



Comissão
Europeia



O financiamento coletivo em pormenor

Guia para pequenas e médias
empresas

índice

O que é o financiamento coletivo?	4
- O financiamento coletivo em pormenor	6
- Mais do que apenas dinheiro	9
- Quais são os riscos?	10
Os diferentes tipos	12
- Empréstimos entre particulares (peer-to-peer)	14
- Financiamento coletivo com participação no capital próprio	15
- Financiamento coletivo com recompensas	16
- É adequado à minha situação?	17
Como proceder?	18
- Empréstimos entre particulares	20
- Estudo de caso de um financiamento coletivo com empréstimo entre particulares (<i>peer-to-peer</i>)	22
- Financiamento coletivo com participação no capital próprio	24
- Estudo de caso de um financiamento coletivo com participação no capital próprio	26
- Financiamento coletivo com recompensas	28
- Estudo de caso de um financiamento coletivo com recompensas	30
Próximos passos	32



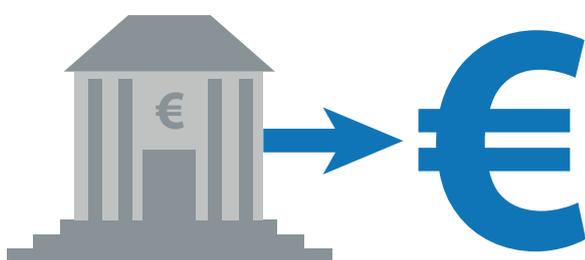
O que é o financiamento coletivo?



O financiamento coletivo em pormenor

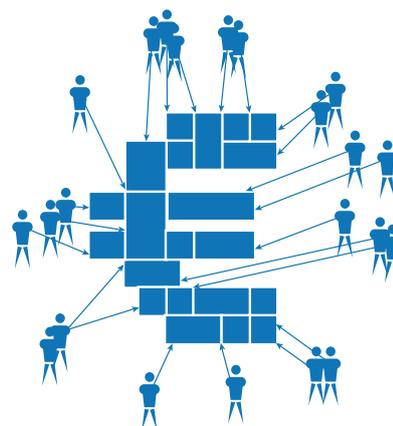
O financiamento coletivo é uma forma de angariar fundos para financiar projetos e empresas. Permite aos promotores **angariar fundos de um grande número de pessoas através de plataformas online**.

FINANCIAMENTO TRADICIONAL



grandes montantes de uma ou poucas fontes

FINANCIAMENTO COLETIVO



vários pequenos montantes de um grande grupo de indivíduos

O financiamento coletivo é mais frequentemente utilizado, como forma de acesso a fundos alternativos, por empresas em fase de arranque ou empresas em crescimento. É uma forma inovadora de angariar financiamento para novos projetos, empresas ou ideias.

Pode também ser uma forma de promover a criação de uma comunidade em redor do seu projeto. Ao utilizar o potencial da comunidade online, pode também obter **informações úteis sobre o mercado e acesso a novos clientes**.

O presente guia destina-se a empreendedores, a **empresários e a empresas, em particular Pequenas e Médias Empresas**. Se procura formas de financiamento para uma nova empresa ou ideia, ou ouviu falar de financiamento coletivo e gostaria de saber mais sobre o assunto, o presente guia poderá ser-lhe útil.

Como funciona o financiamento coletivo?

As plataformas de financiamento coletivo são sítios Web que permitem a interação entre os promotores das campanhas e o público. Os donativos financeiros podem ser feitos e recolhidos através da plataforma de financiamento coletivo.

Aos promotores é geralmente cobrada uma taxa pelas plataformas de financiamento, caso a campanha de angariação seja bem-sucedida. Em contrapartida, **espera-se que as plataformas de financiamento coletivo ofereçam um serviço seguro e de fácil utilização**.

Muitas plataformas utilizam um modelo de financiamento de tipo «tudo ou nada». Isto quer dizer que, caso a meta seja alcançada, receberá o dinheiro; caso contrário, serão todos reembolsados — sem ressentimentos e sem perdas financeiras.

Existem diversos tipos de financiamento coletivo, como se explica no quadro a seguir. O presente guia oferece-lhe um aconselhamento imparcial para que possa compreender os três tipos de financiamento coletivo mais utilizados por PME e por empresas em fase de arranque: **financiamentos coletivos com empréstimos entre particulares (peer-to-peer), com participação no capital próprio ou com recompensas**.

Principais tipos de financiamento coletivo

Empréstimos entre particulares (*peer-to-peer*)

O público empresta uma determinada quantia a uma empresa no pressuposto de que aquela será reembolsada com juros. É muito semelhante a um empréstimo bancário convencional, exceto pelo facto de o empréstimo ser feito por vários investidores.

Financiamento coletivo com participação no capital próprio

Venda de participações de uma empresa a vários investidores como contrapartida do investimento. Este tipo de financiamento é semelhante à compra ou venda de ações ordinárias em bolsa, ou a um capital de risco.

Financiamento coletivo com recompensas

As pessoas fazem um donativo para um projeto ou empresa na expectativa de, numa fase posterior, receberem uma recompensa não financeira, como bens ou serviços, em troca do seu contributo.

Financiamento coletivo com base em donativos

As pessoas doam pequenos montantes a fim de alcançar a meta de financiamento mais alargada de um determinado projeto de caridade sem receberem qualquer retorno financeiro ou material.

Participação nos lucros/nas receitas

As empresas podem partilhar com o público os lucros ou as receitas que tenham no futuro em troca de financiamento no presente.

Financiamento coletivo com emissão de títulos de dívida

As pessoas investem em títulos de dívida emitidos pela empresa, como por exemplo obrigações.

Modelos híbridos

Este tipo de financiamento oferece às empresas a oportunidade de combinar elementos de diversos tipos de financiamento coletivo.

Mais do que apenas dinheiro

O financiamento coletivo pode trazer-lhe mais do que apenas benefícios financeiros: pode dar-lhe acesso a um grande número de pessoas que podem estar interessadas no seu projeto ou empresa e que podem também contribuir com conhecimentos e informações preciosos.

