

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO
FECAP
CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO
PROGRAMA DE MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LÉO ANACLETO SILVA

VALUATION EM STARTUPS:
ANÁLISES DOS DISCURSOS UTILIZADOS NO
PROGRAMA *SHARK TANK*

São Paulo

2023

LÉO ANACLETO SILVA

VALUATION EM STARTUPS:
ANÁLISES DOS DISCURSOS UTILIZADOS NO PROGRAMA
SHARK TANK

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências Contábeis do Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib

São Paulo

2023

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO – FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

Prof. Dr. Edison Simoni da Silva
Reitor

Prof. Dr. Ronaldo Fróes de Carvalho
Pró-reitor de Graduação

Prof. Dr. Alexandre Sanches Garcia
Pró-reitor de Pós-Graduação

FICHA CATALOGRÁFICA

S586v Silva, Léo Anacleto

Valuation em startups: análises dos discursos utilizados no programa Shark Tank/ Léo Anacleto Silva. - - São Paulo, 2023.

79 f.

Orientador: Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib

Dissertação (mestrado) – Fundação de Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP – Centro Universitário Álvares Penteado – Programa de Mestrado em Ciências Contábeis.

1. Empresas – Avaliação. 2. Investimentos – Análise. 3. Sociedades comerciais – Avaliação. 4. Empreendedorismo. 5. Empresas novas.

CDD: 658.16

LÉO ANACLETO SILVA

***VALUATION EM STARTUPS: ANÁLISES DOS DISCURSOS UTILIZADOS NO
PROGRAMA SHARK TANK***

Dissertação apresentada ao Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Dr. Bolívar Godinho de Oliveira Filho
Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP

Prof. Dr. Pedro Henrique de Barros
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Prof. Dr. Ahmed Sameer El Khatib
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP
Professor Orientador – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 04 de dezembro de 2023.

Agradecimentos

No dia 02 de agosto de 2021, em meio a uma pandemia, 5 alunos (corajosos) se encontraram virtualmente pela primeira vez no mestrado da FECAP, no dia 04 de outubro de 2022, foi o penúltimo encontro, desta vez presencial, encerramos juntos a fase de créditos e seguimos caminhos individuais com os nossos orientadores em nossas pesquisas e hoje escrevo os agradecimentos. Foi difícil, foram muitas abdições, muitas horas de estudos, muitos finais de semana estudando, muitos desafios, mas mesmo com esses aparentes percalços, agradeço muito a Deus pelo privilégio que tenho em estudar, agradeço a minha família por me incentivar ao contínuo crescimento pessoal, agradeço aos meus amigos e colegas por me apoiarem e torcerem por mim, agradeço ao meu orientador por acompanhar de perto esse projeto audacioso que me propus a fazer, agradeço aos professores convidados por suas contribuições e por fim, agradeço aos meus 4 amigos do mundo acadêmico, faço menção respeitosa: Débora, Amorim, Ricardo e Carlos.

O homem é do tamanho do rastro que ele deixa no mundo!

(Lúcia Helena Galvão)

Resumo

Silva, Léo Anacleto. (2023). *Valuation em Startups: análises dos discursos utilizados no programa Shark Tank*. Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

Startups nascem a partir de um modelo de negócio inovador, ágil e enxuto e por nascerem em um ambiente de incerteza e de validação buscam capital externo para se desenvolver. Em negociações entre empresários e investidores de alto risco, o *Valuation* é utilizado para atribuir valor justo aos ativos das empresas e auxiliar no processo decisório do investidor. Foi construído um conjunto de dados, a partir do programa televisivo, *Shark Tank* Estados Unidos da ABC e *Shark Tank* Brasil da Sony, com o intuito de entender se os discursos dos tubarões sobre *Valuation* influenciam na decisão de investimento. A principal metodologia usada no estudo foi a Análise de discursos junto de outras técnicas científicas. Foram obtidos que das 196 startups analisadas, os tubarões em 78 empresas fizeram referências ao *Valuation* em seus discursos, enquanto, que em 118 empresas não o fizeram. Foram mensurados que das 94 empresas que não receberam aportes financeiros dos tubarões, as palavras *Valuation* e Pré-operacional foram as mais ditas nos discursos como justificativa para o não investimento. Os resultados apontam estatisticamente mais assertividade para projeção do *Valuation* pretendido *versus* o formalizado, feitos pelos Estados Unidos comparados aos do Brasil. E por fim, dos 54 *itches* brasileiros que no programa receberam propostas de investimento, atualmente, 33 empresas continuam ativas, 19 delas tiveram algum tipo de “confirmação” da formalização posterior ao programa em suas redes de comunicação e 14, ou não seguiram com a proposta, ou não foram encontradas evidências de formalizações; 7 empresas encerraram as atividades e em todas elas não foram encontradas evidências de formalizações e 14 empresas não foram encontradas informações. Foi constatado que apenas a empresa PIT GROOMING teve evidências irrefutáveis de formalização de sociedade entre a empresa e o tubarão.

