



## Tive que recusar dinheiro!!!

Dagoberto Hajjar\*

Ontem fiz uma palestra em um grande evento e, assim que desci do palco, um senhor me abordou dizendo “É a segunda vez que assisto a uma palestra sua. A última foi no ano passado, mas na semana passada tentei, desesperadamente, achar seu cartão de visitas ou seu email. Um investidor veio me procurar com uma excelente proposta. Disse que eu tinha os produtos e o porte ideal para receber o investimento. Precisava, então, do Plano de Negócios da minha empresa.”

O senhor continuou “fiquei dois dias pensando intensamente sobre o assunto e ao final, com muita dor no coração e no bolso, eu liguei para o investidor. Agradei a oferta, mas disse que não estava interessado.” Eu fiquei sem entender, mas o senhor logo explicou “Na verdade, eu estava muito interessado, mas meu plano está super rudimentar e desatualizado. Bom, a verdade mesmo é que eu nem sabia o que ia fazer com o dinheiro do investimento. O dinheiro iria se perder e não daria o retorno esperado nem para mim e nem para o investidor. Agora, a minha prioridade será estruturar a empresa através de um Plano de Negócios para não perder mais oportunidades”.

Muito provavelmente este senhor não terá uma segunda oportunidade batendo à sua porta e infelizmente o caso deste senhor não é o único. Muitos empresários não estão preparados para receber um investimento externo e aplicá-lo para crescer o negócio e para dar um bom retorno.

No Brasil, 95% dos donos de empresas de venda de produtos e serviços de TIC são formados em computação ou engenharia. Todos são excelentes técnicos. Mas o “nome do jogo” agora é diferente. A empresa tem que ser boa tecnicamente, mas o dono tem que ter excelência em administração e gestão de empresas, e ter bons conhecimentos em marketing e estruturação de equipes de vendas. Se o dono não tem estas competências, então, esta na hora de contratar diretores, colaboradores ou mesmo consultores externos que possam contribuir com um conhecimento fundamental para que a empresa tenha crescimento e possa tirar proveito de todas as oportunidades que o mercado apresenta.

Não basta apenas ter um bom produto. Não basta apenas ter uma boa equipe técnica. Você deve ter diferencial e uma estratégia que permita que você cresça mais do que a média de mercado.

Você tem que escolher a carteira de produtos e serviços de tal forma a maximizar o lucro da sua empresa. Tem que usar marketing e criar um engenho de geração de demanda para criar um fluxo de oportunidades para sua equipe de vendas. Tem que capacitar a equipe de vendas para vender soluções alavancadas nos produtos. Deve estrutura a empresa para maximizar o tempo do vendedor. Deverá estabelecer parcerias de valor agregado para sua empresa e para seus clientes, explorando os benefícios da parceria. Deverá analisar formas de racionalização de impostos e tributos. Enfim, deverá ter um Plano de Negócios.

Bom, é claro que você pode continuar gerenciando sua empresa como fazia há 10 anos. Mas seu concorrente vai ter um Plano, vai receber investimentos, vai ficar maior do que você, vai ter mais poder econômico, vai poder negociar melhor com seus clientes, vai “roubar” os clientes da sua empresa...E um dia, você vai reclamar que “não teve sorte”.

Para quem já entendeu a importância de um Plano de Negócios, fica uma segunda provocação: se eu lhe der R\$ 20 Milhões, você investiria o dinheiro onde? Na sua empresa, na bolsa de valores, em fundos de investimento ou na poupança?

Faça a sua empresa ser o melhor investimento disponível no mercado.

(\* ) Dagoberto Hajjar ([dagoberto.hajjar@growbiz.com.br](mailto:dagoberto.hajjar@growbiz.com.br)) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia.

Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.