Benefícios não financeiros do financiamento coletivo

- **Teste do conceito e validação:** O financiamento coletivo permite-lhe o confronto com a realidade; pode verificar se outras pessoas partilham a mesma convicção no seu projeto ou conceito e no respetivo valor. Se estão dispostas a contribuir, trata-se de uma importante confirmação de que tem a aprovação do seu mercado.
- **Ajuda com outras formas de financiamento:** Uma campanha bem-sucedida não se limita a comprovar o valor do seu conceito; releva também o facto de existir um mercado para o seu negócio, no qual as pessoas acreditam. Isto é muito útil se estiver à procura de financiamento adicional de outros tipos de financiadores, como bancos, investidores de capital de risco ou business angels, uma vez que o investimento lhes poderá parecer menos arriscado, ou poderá conseguir obter melhores termos e condições.
- **Acesso à comunidade:** O seu público é vasto e composto por vários elementos, alguns dos quais poderão ter informações e conhecimentos especializados preciosos. O financiamento coletivo permite-lhe, em regra, interagir com estes elementos de uma nova forma que lhe oferece informações preciosas sem qualquer custo.
- **Poderosa ferramenta de comercialização:** Os financiamentos coletivos com participação no capital próprio ou com recompensas podem ser uma forma eficaz de apresentar um novo produto, uma nova empresa, ou uma atividade em expansão, apresentando-os diretamente às pessoas suscetíveis de se tornarem seus clientes. Pode espalhar a palavra e suscitar interesse ainda antes de o produto ter sido fabricado.

Deve, contudo, ter em mente que o financiamento coletivo não tem poderes mágicos. Como qualquer empreendimento, exige uma grande quantidade de esforço concentrado e de trabalho árduo.

Quais são os riscos?

O financiamento coletivo tem várias vantagens, mas encerra igualmente potenciais riscos que deve ter em mente. Esta secção ajudá-lo-á a perceber e a navegar através das possíveis armadilhas do financiamento coletivo.

Ninguém lhe garante que atingirá a sua meta

Tal como em qualquer outro empreendimento, existe o risco de não ter êxito. Caso não alcance a meta de financiamento, a quantia recolhida durante a campanha terá de ser devolvida aos investidores.

Conselho: Analise com cuidado todas as possibilidades de êxito da sua campanha de recolha de fundos. Se falhar, pode tentar novamente; alguns dos maiores êxitos foram precedidos por várias tentativas até ser encontrada a fórmula vencedora. No caso de a meta de financiamento não ser alcançada, as disposições contratuais deverão ser claras quanto aos direitos e obrigações das partes envolvidas.

A sua propriedade intelectual torna-se pública

As suas ideias tornam-se acessíveis online a uma grande quantidade de pessoas, pelo que há o risco de alguém reproduzir a sua proposta.

Conselho: Pergunte às plataformas nas quais pretende promover a sua campanha; estas podem dar-lhe aconselhamento de carácter geral sobre a proteção dos seus direitos de propriedade intelectual. A câmara de comércio local ou o organismo governamental competente poderão também eventualmente ajudá-lo, mas, caso tenha dúvidas, deve procurar aconselhamento independente.

Subestimação dos custos

É comum subestimar-se a quantidade de tempo e de recursos que uma campanha de financiamento coletivo exige. Algumas formas de financiamento coletivo podem criar custos adicionais. Por exemplo, no caso do financiamento coletivo com participação no capital próprio, os custos administrativos podem aumentar com cada emissão de ações. Poderá não ter capacidade suficiente para lidar com novos investidores, para fornecer regularmente informações sobre o projeto ou para processar os direitos dos acionistas.

Conselho: Tenha noção dos diferentes passos que deve dar, dedique-lhes tempo suficiente e estabeleça um plano que lhe dê uma margem para erros e atrasos. Não se esqueça de que terá de afetar recursos para antes, durante e após a campanha. Poderá desejar solicitar aconselhamento jurídico sobre questões legais relativas ao financiamento coletivo.

Danos à sua reputação

O mercado é atualmente bastante competitivo e a sua oferta será provavelmente analisada por investidores experientes. Quaisquer desleixos, erros ou falta de preparação refletir-se-ão negativamente em si e no seu projeto ou empresa.

Conselho: Certifique-se de que fez uma pesquisa exaustiva. Poderá encontrar mais recursos na secção deste guia intitulada «Próximos Passos».

Conselho: Lembre-se de que este é um tipo diferente de risco de negócio. Poderá ter de adaptar a sua abordagem de forma a ir ao encontro das pessoas que poderão não estar familiarizadas com o setor.

Conselho: Certifique-se de que compreende inteiramente o processo de financiamento coletivo antes de se comprometer com algo, para que tenha a certeza de que é capaz de apresentar os resultados que promete.

Divulgação de informação e requisitos jurídicos

Conselho: Confirme sempre com a plataforma e com a autoridade de supervisão competente que documentos terá de apresentar e que custos terá de suportar para cumprir os requisitos, e inclua esta avaliação no seu mapa de custos. Poderá ter de lidar com questões complexas a custos significativos, pelo que deverá considerar solicitar aconselhamento jurídico.

Violação da lei

A lei do financiamento coletivo está ainda em evolução, pelo que pode ser desconhecida para muitos. Se não se familiarizar com as legislações nacional e da UE aplicáveis, pode inadvertidamente transgredi-las.

Conselho: Verifique sempre a legislação e os requisitos. As plataformas oferecem habitualmente aconselhamento geral e indicam-lhe o local adequado para obter uma orientação mais especializada, como as câmaras de comércio locais, a autoridade de supervisão local ou o organismo governamental competente.

Problemas com a plataforma

Existe o risco de estar a utilizar uma plataforma falsa

Conselho: Certifique-se de que escolheu plataformas respeitáveis e estabelecidas, com um bom historial e que não indiquem problemas. Tente recorrer às que funcionam em ambientes bem regulamentados, cuja legislação conhece bem; só assim pode ter a certeza de que os seus direitos serão defendidos.

Questões relativas a responsabilidades perante os investidores e ao relacionamento com estes

O facto de lidar com um conjunto de apoiantes vasto e potencialmente diverso suscita diferentes questões, expectativas e exigências. A não compreensão dos direitos dos apoiantes, do tratamento das queixas ou dos mecanismos de execução pode ser uma fonte de problemas, em especial em casos de financiamento coletivo com participação no capital próprio, que implicam uma certa perda de controlo sobre a sua empresa.

Conselho: Analise as possíveis implicações e coopere ativamente com a plataforma a fim de compreender plenamente as suas responsabilidades. Identifique os aspetos em que a plataforma o pode ajudar e qual o papel dela.

Conselho: Antes de optar pelo financiamento coletivo com participação no capital próprio, pondere sempre os potenciais problemas que podem surgir em fases posteriores. Terá de oferecer aos investidores determinados direitos a fim de tornar o investimento atrativo. Certifique-se de que está ciente das responsabilidades que lhe incumbem em virtude dos direitos dos investidores.

Conselho: Estabeleça sempre a estrutura e os mecanismos de governação da empresa com pleno conhecimento dos requisitos e obrigações. Trata-se de questões complexas, pelo que, se necessário, deve solicitar o parecer de peritos qualificados.

Investidores que pretendem abandonar o projeto

Um dia os seus investidores poderão querer vender a sua participação, ou novos investidores poderão querer juntar-se à sua empresa.