Palavras-chave: Empresa Inovadora. Avaliação de empresa. Tanque de tubarões. Negociações. Análise de discurso.

Abstract

Silva, Léo Anacleto. (2023). *Valuation in Startups: analysis of the speech used in the Shark Tank program*. Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

Startups started out from an innovative, agile and lean business model. It started out in an environment of uncertainty and validation, and they seek external capital to develop. In negotiations between entrepreneurs and high-risk investors, Valuation is used to assign a fair value to company assets and assist in the investor's decision-making process. A set of data was constructed from the television programs Shark Tank USA on ABC and Shark Tank Brazil on Sony, with the aim of understanding whether the sharks' speeches on Valuation influence investment decisions. The main methodology used in the study was discourse analysis along with other scientific techniques. It was found that of the 196 startups analyzed, the sharks in 78 companies made references to Valuation in their speeches, while in 118 companies they did not. It was also found that of the 94 companies that did not receive financial contributions from the sharks, the words Valuation and Pre-operational were the most frequently used in their speeches as justification for not investing. Results point to statistically more assertive projections of intended versus formalized valuations made in the United States compared to those made in Brazil. And finally, of the 54 Brazilian pitches that received investment proposals in the program, 33 companies are still active, 19 of them had some kind of "confirmation" of formalization after the program in their communication networks and 14 either didn't go ahead with the proposal or no evidence of formalization was found; 7 companies have closed down and no evidence of formalization was found in all of them and 14 companies had no information found. Only PIT GROOMING had irrefutable evidence of a formal partnership between the company and the shark.

Keywords: Startups. Valuation. Shark Tank. Negotiations. Discourse analysis.

Lista de Figuras

Figura 1. Distribuição demográfica.....	10
Figura 2. Estágios versus modalidades de investimentos.....	20
Figura 3. Evolução do <i>Venture Capital</i>	22
Figura 4. Evolução do <i>Private Equity</i>	23
Figura 5. Menções de <i>Valuation</i>	45
Figura 6. Nuvem de palavras_8ª Temp. USA.	46
Figura 7. Nuvem de palavras_1ª Temp. BRA.	46
Figura 8. Nuvem de palavras_5ª Temp. BRA.	47
Figura 9. Gráfico de dispersão_8ª Temp_USA.....	50
Figura 10. Gráfico de dispersão_1ª Temp_BRA.....	51
Figura 11. Gráfico de dispersão_5ª Temp_BRA.....	51

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Principais autores e obras do empreendedorismo	17
Tabela 2 - Principais autores e obras de educação empreendedora.....	18
Tabela 3 - Principais avaliações por múltiplos.....	27
Tabela 4 - Tradições em Análise do Discurso.....	28
Tabela 5 – Lista de geral <i>Shark Tank US</i>	32
Tabela 6 - Lista de geral <i>Shark Tank Brasil</i>	34
Tabela 7 - SHARK TANK ESTADOS UNIDOS_8ª Temporada_Valuation_US\$	35
Tabela 8 - SHARK TANK BRASIL_1ª Temporada_Valuation_R\$	39
Tabela 9 - SHARK TANK BRASIL_5ª Temporada_Valuation_R\$	42
Tabela 10 – Estatística Descritiva_Tabela de frequência_8ª Temp. USA	44
Tabela 11 - Estatística Descritiva_Tabela de frequência_1ª Temp_BRA.....	44
Tabela 12 - Estatística Descritiva_Tabela de frequência_5ª Temp. BRA.....	45
Tabela 13 - Perfil das empresas da 8ª temporada Estados Unidos.....	48
Tabela 14 - Perfil das empresas da 1ª temporada Brasil.....	48
Tabela 15 - Perfil das empresas da 5ª temporada Brasil.....	49
Tabela 16 - Medidas descritivas de média, desvio padrão, mediana e quartis comparando o <i>Valuation</i> formalizado com pretendido com apresentação da diferença por p-valor.....	49

