empreendedor é um “ninguém”

Quando você é um “alguém” que já tem muita experiência comprovada e reconhecida no negócio que você vai apresentar, o pitch começa com a sua apresentação pessoal.

É importante que isso não pareça presunçoso, arrogante ou narcisista. O papel dessa introdução pessoal inicial é legitimar tudo aquilo que você vai apresentar dali em diante. Dessa forma, o pitch deve seguir a seguinte lógica: Passo 0: Apresentação pessoal do(s) empreendedor(es). Mas se a sua experiência no negócio for irrelevante ou nula, pule para o passo 1.

Passo 1: Apresente o contexto em que sua ideia de negócio se insere e explique que neste contexto há um “grande” problema³ que ainda não foi (bem) resolvido. Nos pitches mais longos (10 ou 15 minutos), você pode dar mais detalhes, explicando como o problema vem sendo resolvido e por

que ainda não está sendo (bem resolvido). O objetivo desse passo é conseguir quatro “sims” do investidor: Sim, o contexto existe. Sim, o problema existe neste contexto.

Sim, o problema é “grande”: Sim, o problema não está (bem) resolvido. Até aqui, o investidor vai “pensar” nesses “sims” sem o ponto de exclamação. Ele(a) pode pensar: Está bom. Eu sei disso.

Passo 2: Apresente seu produto ou serviço. O objetivo desse passo é conseguir outro “sim”: Sim, o seu produto (serviço) é ideal para resolver (bem) o problema! O elevador pitch é uma versão ultrarresumida dos passos 1 e 2.

Passo 3: Apresente a estratégia do seu negócio para vender o produto (serviço) da forma mais rentável possível. Mais dois “sims” do investidor devem entrar aqui: Sim, a estratégia faz sentido. Sim, o negócio parece bastante rentável!

Passo 4: Apresente os resultados financeiros (receitas, lucro⁴, fluxo de caixa líquido) esperados para os próximos cinco anos. Para parecer que “pensou em tudo”, apresente três cenários para os resultados financeiros: um mais otimista, um realista e outro pessimista. O intuito é conseguir mais um sim de: Sim, as projeções fazem sentido. Que na verdade, deve significar: Sim, parece ser uma ótima oportunidade de investimento!

Passo 5: Apresente sua necessidade de investimento e como pretende aplicar os recursos. Reforce que o dinheiro é importante, mas que as competências que o investidor trará para o negócio também serão fundamentais para o desenvolvimento da empresa. O objetivo é conseguir outro sim do investidor: Sim, o investimento faz sentido!

Passo 6: Guarde suas vantagens competitivas/comparativas para o final. Apresente informações para deixar o investidor com “água na boca”. Explique que ainda há outros “detalhes”, como um time de empreendedores com competência para executar a estratégia de negócio⁵, patentes, parcerias já fechadas, clientes renomados que poderão facilitar novas vendas etc. O objetivo é fechar a apresentação demonstrando que a empresa está no caminho certo e ganhar mais um sim do investidor: Sim, é uma ótima oportunidade de investimento e quero falar com esses caras pessoalmente!

Termine a apresentação com seus dados de contato.