Conselho: Pondere muito cuidadosamente, logo à partida, o possível impacto sobre a sua empresa de uma alteração ou saída de investidores, e considere a possibilidade de pedir aconselhamento jurídico antes mesmo de oferecer qualquer parte do capital próprio aos investidores.

Conselho: Terá também de saber lidar com a entrada de potenciais novos investidores no futuro, uma vez que tal pode diluir o valor das ações dos seus investidores originais.



Os diferentes tipos





Empréstimos entre particulares (*peer-to-peer*)

Descrição

Os empréstimos entre particulares (modalidade por vezes conhecida como crowdlending) são uma alternativa direta aos empréstimos bancários, com a diferença de que, em vez de pedir o empréstimo a uma única fonte, as empresas podem fazê-lo diretamente a dezenas, e por vezes centenas, de pessoas que estão prontas a emprestar. Os mutuantes licitam frequentemente em empréstimos oferecendo determinadas taxas de juro a que estão dispostos a emprestar. Posteriormente, os mutuários aceitam as ofertas de empréstimo com a taxa de juro mais baixa. As plataformas online são utilizadas para fazer corresponder mutuantes e mutuários. Para cada pedido de empréstimo são efetuadas as verificações necessárias (*due diligence*), uma vez que as plataformas de financiamento coletivo têm o dever de proteger os interesses quer das empresas quer dos investidores. As plataformas exigem normalmente as contas financeiras e um historial dos negócios.

Características principais:

- **Maior flexibilidade relativamente às taxas de juro:** Se a sua campanha for popular, os investidores podem competir entre si para emprestar dinheiro à sua empresa oferecendo taxas de juro melhores a fim de garantir o acordo.
- Pode obter um empréstimo que tenha sido recusado por um banco.
- **Os montantes dos empréstimos podem variar consideravelmente, pelo que podem responder à maior parte das necessidades.** O valor mínimo de empréstimo é muito reduzido, o que incentiva um grande número de mutuantes a participar.
- **O empréstimo é reembolsado através de débitos diretos à plataforma,** que distribui os seus reembolsos aos mutuantes.
- **Os requisitos de divulgação de informação são semelhantes aos de um banco.** Mas, ao contrário do que acontece com os bancos, são tomados públicos a todos os mutuantes.
- Tal como acontece com um empréstimo bancário tradicional, **é sua obrigação jurídica reembolsar o empréstimo.**

Financiamento coletivo com participação no capital próprio

Descrição

O financiamento coletivo com participação no capital próprio consiste na **venda de uma participação no capital da sua empresa a um determinado número de investidores como contrapartida do investimento**. É comum o recurso a financiamento com participação no capital próprio; há muito que o capital privado, o capital de risco e os business angels desempenham um importante papel nas empresas em desenvolvimento. A principal diferença entre o financiamento coletivo com participação no capital próprio e estes modelos tradicionais está no facto de, em vez de se estabelecer uma relação de «um para um», existir uma grande variedade de possíveis investidores, **alguns dos quais poderão também já ser clientes ou vir a sê-lo**. O financiamento coletivo com participação no capital próprio atinge este objetivo fazendo corresponder empresas e potenciais business angels através de uma plataforma na Internet.

Características principais:

- Terá de **fixar as condições** e escolher quanto pretende vender, o preço, e a forma como os investidores serão recompensados. São necessários bons conhecimentos específicos para avaliar um negócio corretamente.
- **As taxas a pagar** para obtenção de financiamento de capitais próprios na plataforma de financiamento coletivo consistem, normalmente, numa taxa em caso de êxito e em taxas legais ou administrativas ligadas à emissão. Pode incorrer em encargos jurídicos e consultivos adicionais.
- **Muitas pessoas podem investir**, de forma que poderá ter muitos pequenos coproprietários, em vez de um número reduzido de grandes investidores. É normalmente menos dispendioso do que a cotação em bolsa.
- Tem de demonstrar que **a sua empresa está pronta para receber o investimento**, pelo que tem de elaborar um plano de negócios e previsões financeiras. Deve também dispor de uma boa **estratégia de comunicação**, devendo as informações mais importantes sobre o seu projeto ser prontamente acessíveis e facilmente compreensíveis para os seus investidores.
- A plataforma leva geralmente a cabo uma due diligence e o investidor pode ter a possibilidade de **solicitar mais informação**, pelo que deve estar preparado para a fornecer, mesmo que para tal tenha de incorrer em custos adicionais.
- Existem importantes **aspectos jurídicos** cujos custos não deve ignorar, tais como os documentos de divulgação e jurídicos, as assembleias gerais anuais com os acionistas, o processamento de direitos dos acionistas, os relatórios anuais e os procedimentos de decisão.
- **Os direitos dos investidores podem variar**. No entanto, os acionistas têm geralmente direito de voto em questões fundamentais relacionadas com a gestão da empresa, a emissão de novas ações, etc. Deve refletir sobre qual a parte dos direitos de controlo da sua empresa está disposto a ceder a acionistas externos. No que diz respeito a indemnizações, deve estar ciente de que os investidores podem exigir uma indemnização para compensar prejuízos financeiros que tenham sofrido, por exemplo em resultado de um incumprimento do contrato.

Financiamento coletivo com recompensas

Descrição

O financiamento coletivo com recompensas é uma modalidade em que **as pessoas fazem donativos na expectativa de receber**, numa fase posterior, **uma recompensa não financeira em contrapartida**, como bens ou serviços. Um exemplo comum são os projetos ou as empresas que oferecem um serviço único (recompensas) ou um novo produto (pré-venda) em troca de investimento. Esta forma de financiamento coletivo não só permite às empresas iniciar a atividade já com encomendas contabilizadas e com fluxos de tesouraria assegurados (um problema importante para as novas empresas), como cria um público antes do lançamento de um produto.

Características principais:

- **Os fundos doados não têm de ser reembolsados**; apenas tem de entregar o serviço ou os bens prometidos.
- As encomendas ficam garantidas antes do lançamento de um produto novo, e a campanha de financiamento coletivo permite-lhe **constituir uma carteira de clientes ao mesmo tempo que angaria fundos**.
- **Tem a obrigação de honrar as promessas** de acordo com o calendário previsto.
- Trata-se de uma **opção muito popular para empresas em fase de arranque e para empreendedores**, uma vez que proporciona uma forma de financiar o lançamento de novas empresas ou novos produtos.
- **Adequa-se em especial a produtos e serviços inovadores** ou suscetíveis de atrair um elevado nível de atenção dos consumidores.
- **Os conceitos ou produtos complexos são menos adequados** para o financiamento coletivo com recompensas.