Sumário

1 Introdução	10
1.1 Questão de pesquisa	12
1.2 Objetivos da pesquisa	14
1.3 Justificativas e contribuições	14
2 Fundamentação Teórica.....	16
2.1 Empreendedorismo	16
2.2 Startups	18
2.3 Investimentos.....	19
<i>2.3.1 Business Angel.....</i>	<i>21</i>
<i>2.3.2 Venture Capital e Corporate Venture Capital.....</i>	<i>22</i>
<i>2.3.3 Private Equity</i>	<i>23</i>
2.4 Valuation	24
<i>2.4.1 Fluxo de Caixa Descontado</i>	<i>25</i>
<i>2.4.2 Modelos de Avaliação por Múltiplos de Mercado</i>	<i>26</i>
2.5 Teoria da Análise do Discurso	27
3 Metodologia Da Pesquisa	31
3.1 Campo de pesquisa	31
3.2 Base de dados disponíveis	31
3.3 Métodos, técnicas e procedimento de coletas de dados.....	34
4 Análises Dos Resultados.....	44
5 Considerações Finais	61
Referências	63

1 Introdução

As pequenas empresas desempenham um papel econômico e social fundamental em todo o mundo (Teixeira et al., 2021). O Brasil ocupa atualmente a 7ª maior taxa de empreendedorismo inicial do mundo, com um total de 18,5 milhões de pequenas empresas distribuídas entre Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP), representam 99% de todos os negócios brasileiros, sendo gerado 72% dos empregos criados no 1º semestre de 2022. As regiões com mais iniciativas empreendedoras, são: Sudeste 51%, Sul 18%, Nordeste 17%, Centro-oeste 9% e Norte 5% (SEBRAE, 2022).

Empresas que nascem “a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente, resolvendo um problema real, do mundo real, oferecendo uma solução escalável para o mercado, e, para isso, usa a tecnologia como ferramenta central” (AbStartups, 2021, p. 5), são definidas como *Startups*. Conforme a pesquisa de mapeamento do ecossistema brasileiro de *Startups* realizado em uma base de 1.753 *Startups* (AbStartups, 2022), a distribuição demográfica desse tipo de empreendimento, são: Sudeste 53,2%, Sul 23,6%, Nordeste 13,1%, Centro-oeste 5,1% e Norte 5% e as atividades mais representativas na pesquisa em questão, foram: Educação (*Edtech*); Finanças (*Fintech*); Saúde e bem-estar (*Healthtech e life science*); Desenvolvimento de Software (*Tech*); Varejo (*Retailtech*); Recursos Humanos (*HRtech*); Marketing (*Martech*); Agronegócio (*Agtech*); Logística (*Logtech*); Indústria (*Indtech*).

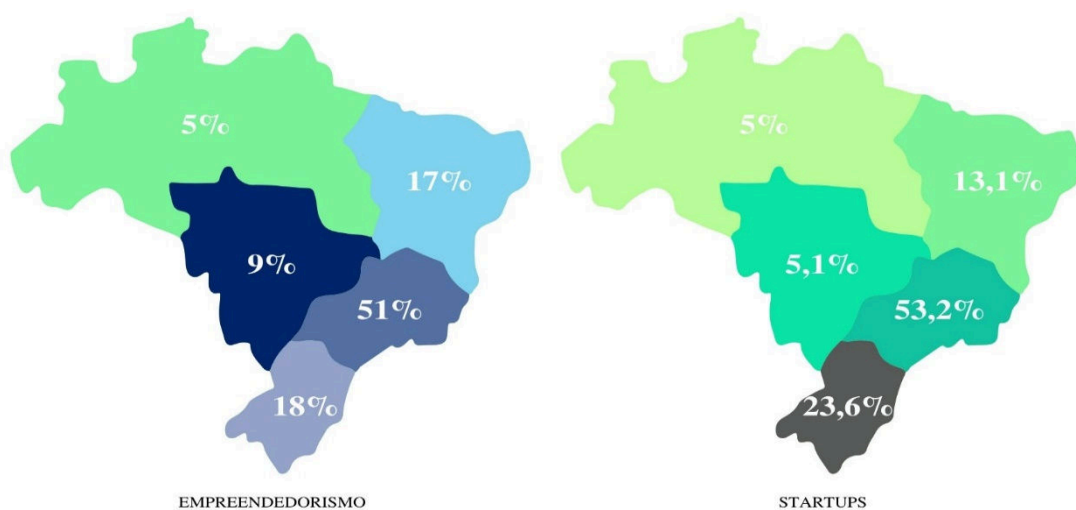


Figura 1. Distribuição demográfica.