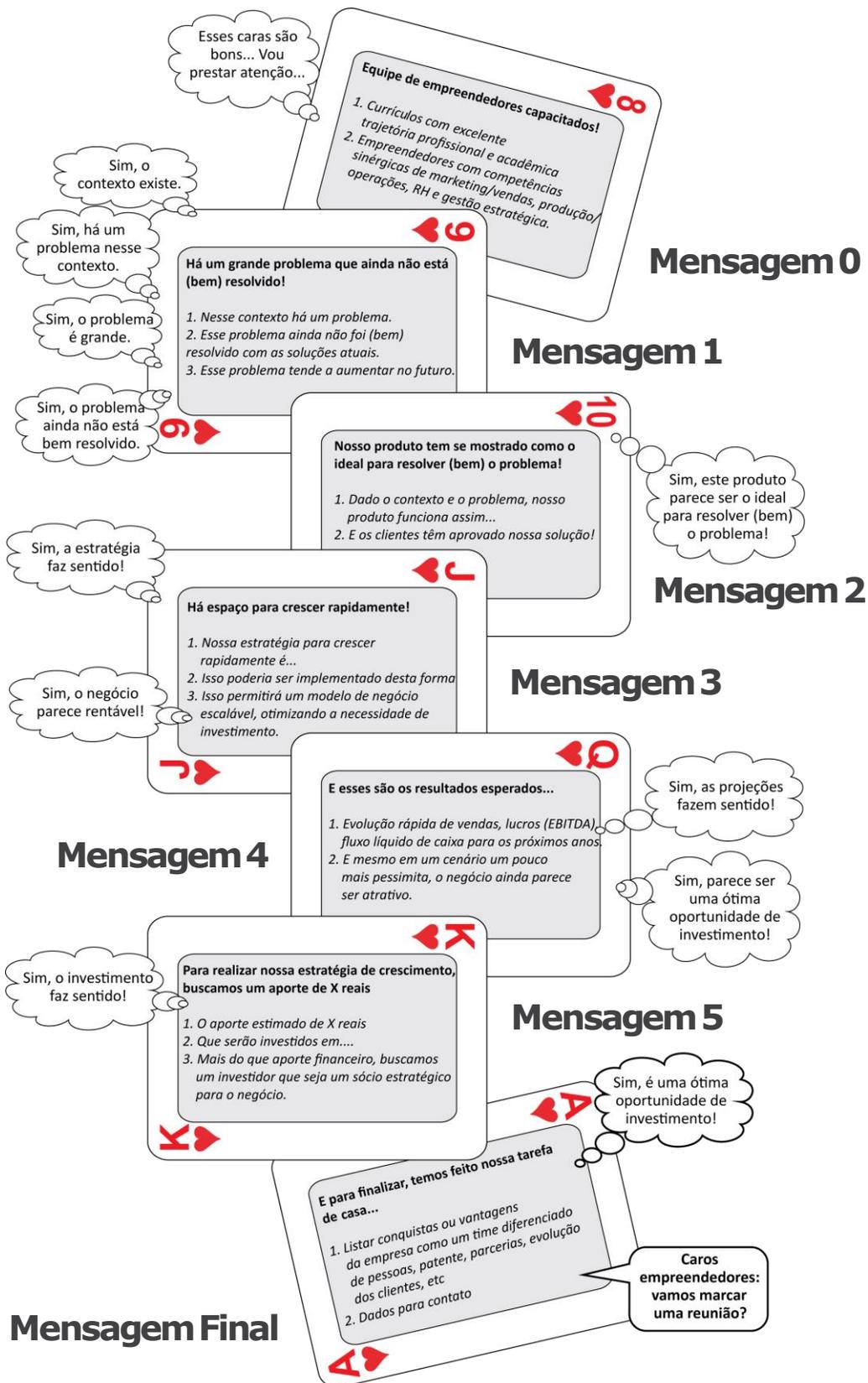
1- INVESTIDORES ANJO, CAPITAL SEMENTE (SEED CAPITAL) E VENTURE CAPITAL. MAIS INFORMAÇÕES SOBRE ESSAS CATEGORIAS DE INVESTIDORES EM WWW.ABVCAP.ORG.BR

2- É ESPECÍFICO, POIS O EMPREENDEDOR PRECISA AJUSTAR SEU PITCH DEPENDENDO DAS CONDIÇÕES (LOCAL, TEMPO, INFRAESTRUTURA) E DA PESSOA (PERFIL, EXPERIÊNCIA ETC.).

3- “GRANDE” QUER DIZER QUE “MUITA PESSOAS OU EMPRESAS TÊM (E/OU TERÃO) ESSE PROBLEMA”.

4- SE POSSÍVEL TAMBÉM INCLUA O EBITDA. PODE CHAMAR DE LAJIDA, MAS POUCOS INVESTIDORES USAM ESTE TERMO.

5- SE TIVER COMEÇADO PELO PASSO 0, SÓ LEMBRE QUE VOCÊ TEM UM TIME BEM ENTROSADO E COM BOA CAPACIDADE DE EXECUÇÃO.





FERRAMENTA: *PITCH* PARA INVESTIDORES

ESTRATÉGIA E GESTÃO

MODOS DE UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA

• **Não venda pente para careca!** Antes de qualquer contato com o investidor, procure saber em que tipo de negócio ele investe. Os investidores profissionais tendem a fazer aportes de capital em áreas específicas. Se ele só tiver interesse em negócios na área de educação, não adianta apresentar uma oportunidade de negócio no setor de cosméticos. Ambos estarão perdendo tempo. Para saber em quais setores ele investe, entre no site da instituição (no caso dos investidores de capital semente e venture capital). Se você souber o nome do investidor, procure no LinkedIn, busque outras informações na internet ou tente bater um papo com alguém que conheça o investidor.