É adequado à minha situação?

	Financiamento coletivo com participação no capital próprio	Financiamento coletivo com recompensas	Empréstimos entre particulares (<i>peer-to-peer</i>)
Antes da atividade		✓	
Antes de lucros	✓	✓	
Atividade lucrativa em crescimento	✓		✓
Estabelecida e em crescimento constante	✓		✓
Atividade estabelecida e estável	✓		✓
Lançamento de novos produtos/ serviços/ marcas	✓	✓	✓
Aquisições			✓
Expansão para novos territórios	✓	✓	✓
Investimento em novas instalações			✓
Procura de efinanciamento	✓		✓
Necessidade de reestruturação do capital	✓		✓



Como proceder?





Empréstimos entre particulares

A presente secção guiá-lo-á através das principais etapas do processo recomendado de iniciação aos empréstimos entre particulares, e dar-lhe-á alguns conselhos e orientações mais pormenorizados. **Tenha em mente que estes passos são propostos meramente a título de orientações.** Pode considerar cada um dos passos mais ou menos complicado dependendo do seu projeto, do tamanho da sua equipa e do tempo que lhe pode dedicar.

Preparação

Deve dedicar os primeiros dias da sua campanha de financiamento coletivo a familiarizar-se com o mundo dos empréstimos entre particulares e a preparar a sua proposta. Deve:

- **pesquisar possíveis plataformas** e as características que oferecem;
- assegurar-se de que **compreende as regras e os requisitos jurídicos** da plataforma;
- **ler todos os guias, blogues e campanhas em curso que encontrar**, a fim de se inspirar e aprender com a experiência de outros;
- **entrar em contacto com as plataformas que melhor se adequam às suas necessidades;**
- **preparar e verificar cuidadosamente todos os documentos financeiros** exigidos pela plataforma.

Dica: Se puder, tente emprestar uma pequena quantia dos seus próprios fundos (100 EUR, por exemplo), em pequenos montantes, a outras empresas. Obterá uma melhor perspetiva daquilo que os seus mutuantes estarão à procura.

O período da campanha

A equipa de avaliação de crédito da plataforma escolhida analisará todas as informações que lhes entregar. Se a sua candidatura for bem-sucedida, a equipa poderá dizer-lhe em que categoria de risco será inscrita. Caso o seu projeto seja aprovado, será incluído na plataforma para que os mutuantes possam apresentar as suas propostas. Cada mutuante proporá um determinado montante e uma determinada taxa de juro. Assim que a meta for alcançada, os mutuantes podem continuar a apresentar propostas, baixando as taxas de juro, pelo que quanto mais popular for a sua campanha, melhores serão as condições.

Não se esqueça: Muitas vezes, terá de apresentar as contas financeiras e o seu historial de crédito. Caso ainda não o tenha feito, solicite a ajuda de um profissional. As contas financeiras demoram tempo a ser feitas e podem aumentar os custos.

Após as licitações

Findo o leilão, a plataforma entrará em contacto consigo para confirmar a taxa de juro média final. A plataforma transferirá então os fundos para a sua conta bancária dentro de um prazo acordado.

Seguidamente, terá de reembolsar o empréstimo e os juros em prestações acordadas com a plataforma. Isto é normalmente feito através de débito direto à plataforma, que depois se encarrega de transferir os reembolsos para as contas dos investidores.

Assim que o empréstimo for inteiramente reembolsado, a plataforma confirmará a conclusão do reembolso, terminando assim a operação.

Dica: Permaneça disponível durante todo o processo, uma vez que podem surgir questões adicionais, quer da parte da plataforma quer da parte dos investidores, que poderão necessitar de uma resposta muito rápida.

Estudo de caso de um financiamento coletivo com empréstimo entre particulares (*peer-to-peer*)

Pastelaria da Isabella

Contexto

A Isabella é uma pasteleira cujas vendas têm vindo a aumentar de forma constante e que recentemente se mudou para instalações maiores, das quais faz parte um pequeno restaurante que representa atualmente 30 % do seu volume de negócios. No entanto, esta situação colocou o seu pessoal e a sua capacidade de produção sob uma grande pressão. De forma a duplicar a capacidade, a Isabella tem de adquirir uma nova máquina para trabalhar a massa, assim como fornos adicionais. Isto permitir-lhe-á duplicar a capacidade de produção. O custo combinado destas novas máquinas é de 50 000 EUR, que é a quantia que pretende angariar. A Isabella tentou pedir um empréstimo ao seu banco, que já lhe tinha concedido uma facilidade de descoberto autorizado de 10 000 EUR e ao qual está a reembolsar o último ano de um empréstimo de 30 000 EUR (contraído para o investimento inicial). Contudo, o banco propunha-lhe apenas um empréstimo de 30 000 EUR a uma taxa de juro de 14,5 %, em vez dos 11,5 % de que beneficiara anteriormente. Decidiu procurar alternativas na Internet e deparou-se com o financiamento coletivo com empréstimo entre particulares.



Planeamento: dias 1-10

A Isabella passou algum tempo a estudar tudo aquilo que conseguiu encontrar sobre o conceito de empréstimo entre particulares, prestando especial atenção à forma como funcionava, que sítios o ofereciam e quais eram as condições/preços, bem como as regras estabelecidas pelos vários sítios. Coligiu e leu todos os blogues e artigos sobre financiamento coletivo com empréstimo entre particulares, procurou outros mutuários com projetos semelhantes ao seu e estudou os acordos que tinham obtido. No final dessa semana, sentiu que compreendia os empréstimos entre particulares e que sabia o suficiente para apresentar uma candidatura. Para perceber melhor o comportamento dos mutuantes, a Isabella registou-se em algumas plataformas de financiamento coletivo com empréstimo entre particulares e emprestou 100 EUR do seu próprio dinheiro, em pequenos montantes, a outras empresas como a sua. Isto permitiu-lhe obter uma noção mais clara do que é ser mutuante e daquilo a que as pessoas irão dar mais importância. Com este conhecimento, passou algum tempo a preparar os registos financeiros e outros requisitos de divulgação da informação.