Nota. Fonte: Adaptado de “Mapeamento do ecossistema brasileiro de startups” AbStartups, 2022.

Lavanchy, Reichert e Joshi (2022) destacam que empreendimentos que buscam crescimento, precisam de capital externo. A *AbStartups* (2021) concorda com autores anteriormente citado, ao olhar para o contexto das *Startups*, a associação menciona que “justamente por nascer em um ambiente de incerteza e de validação, a *Startup* precisa de uma série de recursos para se desenvolver” (*AbStartups*, 2021, p. 5).

Segundo Campani, Cheng e Roquete (2021, p. 2) “os bancos tradicionais, especialmente no Brasil, não possuem o perfil de risco de longo prazo necessário para financiar uma *Startup* o que dificulta a obtenção de empréstimos bancários”, diante disso, a *AbStartups* (2021) aborda que outras fontes de recursos podem vir de Investidor-anjo; *Seed*; Programa de Aceleração; *Venture Capital*; *Corporate Venture Capital*; Series A; *Crowdfunding*; *Private Equity* e outros.

Lima e Luca (2016, p. 131) salientam que “a informação constitui um dos principais recursos para diminuir o risco, ou seja, diminuir a probabilidade de perdas e assimetria de informação entre empresas e investidores”. Não obstante, Marques e Souza (2010, p. 8) ressaltam “os modelos de *Valuation* são utilizados para atribuir um “valor justo” aos ativos e são utilizados no processo decisório do investidor”. Galdí, Teixeira e Lopes (2008, p. 32) mencionam que “as técnicas de *Valuation* mais comumente utilizadas, destacam-se os métodos de desconto do fluxo de dividendos de uma empresa, os modelos de fluxos de caixa descontados, os modelos de avaliação por múltiplos de mercado e os modelos de lucros residuais”.

Há um programa televisivo, chamado *Shark Tank*, que tem como princípio, empresários apresentarem suas empresas a investidores, chamados “tubarões”, na esperança de obterem recursos financeiros em troca de participações em suas empresas. A proposta do programa originou-se pelo *Tigers of Money* um *show* japonês em 2001, teve *spin-off* britânico em 2005 denominado *Dragon's Den*, onde ganhou notoriedade do mundo e a partir de então, gerou vários formatos do programa em diversos países, não demorou para que o formato fosse levado aos Estados Unidos da América (EUA), sob o nome *Shark Tank*. (STARTUPHERO, 2021)

Canadá: "*Dragon's Den*"; República Tcheca: "*Den D*"; Inglaterra: "*Dragon's Den*"; Finlândia: "*Leijonan Kita*"/"*Leijonan Luola*" ("*The Lion's Jaws/Den*"); Japão: "マネーの虎" ("*Tigres do Dinheiro*"); Polônia: "*Dragon's Den — Jak zostać milionerem*" ("*Dragon's Den — Como ser um milionário*"); Espanha: "*Tu Oportunidad*" ("*Sua chance*"); Ucrânia: "*Акули бізнесу*" ("*Tubarões de Negócios*"); EUA: "*Shark Tank*"; Brasil: “*Shark Tank*”, são algumas variações do *reality show* encontradas ao redor do globo. (INSIDER, 2013)

1.1 Questão de pesquisa

Lavanchy, Reichert e Joshi (2022) avaliaram os desafios da gestão de *Startups*, destacando que as negociações sobre as avaliações das *Startups* acontecem de portas fechadas, com isso, há uma dificuldade em entender como é a negociação entre os empreendedores e os investidores. Eles construíram um conjunto de dados de um popular programa televisivo dos Estados Unidos, o *Shark Tank* da ABC, cuja premissa é apresentar empreendedores-concorrentes a possíveis investidores, com o intuito de explorar questões, como, processo de negociações de ações, características de *pitch* que recebem ofertas de investimentos e por fim, entender se os aportes são feitos pela participação acionária ou pelo valor do investimento. Os autores apontaram que os empreendedores que inicialmente oferecem menos de sua empresa aos investidores tendem a receber mais ofertas de investimentos, os investidores são mais atraídos pela participação acionária do que pelo valor do investimento, e descobriram que os empreendedores que são capazes de estimular uma competição entre os investidores, recebem termos de acordo mais próximos aos solicitados inicialmente.