• **Pitch é uma apresentação de uma oportunidade de investimento (e não uma descrição).** Enquanto a descrição é genérica, algo frio e imparcial escrito para todos os públicos, a apresentação deve ser pessoal, com texto e linguagem visual que atraia a atenção de pessoas específicas. Se o investidor for alguém mais técnico, que entenda muito do seu segmento de negócio, você poderá usar termos técnicos e jargões do setor. Mas se o investidor for um generalista, opte por termos mais simples e objetivos (fugindo do tecnicismo).

• **PowerPoint sim!** Com exceção do elevator pitch, que é só no gogó, os outros pitches deveriam ser feitos com um software de apresentação como o PowerPoint, Apple Keynote, Prezi, Issuu. com ou até o Adobe Acrobat (pdf). Mas tome muito cuidado ao usar o Keynote, o Prezi e o Issuu. Vai que na hora sua apresentação fica desconfigurada (Keynote), não há internet disponível (Prezi e Issuu) ou a configuração do computador não permite a execução de arquivos “.exe” (Prezi)?

• **A linguagem visual pode comunicar mais do que o texto escrito.** Uma apresentação só com slides de texto tende a ser muito, mas muito chata. Não cometa essa falha de principiante. Apresente suas mensagens por meio de linguagem visual, como gráficos, tabelas, figuras que ilustram conceitos complexos, mapas mentais, fluxogramas (bonitos) e infográficos. Se não souber o que é um infográfico, visite sites como visual.ly ou coolinfographics.com.

• **Comunique a mensagem principal de cada slide, logo no título!** Se apresentar dados sobre o crescimento do mercado de idosos no Brasil, mencione logo no título do slide que “Mercado consumidor de idosos se torna cada vez maior no Brasil, mas ainda é muito mal atendido”. Evite erros primários como só colocar no título termos como “Mercado de idosos” ou simplesmente “Mercado Consumidor”.

• **Seja gentil sem parecer bobo, convicto sem parecer arrogante!** Há muitos empreendedores que se apresentam “bonzinhos” demais na apresentação. Isso pode ser percebido pelos investidores como insegurança, falta de garra, ingenuidade. Por outro lado, há empreendedores que mostram tanta segurança, garra e agressividade que são percebidos como arrogantes, egocêntricos e pessoas difíceis de trabalhar (perfil que o investidor quer manter distância). É importante mostrar convicção e segurança, mas flexibilidade para refletir sobre o que seria melhor para o negócio.

• **Aprenda com erros e acertos dos outros!** Há vários eventos nas grandes cidades brasileiras em que empreendedores se apresentam para investidores ou para uma banca de avaliação (no caso das competições de empreendedorismo). Alguns desses eventos são abertos. Participe só para “dar uma olhada”. Anote o que acha que foram os erros e os acertos. Na internet também há vários pitches, vários deles de empreendedores brasileiros. Quanto mais você aprender com o pitch dos outros, melhor será o seu desempenho.

• **Treine, treine e treine!** Bons pitches são o resultado de uma boa oportunidade de negócio, bons slides e muito treino. Treine seu pitch com amigos que são executivos de grandes empresas, por exemplo. Peça para que atuem como investidores fazendo perguntas “difíceis”. No treino, também monitore o tempo de apresentação, se há informações importantes para a construção da sua lógica de investimentos ou se algum slide não está atingindo os “sims” que deveria conseguir.

• **Anote os feedbacks dos investidores!** Em vários pitches há um tempo para perguntas e respostas. Se possível, leve alguém junto para anotar as perguntas e as reações dos investidores. Essas perguntas poderão ajudá-lo(a) a melhorar o negócio e o pitch em si (da próxima vez que for apresentar para outro investidor).

• **O objetivo do pitch é conseguir uma reunião com o investidor!** O pitch faz parte só do início do processo de captação de recurso. Se você conseguir a primeira reunião com o investidor, parabéns. Seu pitch terá atingido o objetivo!

MATERIAL ADICIONAL RECOMENDADO:

• DUARTE, NANCY. **SLIDE-OLOGY**. ED. UNIVERSO DOS LIVROS, 2010. ([HTTP://MIGRE.ME/CNTNV](http://migre.me/CNTNV))

• MINTO, BARBARA. **O PRINCÍPIO DA PIRÂMIDE**. ED. PRITCHETT, 2011. ([HTTP://MIGRE.ME/CNTBL](http://migre.me/CNTBL))

• SPINA, CASSIO. **INVESTIDOR ANJO: GUIA PRÁTICO PARA EMPREENDEDORES E INVESTIDORES**. EDITORA NVERSOS, 2011. ([HTTP://MIGRE.ME/CNTKP](http://migre.me/CNTKP))