Ciclo de financiamento: dias 11-20

Assim que acabou e verificou cuidadosamente os elementos, a Isabella apresentou os documentos à plataforma. A equipa de avaliação de crédito da plataforma pediu-lhe de seguida mais alguma informação financeira, incluindo contas financeiras apresentadas e contas de gestão adicionais, e analisou esta informação à luz dos modelos de crédito utilizados pela plataforma. Pouco tempo depois, a Isabella recebeu a notícia de que a sua empresa tinha passado no processo de avaliação de crédito. Dado que fora aprovada, a empresa pôde ser registada na plataforma (mercado) para que os investidores pudessem licitar. Alguns dos investidores decidiram entrar em contacto com a Isabella através da ferramenta de perguntas e respostas online. Colocaram-lhe perguntas de forma a obterem mais detalhes sobre a forma como tencionava utilizar o dinheiro e sobre a rentabilidade da empresa ao longo dos últimos dois anos. Satisfeitos com as respostas, financiaram na íntegra o empréstimo de 50 000 EUR dois dias após a sua entrada na plataforma (mercado). A Isabella tinha a opção de aceitar a taxa média do mercado assim que atingisse a meta, mas decidiu manter o empréstimo no mercado durante os sete dias do leilão. Nos dias restantes, pôde ver a taxa de juro a descer à medida que mais investidores licitavam no seu empréstimo.

Depois do leilão

Após o encerramento do leilão, a plataforma contactou Isabella para confirmar a taxa média final de 10,3 % que lhe tinha sido proposta e que estava em consonância com a média para a sua categoria de risco de crédito (B), ficando mesmo abaixo da taxa do empréstimo inicial contraído ao banco (11,5 %). Isabella decidiu fazer o levantamento do crédito e os fundos ficaram disponíveis no seu banco no prazo de três dias úteis. A Isabella reembolsou o empréstimo e os juros todos os meses ao longo de um período de cinco anos, através de débito direto a favor da plataforma, a qual, por sua vez, transferiu os reembolsos para as contas dos investidores.

Financiamento coletivo com participação no capital próprio

A presente secção guiá-lo-á através das principais etapas do processo recomendado de iniciação ao financiamento coletivo com participação no capital próprio, e dar-lhe-á alguns conselhos e orientações mais pormenorizados. **Tenha em mente que estes passos são propostos meramente a título de orientações.** Pode considerar cada um dos passos mais ou menos complicado dependendo do seu projeto, do tamanho da sua equipa e do tempo que lhe pode dedicar.

Preparação

Deve dedicar os primeiros dias da sua campanha a familiarizar-se com o financiamento coletivo com participação no capital próprio e a preparar a sua proposta. Deve:

- **pesquisar possíveis plataformas de financiamento coletivo** e analisar as suas características e condições;
- assegurar-se de que **compreende as regras e os requisitos jurídicos** da plataforma, bem como os do seu setor;
- **criar um calendário e um mapa de custos**;
- **compreender as tendências do mercado**, através da análise dos montantes oferecidos em campanhas de financiamento coletivo em curso e daquilo que se espera em contrapartida; isto servirá de ponto de referência para a sua campanha;
- **entrar em contacto com as plataformas que melhor se adequam às suas necessidades**;
- **preparar e verificar cuidadosamente todos os documentos financeiros** exigidos pelas plataformas,
- **começar a criar o seu público nos meios de comunicação social**;
- assegurar-se de que **verifica os requisitos de divulgação de informação e as obrigações jurídicas** aplicáveis. Para campanhas de elevado valor, serão solicitadas auditorias às contas, o que pode ser muito oneroso; confirme sempre junto da plataforma e das autoridades locais para saber exatamente o que é exigido e qual será o custo.

Dica: Sempre que possível, tente encontrar uma empresa que tenha tido êxito. Faça perguntas aos responsáveis sobre a experiência e pergunte-lhes se estão disponíveis para o ajudar/ ou orientar. Isso poupar-lhe-á muito tempo e os conselhos recebidos poderão contribuir para melhorar a sua campanha.

Planeamento da apresentação

Se a sua candidatura à plataforma for bem-sucedida, **deve finalizar o seu plano de negócios e a proposta financeira.** É importante estar preparado; **assegure-se de que os seus dados são exatos e guarde cópias das suas declarações.** Certifique-se de que pode apresentar, por exemplo:

- a avaliação da sua empresa e da lógica por detrás da mesma;
- os resultados financeiros e as previsões;
- o montante do capital próprio que oferece e por que razão.

É essencial contar a sua história de uma forma cativante e com descrições facilmente compreensíveis do seu produto ou serviço, bem como dos aspetos financeiros. Uma abordagem através de múltiplos canais pode ser muito útil, recorrendo nomeadamente a vídeos, às redes sociais ou a apresentações ao vivo. Solicite comentários e sugestões aos amigos e potenciais clientes para se manter no bom caminho. É importante que:

- **tenha em consideração o seu público** e o que ele procurará saber;
- seja sucinto, mas **que os seus conhecimentos, as suas competências e a sua determinação em relação à sua empresa, transpareçam**;
- **ilustre claramente os aspetos financeiros**, incluindo ligações para consulta de mais informações;
- **conte a sua história num formato visualmente agradável e atrativo.**

Criar a apresentação

Assegure-se de que dispõe de um bom sítio Web: Um sítio bem concebido, informativo e apelativo contribuirá de forma significativa para salientar junto dos investidores o seu empenho na sua empresa.

Algumas das campanhas mais eficazes **incluem um vídeo muito breve de dois minutos (ou menos)**. Nele, deve claramente:

- indicar aquilo que espera fazer e porquê;
- apresentar-se a si e à sua equipa;
- explicar o desempenho da empresa;
- explicar como tenciona aplicar o dinheiro
- apresentar os ganhos financeiros.

É essencial que dê início desde cedo às ações de sensibilização. Está provado que as campanhas que alcançam 20 % da meta nos primeiros dias têm maior probabilidade de êxito. Deve estar ativo nas redes sociais e começar a constituir o seu público, criando ou juntando-se a conversas nas redes sociais.

O período da campanha

Deve estar ativo junto do público, tanto online na Internet como fora da Internet:

- **motivando o público**, incentivando-o e convidando-o a partilhar o projeto com os amigos;
- **estando ativo na comunicação social**, promovendo a campanha e tornando-a mais visível;
- **falando com jornalistas**, em conferências, feiras comerciais, etc.;
- respondendo a perguntas, sugestões e pedidos de informação.