Fernández-Vázquez, e Álvarez-Delgado (2020) tiveram como objetivo examinar a eficácia persuasiva de estratégias racionais e emocionais em contextos de Pequenas e Médias empresas (PME), em outras palavras, a intenção deles era determinar em que medida, e em que circunstâncias, os apelos emocionais podem ser eficazes para convencer os possíveis sócios no discurso de empreendedorismo. A análise foi feita com base em programa de TV espanhol “*Tu Oportunidad*” (Sua Chance), o equivalente ao britânico *Dragon's Den* e o americano *Shark Tank*. Eles constataram após a análise do discurso que os investidores valorizaram positivamente a utilização de argumentos racionais, de natureza econômica ou empresarial no financiamento de um projeto, os aspectos emocionais também tiveram um efeito positivo no suporte de argumentos racionais, mas não tiveram efeito persuasivo por conta própria, portanto, a ausência de argumentos racionais implicou uma avaliação negativa dos projetos lançados, independentemente do uso de aspectos emocionais como meio de persuasão.

Em perspectiva de pesquisas voltadas para o *Valuation*, a pesquisa de Galdi, Teixeira e Lopes (2008) trabalharam como objetivo central identificar se existem diferenças significativas entre a estimação do valor de uma empresa com a utilização da metodologia do fluxo de caixa descontado (DFC) e com a metodologia do modelo de Ohlson (RIV)¹. Eles utilizaram os valores calculados pelos analistas e os valores estimados pelo modelo de Ohlson a partir das informações contidas nos relatórios dos analistas, entretanto, salientaram que os valores podem ser significativamente diferentes no seu tamanho entre diferentes empresas e essa situação pode

acarretar distorções na análise estatística. Como resultados, foram destacados que existem diferenças estatisticamente significantes para o valor estimado das empresas pelo fluxo de caixa descontado e pelo modelo de Ohlson (RIV) e os índices *Price to Book* (P/B), calculados a partir das estimativas dos analistas (que utilizam o DCF), apresentam maior poder explicativo dos índices P/B futuros da empresa do que as estimativas do índice P/B feitas pelo modelo de Ohlson (RIV).

Marques e Souza (2010) apresentaram como objetivo verificar a aplicabilidade dos modelos de *Valuation* nos investimentos em capital de risco através da seguinte pergunta: como os modelos de *Valuation* influenciam no processo decisório dos gestores de fundos de *Venture Capital*? Para responder à questão de pesquisa, foi utilizado um estudo multicase aplicando-se questionário e entrevistas a três gestores dos principais Fundos de *Venture Capital* do Brasil no período de setembro a dezembro de 2010. Os resultados da pesquisa evidenciaram que a importância dos modelos está relacionada à sua utilização como parâmetros para a negociação entre empreendedores e gestores (Fundos de Investimentos), além de possibilitar o estabelecimento de metas a serem alcançadas por ambos. Nos casos estudados, os modelos que se apresentaram como conhecidos e regularmente utilizados foram: avaliação relativa; fluxo de caixa descontado e múltiplos do faturamento.

Em comum, ambos os artigos sobre *Valuation* apresentam mais interesse em falar dos métodos da avaliação de empresas, do que das motivações das tomadas de decisões dos investidores, ou seja, o que levou o investidor a investir em determinada empresa? Como é o processo de formalização dos acordos? O investidor é tendencioso ao controle da administração da empresa?

