

O projeto do negócio vale tanto quanto o bom produto

Mahatma Marostica

Eng. Mecânico com especialização em Eng. de Projetos

mahatmamarostica@gmail.com

Iniciativas pequenas, mas inovadoras, pequenos projetos e boas ideias passam sempre por uma dificuldade gigante para captar recursos no Brasil. Obviamente “começar do zero” não é fácil para ninguém, mas nitidamente em alguns países os investidores costumam apostar bem mais.

Há muito dinheiro disponível entre os investidores Brasileiros e não se deve culpá-los por não serem ousados e gostarem de riscos como os norte-americanos – é uma questão de perfil cultural, não é errado ser assim. Ao invés de criticar esta cultura, é mais conveniente entendê-la.

Pequenos empreendedores costumam dar muito foco ao seu produto (ou serviço) e não desenham de maneira clara o negócio como um todo. Por mais revolucionário e inovador que seja um produto, o investidor só vai se sentir seguro em aportar recursos se conseguir enxergar a cadeia inteira. Não é difícil imaginar o porquê. Produtos e serviços normalmente carregam um conhecimento técnico específico, por mais que o investidor entenda do que se trata ele não se sente seguro, pois normalmente esta não é sua área de especialização. Por outro lado, elementos como o plano para os canais de distribuição, as estimativas de balanços futuros, o retorno sobre o investimento e dados sobre o mercado alvo são exemplos de informações totalmente palatáveis ao investidor (e necessárias para qualquer empreendimento). É justamente aí que as iniciativas pecam – investem tudo nos protótipos ou na demonstração do serviço e oferecem informações pobres sobre o

restante da cadeia.

O pequeno empreendedor precisa aprender a investir mais no conjunto da obra e não colocar todos os seus poucos recursos apenas no coração: produto/serviço. Empresas especializadas e entidades apoiadoras como o SEBRAE são ótimos caminhos. Tenha em mente que, na prática, apresentar um bom plano de negócio e um bom plano de projeto que utilize ferramentas consagradas (como as do PMBOK) geralmente faz mais diferença aos olhos do investidor do que um produto ou serviço perfeito ou brilhante.