Após a campanha

Assim que a campanha terminar, deve lidar com todos os passos administrativos, como o registo de direitos de propriedade e a alteração do estatuto da empresa. Deve, designadamente:

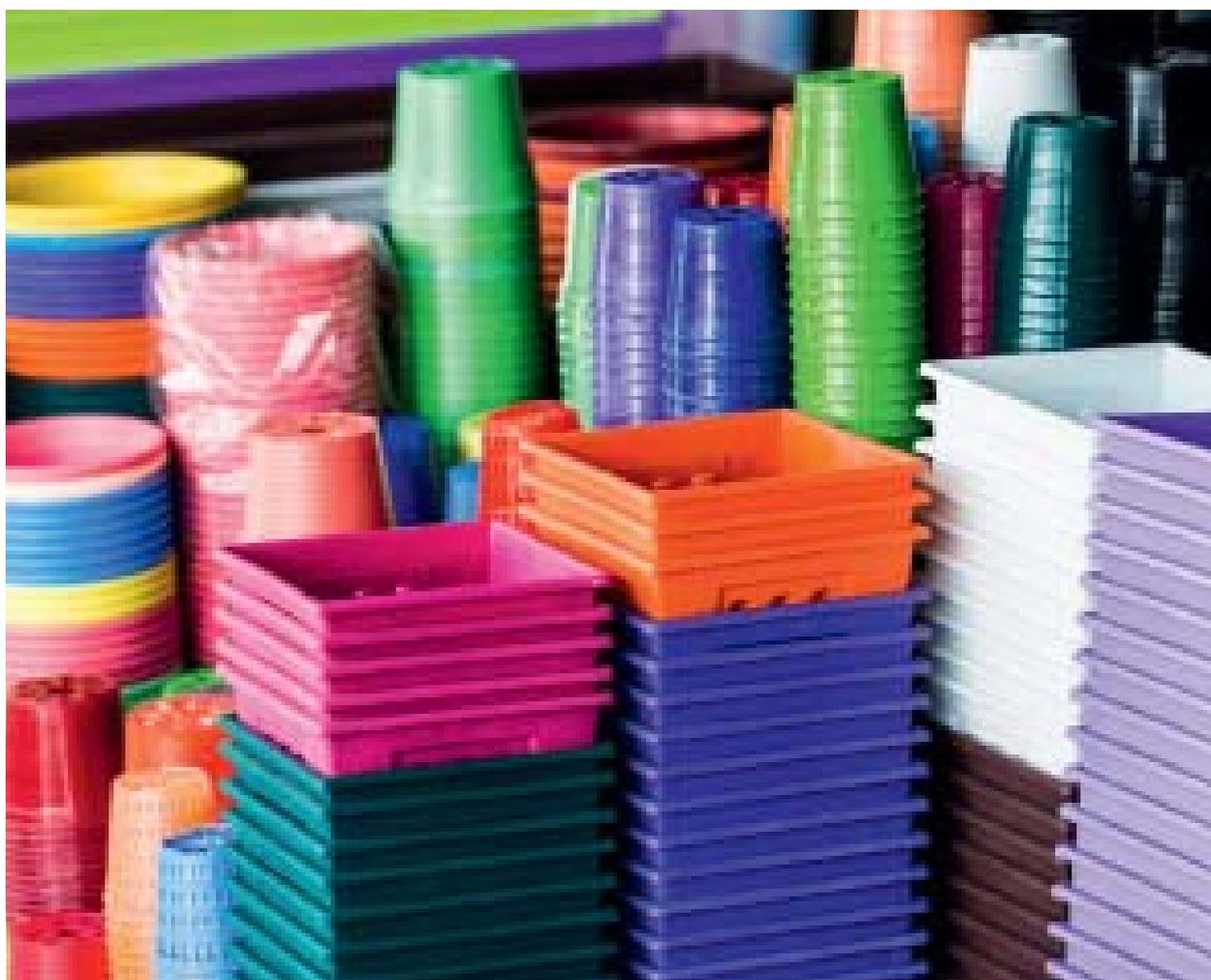
- **Organizar a nova estrutura da empresa.** Dispõe agora de vários investidores e parceiros comerciais, o que significa que, muito provavelmente, terá de criar uma nova estrutura de governação da empresa e novos procedimentos para esse efeito. Se tiver dúvidas, solicite a ajuda de um profissional, de um advogado, ou da câmara de comércio local.
- **Manter relações com os investidores.** Consoante a estrutura, o processo de tomada de decisão pode mudar, pelo que deverá ter em consideração os seus novos acionistas;
- **Preparar a saída de investidores.** Terá de devolver os retornos do investimento aos investidores (partilha de lucros, dividendos, recompra de ações, etc.).

Estudo de caso de um financiamento coletivo com participação no capital próprio

Fábrica de Plásticos do Oscar

Contexto

O Oscar é dono de uma grande empresa de plásticos em Espanha, com 20 funcionários a tempo inteiro nas instalações fabris e outros 10 nos departamentos comercial e administrativo. Tinha vindo a considerar a hipótese de expandir as suas operações a outros mercados europeus, mas para tal necessitaria de capital para aumentar a capacidade da fábrica e contratar mais pessoal para gerir a expansão. No total, o Oscar calculou que necessitaria de cerca de 1,2 milhões de EUR. Tinha entrado em contacto com fundos de capitais privados e de capitais de risco, dos quais um ou dois se mostraram interessados, mas pretendiam uma participação de 26 % na empresa e o poder de participar na tomada de decisões estratégicas, incluindo um plano de expansão muito ambicioso, que o Oscar achou poder colocar em risco a sua empresa. Depois de pesquisar alternativas, deparou-se com o financiamento coletivo com participação no capital próprio e apercebeu-se de que esta poderia ser uma forma de obter o capital necessário sem ter de ceder tanto controlo.



Planeamento: dias 1-10

O Oscar começou por procurar tudo o que fosse possível sobre o financiamento coletivo com participação no capital próprio, perceber em que consiste e de que forma funciona. Pesquisou também que sítios o ofereciam, e com que condições e taxas o faziam. Decidiu experimentá-lo, com o objetivo de ceder uma parte menor da sua empresa e menos controlo do que o pretendido pelos investidores de capital de risco. O Oscar optou por uma plataforma de financiamento coletivo que contava já com um grande número de investidores, mas sabia que não poderia contar só com eles. Para que pudesse despertar o interesse e obter a atenção desses investidores, teria de trazer o seu próprio público — aqueles que o conheciam a si e à sua empresa, ajudá-lo-iam a tornar o seu perfil mais notório perante os outros investidores. Decidiu que uma meta de 1,2 milhões de EUR seria razoável e que, com base numa avaliação prospetiva, a oferta de uma participação de 20 % da empresa seria justa e suficiente. O Oscar sabia que a plataforma verificaria a exatidão dos números constantes da sua proposta, mas que caberia aos investidores decidir sobre a avaliação propriamente dita. Assim sendo, teve o cuidado de explicar o raciocínio subjacente à sua avaliação.

Criar a apresentação: dias 11-30.