Na perspectiva das pesquisas voltadas para as *Startups*, Teixeira et al. (2021) propuseram como objetivo analisar a influência das capacidades dinâmicas de inovação em serviços, no crescimento de *Startups* localizadas em um país em desenvolvimento, utilizando o método de Janssen et al. (2016). Por meio de uma regressão *stepwise*, foi analisado 137 *Startups* brasileiras. Os resultados encontrados mostram que as capacidades de detecção das necessidades do usuário e dimensionamento têm uma relação positiva com o crescimento das novas empresas de tecnologia. Segundo eles, isso parece indicar que o processo de crescimento das *Startups* está fundamentado na capacidade de entender e atender às demandas dos clientes enquanto busca um modelo de negócios escalável. Portanto, as *Startups* devem se esforçar para desenvolver ainda mais sua capacidade de detectar as necessidades do mercado e ao fazerem isso, eles podem ajustar suas ofertas de serviços e melhorar o desempenho da empresa.

Geraldo e Gama (2019) tiveram como intuito sintetizar as informações que os investidores privados privilegiam no plano de negócios de uma *Startups*. A ideia era de discutir as preferências do *Business Angel* e Sociedades de Capital de Risco quanto aos elementos que devem compor um plano de negócios. Eles encontraram que de forma genérica os dois tipos de investimentos procuram informações semelhantes e seguem processos de decisão parecidos. No entanto, a literatura sugere que os *businesses angels* têm um processo de decisão de investimento menos estruturado e atribuem maior importância à informação sobre a equipe empreendedora, enquanto as sociedades de capital de risco destacam-se na relevância dada ao mercado em que o negócio se insere.

Diante de todo o construto exposto, a questão da presente pergunta de pesquisa, é:

O discurso dos tubarões sobre *valuation* influencia na decisão de investimento no *shark tank*?

1.2 Objetivos da pesquisa

Encontrar os objetivos certos em uma pesquisa é um desafio, pois, existem muitos caminhos que podem ser trilhados em um único tema, então, delimitação e coerência, são palavras-chave para essa parte do projeto. A pesquisa busca como objetivo geral, entender qual a importância do *Valuation* nas *Startups* e como objetivos específicos, pretende:

- a) Verificar nos discursos dos tubarões, menções ao *Valuation*.
- b) Identificar variáveis que explicam o motivo de não investimento.
- c) Comparar a assertividade dos *Valuation* no *Shark Tank USA* e BRA.
- d) Investigar se houve efetivação dos acordos firmados no *Shark Tank Brasil*.

1.3 Justificativas e contribuições

Mesmo com as dificuldades eminentes na constituição e na consolidação de mercado de uma pessoa jurídica, o empreendedorismo é uma prática muito comum e muito sonhada, talvez o motivo se dê mediante aos diversos “benefícios” que se tem com o sucesso, pois, a vida dos empresários que realmente se destacam no mercado é divulgada pelas mídias com muita glamourização, acessibilidade e independência financeira, isso, sem pontuar o legado que se deixa ao mundo.

A escolha do empreendedorismo, mais especificamente às *Startups*, foi por paixão, é um universo encantador, de inúmeras possibilidades e complexidades, não existe uma receita para o sucesso empresarial, no entanto, à medida que os estudos acadêmicos de diferentes metodologias acontecem, é possível desmistificar, mesmo que minimamente, conjunto de

características similares que não traz o sucesso, mas pode encurtar um pouco esse caminho glorioso.

O *Valuation* surgiu pela curiosidade em entender a projeção do valor real de uma empresa, ou no que os investidores buscam ao investir recursos, tendo em mente que o aporte recebido pelos possíveis investidores pode acelerar o crescimento de uma empresa.

O *Shark Tank* Brasil e o *Shark Tank* dos Estados Unidos da América vieram por conveniência. Um programa de empreendedorismo de relevância mundial que disponibilizam dados de empresas passível de estudos é uma conveniência considerável.

Como não possui pesquisas sobre os temas *Valuation* e *Startups* na proposta do presente estudo em revistas renomadas no Brasil, as principais contribuições no âmbito acadêmico são enriquecer futuras discussões sobre essas variáveis e trazer diferentes abordagens de estudos com os dados públicos do *Shark Tank*.

Na sociedade, um fator muito importante é que com o crescimento das empresas, conseqüentemente, haverá mais postos de trabalhos a serem ocupados, com isso, desencadeará um efeito cascata de benefícios.

Esse projeto, busca apresentar a verdade e a transparência sobre a importância do *Valuation* em processos negociações entre os empresários e os investidores, por isso, o público alvo são pessoas que buscam conhecimento sobre a influência da precificação de seus negócios frente aos dirigentes de fundos de investimentos de participações.