O Oscar passou muito tempo a tentar encontrar a forma mais direta e relevante de apresentar os números. Trabalhou em estreita colaboração com um consultor, recomendado por uma das plataformas que contactou, o qual lhe deu sugestões e fez comentários objetivos e valiosos em cada fase da elaboração e do aperfeiçoamento do seu plano. O Oscar apercebeu-se de que teria de dar o mote com um pequeno vídeo de dois ou três minutos. Contratou profissionais e o vídeo foi filmado num dia, com imagens das instalações fabris e dos produtos e com os comentários do Oscar. Analisou e voltou a analisar a sua campanha à procura de falhas ou inconsistências. Também obteve excelentes comentários e sugestões sobre a sua campanha por parte dos consultores da plataforma, que responderam às suas questões técnicas e jurídicas. Contactou com várias pessoas, tanto online na internet como fora da internet, que se manifestaram muito interessadas na sua proposta. Conversou igualmente com algumas pessoas cruciais interessadas em investir e, quando se deu conta de que, entre elas, conseguiria obter um brilhante início de 20-30 % da meta, soube que estava pronto para lançar a sua campanha.

A campanha: dias 31-60

O Oscar assegurou-se de que se mantinha ativo nos meios de comunicação social, promovendo a campanha e dando-lhe visibilidade. Apercebeu-se de que a sua procura de financiamento coletivo as histórias à sua volta aguçaram o interesse dos jornalistas locais, tendo mesmo aparecido numa revista nacional da especialidade.

Após a campanha: Dias 61-80

O Oscar alcançou rapidamente quase 30 % da sua meta — maioritariamente com o contributo daqueles que já estavam familiarizados com ele e com a sua empresa e que estavam a par do lançamento da campanha. Num prazo de aproximadamente três semanas alcançou a sua meta. Em vez de comprometer mais do capital próprio, uma opção que contemplara e planeara, o Oscar decidiu encerrar a campanha mais cedo e retirá-la da plataforma com um resultado positivo. A primeira coisa que fez foi agradecer a todos quantos participaram e dar-lhes as boas-vindas na qualidade de coproprietários da empresa. Fê-lo através da plataforma, que estava dotada de todos os sistemas necessários para emitir certificados de ações e lidar com as outras formalidades.

Financiamento coletivo com recompensas

O presente capítulo guiá-lo-á através das principais etapas do processo recomendado de iniciação ao financiamento coletivo com recompensas, e dar-lhe-á alguns conselhos e orientações mais pormenorizados. **Tenha em mente que estes passos são propostos meramente a título de orientações.** Pode considerar cada um dos passos mais ou menos complicado dependendo do seu projeto, da dimensão da sua equipa e do tempo que lhe pode dedicar.

Preparação

Deve dedicar os primeiros dias da sua campanha a familiarizar-se com o financiamento coletivo com recompensas e a preparar a sua proposta. Deve:

- **pesquisar possíveis plataformas** e analisar as suas características e condições;
- assegurar-se de que **compreende as regras e os requisitos jurídicos** da plataforma, bem como os do seu setor;
- criar um calendário e um mapa de custos,
- **compreender as tendências do mercado**, através da análise dos montantes oferecidos em campanhas de financiamento coletivo em curso e daquilo que se espera em contrapartida; isto servirá de ponto de referência para a sua campanha;
- entrar em contacto com as plataformas que melhor se adequam às suas necessidades;
- **preparar e confirmar cuidadosamente todos os documentos financeiros** exigidos pela plataforma;
- **começar a criar o seu público** nos meios de comunicação social.

Criar a apresentação:

Se a sua candidatura à plataforma for bem-sucedida, deverá ser capaz de **contar a sua história de uma forma cativante**, com descrições facilmente compreensíveis do seu produto ou serviço. Contudo, isto não é fácil: para se manter no bom caminho, precisará certamente de comentários e sugestões de amigos e possíveis clientes. É importante que conte a sua história de uma forma lógica mas apaixonante, e que o faça num formato visualmente agradável e atrativo.

Algumas das campanhas mais eficazes incluem um vídeo muito curto de dois minutos (ou menos). Nele, deve claramente:

- indicar aquilo que espera fazer e porquê;
- apresentar-se a si e à sua equipa;
- explicar como tenciona aplicar o dinheiro;
- explicar de que forma os fundos adicionais serão utilizados para melhorar ainda mais a empresa, caso angarie mais do que a meta que estabeleceu (situação designada por «stretch target»).

As suas recompensas devem ser entusiasmantes; pelo menos uma delas deve ser exclusiva da campanha de financiamento coletivo, ou seja, algo que apenas os seus investidores terão. Procure outras campanhas em que se possa inspirar. **Não se esqueça de que a pré-venda do seu produto é já uma boa recompensa para o seu público.** Torna-se mais difícil se a sua empresa oferecer um serviço em vez de um produto novo, mas tudo se resolve com criatividade e com a oferta de recompensas que o seu público aprecie e deseje.

Período de campanha

Durante o período de campanha, deve estar ativo junto do público, tanto online na Internet como fora da Internet. As campanhas de financiamento coletivo com recompensas funcionam melhor se os consumidores conseguirem ver a paixão por detrás do projeto ou da empresa. Deve encarar o projeto com energia e entusiasmo.

Deve:

- **Motivar o seu público**, deixando claro que a campanha está a decorrer, incentivando-o a participar e convidando-o a partilhar o projeto com os amigos;
- **Estar ativo na comunicação social**, promovendo a campanha e tornando-a mais visível;
- **Falar com jornalistas**, em conferências, em feiras comerciais, etc.;
- Responder a perguntas, sugestões e pedidos de informação.

Após a campanha

Se tiver sido bem-sucedido na angariação de fundos não pode simplesmente recolhê-los e seguir em frente; há muito mais a fazer. Se não conseguiu alcançar a sua meta, não se preocupe. Pode aprender com os seus erros e tentar novamente.

Não se esqueça de agradecer ao seu público e de se manter em contacto com as pessoas que se mostraram especialmente interessadas no seu produto. Se não tiver sido bem-sucedido, peça dicas sobre como melhorar.

Caso seja bem-sucedido, **assegure-se de que pode cumprir aquilo que prometeu** a todos os apoiantes no período de tempo prometido, criando um calendário. Por último, **não se esqueça de executar todas as tarefas administrativas**.

Não se esqueça: Se pretender fazer a pré-venda do seu produto, poderá ter de se registar para efeitos de IVA. Confirme com a sua autoridade local.

Estudo de caso de um financiamento coletivo com recompensas

Candeeiros *Design* da Carla

Contexto

A Carla é uma designer estabelecida em Praga. Concluiu recentemente a criação de um protótipo do seu próprio sistema de iluminação design. Trata-se de um conceito ultramoderno que utiliza materiais reciclados, tendo o sistema recebido elogios na Expo de Design de Milão do ano passado. A Carla conseguiu garantir a colaboração de um fabricante que irá desenvolver as componentes principais, bem como uma pequena equipa para proceder à montagem do sistema e organizar a entrega e a instalação. Isto significa que, no total, para que a Carla possa arrancar com a sua empresa, precisa de angariar 41 000 EUR para cobrir os custos dos primeiros seis meses. Uma vez que pretende vender cada um dos candeeiros por 200 EUR, precisa de vender 205 unidades para cobrir os custos dos primeiros seis meses. Considerou contrair um empréstimo mas, uma vez que não possui garantias, que está ainda a reembolsar um empréstimo a estudantes e que só há pouco começou a sua atividade no mercado, apercebeu-se de que não conseguiria cumprir os requisitos mínimos. Decidiu assim experimentar o financiamento coletivo.



Planeamento: dias 1-10

A Carla passou a primeira semana a fazer pesquisas sobre o financiamento coletivo. Leu e coligiu blogues e artigos sobre o financiamento coletivo com recompensas, e identificou e pesquisou exemplos interessantes de casos semelhantes ao seu e que foram bem-sucedidos. No final dessa semana, sentiu que compreendia de que se tratava e aquilo que tinha de fazer. Uma vez que a Carla já tinha o seu produto acreditado e pronto para vender, e já havia refletido sobre o conceito de negócio e os aspetos financeiros, pôde concentrar-se em tentar compreender qual seria o público, os seus clientes. Através dos meios de comunicação social, identificou figuras influentes na sua área, pessoas respeitadas com uma base de seguidores sólida e comprometida que a poderiam ajudar a partilhar a sua mensagem. Dedicou algum tempo a falar com essas pessoas, a participar em debates e a fazer amigos e estabelecer ligações, para que, assim que estivesse pronta a lançar a sua campanha, houvesse um vasto público online a apoiá-la. A Carla escolheu uma plataforma que sabia ser de renome, com o público certo, e na qual podia gozar de uma elevada visibilidade.

Criar a apresentação: dias 11-25

A Carla sabia que a apresentação seria crucial para determinar o seu êxito, pelo que se esforçou por aperfeiçoar cuidadosamente a sua história. Passou algum tempo a examinar a sua história e as principais mensagens, bem como as recompensas (uma das quais seria o próprio candeeiro, um compromisso de 200 EUR). Graças à sua pesquisa de outros projetos de financiamento coletivo, a Carla sabia que um vídeo curto seria essencial para a ajudar a contar a sua história, demonstrar a qualidade da sua conceção e ajudar os apoiantes a conhecê-la, bem como à sua equipa e à filosofia da sua empresa. Realizou um filme no qual ela é vista a montar um dos candeeiros e criou uma página Web para a sua empresa, para que pudesse adicionar os seus produtos e descrevê-los em mais pormenor. Organizou também uma videoconferência com a consultora da plataforma para lhe pedir que avaliasse a sua campanha e sugerisse aperfeiçoamentos, bem como para verificar se haveria quaisquer aspetos técnicos ou jurídicos aplicáveis em Praga. Passou três semanas a falar e a reunir-se com muitas pessoas, a fazer pesquisas e a criar um público em torno do seu projeto. Assim que considerou que havia atenção suficiente, lançou a campanha.

A campanha: dias 26-56

Assim que lançou a campanha, a Carla começou a trabalhar na fase seguinte do processo de financiamento coletivo. Despendeu algum tempo na sua campanha todos os dias a falar com o seu público, a assegurá-lo de que a campanha estava a decorrer, a incentivar a sua participação e a pedir-lhe que a partilhasse com os amigos. Falou com jornalistas e descobriu que havia um grande interesse na sua campanha de financiamento coletivo e, conseqüentemente, nos seus produtos inovadores. Recebeu mensagens de pessoas interessadas que lhe faziam perguntas, e também comentários com sugestões de aspetos em que não tinha pensado e outras melhorias. Teve-os em consideração e, como parte dos seus esforços para acarinhar o público, agradeceu a cada uma das pessoas que fizeram comentários.

Após a campanha: dias 56-70

A campanha foi bem-sucedida e a Carla conseguiu ultrapassar a sua meta, tendo vendido 145 candeeiros! Foi um grande êxito, uma vez que conseguiu não só angariar o suficiente para iniciar a produção, constituir existências e cobrir os seus custos durante três meses, mas também vender metade das suas existências de candeeiros antes mesmo de estes saírem da fábrica. A primeira coisa que a Carla fez foi colocar o processo de produção em marcha e agradecer a todos os intervenientes. De seguida, criou um calendário de produção, informou o seu público das datas das entregas dos candeeiros e começou a executar todas as tarefas administrativas ligadas ao início da atividade de uma empresa. Contudo, não parou de interagir com o seu público. Informou-o regularmente sobre os progressos realizados e recorreu aos conhecimentos dos seus financiadores quando lhe surgiram questões. Uma vez que estes se tornaram utilizadores entusiásticos dos seus produtos, acabaram por ser também os seus melhores promotores, servindo de plataforma de relações públicas e de comercialização para espalhar ainda mais a palavra, ajudando-a a vender ainda mais candeeiros.

A close-up photograph of a person's hand clicking a black computer mouse. The background is blurred, showing what appears to be a desk with some papers and a pen. A semi-transparent blue horizontal bar is overlaid at the bottom of the image, containing the text 'Próximos passos' in white.

Próximos passos



Mais informações sobre o financiamento coletivo

- **Financiamento coletivo na União Europeia**
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm
- **Financiamento coletivo no Reino Unido**
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>
<http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...>
- **Financiamento coletivo em França**
<http://www.amf-france.org/Reglementation/Dossiers-thematiques/Epargne-et-prestataires/Financement-participatif/Plateformes-de-financement-participatif---entr-e-en-vigueur-du-dispositif-r-glementaire-le-1er-octobre-2014-.html>
- **Financiamento coletivo em Itália**
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Panorâmica do financiamento coletivo**
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>
<http://www.Bruegel.org/publications/publication-Detail/publication/844-i...>

Mais informações sobre as plataformas de financiamento coletivo

- **Panorâmica das plataformas de financiamento coletivo em França**
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Panorâmica das plataformas de financiamento coletivo no Reino Unido**
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **European Crowdfunding Network**
www.eurocrowd.org

A União Europeia e o financiamento coletivo

- **A Comissão Europeia e o financiamento coletivo**
http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index_en.htm
- **O Parlamento Europeu e o financiamento coletivo**
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA e o financiamento coletivo**
<http://www.esma.europa.eu/news/Press-Release-Investment-based-crowdfunding-needs-EU-wide-common-approach>
- **EBA e o financiamento coletivo**
<https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

Mais informações sobre outras fontes de financiamento para a sua empresa

- **Portal da Comissão Europeia sobre o acesso ao financiamento**
www.access2finance.eu
- **A Enterprise Europe Network oferece aconselhamento sobre programas da UE e sobre como encontrar parceiros comerciais**
<http://een.ec.europa.eu/>