2 Fundamentação Teórica

Nessa sessão são discutidos conceitos e princípios que darão sustentação a pesquisa, tais como: Empreendedorismo, *Startup* sobre a perspectiva do marco legal das *Startups*, Investimentos, *Valuation* e Teoria da análise do discurso.

2.1 Empreendedorismo

Os empreendedores no Brasil possuem grandes apoiadores ao empreendedorismo, como SEBRAE (Serviços Brasileiros de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) que busca dar suporte aos empresários no processo inicial de sua empreitada, bem como consultoria na solução de problemas pontuais em seus negócios e o SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*) com finalidade de levar as empresas de software do país ao mercado externo, capacitação em gestão e tecnologia. (Dornelas, 2008)

O Sebrae (2021) conceitua o termo empreendedorismo como a habilidade que um empreendedor tem para solucionar problemas, gerar oportunidades, criar soluções e investir na criação de ideias relevantes para seu público e sociedade.

Dornelas (2008, p. 1) pressupõe que a popularidade do termo empreendedorismo, se dá, mediante a preocupação dos envolvidos em criar “pequenas empresas duradouras e a necessidade de diminuição de altas taxas de mortalidade desses empreendimentos”. Ainda em sua perspectiva, isso ocorre, porque “várias grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado”.

Ribeiro, Sá, Tisott e Ott (2021) destacam que os atributos determinantes do empreendedorismo são: valores culturais, atitudes, histórias de empreendedores, costumes, próprias redes, capital de investimento, mentores/negociadores, trabalhadores talentosos, políticas/governanças, universidades, serviços de apoio, infraestrutura física e abertura de mercado.

O Sebrae (2021) apresenta quatro características determinantes de um empreendedor, são elas: Autoconfiança: acreditar no próprio potencial é fundamental para aqueles que querem trilhar o caminho do empreendedorismo; Coragem: o medo do fracasso não pode ser maior que o desejo de ser bem-sucedido; Persistência: a motivação se torna essencial para o empreendedor passar pelos obstáculos que aparecem ao longo da trajetória do empreendimento e por fim, Otimismo: sempre esperar o melhor de si, acreditar que tudo dará certo no final é fundamental para alcançar seus objetivos.

Em complemento, Rodrigues e Teixeira (2015) mencionam novas características: Oportunidade: senso de oportunidade, identificação das necessidades, aproveita situações incomuns e desenvolve estratégias; Eficiência: executa as atividades da melhor maneira possível, capacidade adaptativa, proativo e ágil; Informações: disponibilidade para aprender, busca novas informações e se interessa em saber como são as coisas; Planejamento: planeja as atividades, define os objetivos e efetua os controles; Metas: determinado, senso de direção e capacidade de mensuração; Controle: acompanha a execução dos planos traçados, gera informações, realiza e gerencia mudanças e por fim, Persuasão: habilidade de influenciar pessoas, capacidade de motivação, capacidade de liderança e capacidade comunicativa.

Na tangente de estudos sobre empreendedorismo, destaca-se um artigo cujo objetivo foi levantar os principais autores e as principais obras citadas nos artigos publicados no encontro Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE) de 2000 a 2008. (Farber, Hoeltgebaum, & Klemz, 2011)

Tabela 1

Principais autores e obras do empreendedorismo

AUTOR	ANO	OBRAS REFERENCIADAS
FILION	1991 2005	Filion, L.J. (1999a). Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. <i>Revista de Administração de Empresas</i> , 39 (4), 6-20.
SCHUMPETER	1934 1985	Schumpeter, J.A. (1985). <i>A teoria do desenvolvimento econômico</i> . São Paulo: abril.
DRUCKER	1975 2002	Drucker, P.F. (1987). <i>Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios</i> . São Paulo: Pioneira.
DOLABELA	1999 2005	Dolabela, F. (1999). <i>Oficina do empreendedor</i> . São Paulo: Cultura Editores Associados.
DORNELAS	2001 2007	Dornelas, A.C.J. (2001). <i>Empreendedorismo: transformando ideias em negócios</i> . Rio de Janeiro: Campus.
MCCLELLAND	1961 1987	McClelland, D. (1961). <i>A sociedade competitiva, realização e progresso social</i> (A. Cabral, Trad.). Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.
DEGEN	1989 1996	Degen, R.J. (1989). <i>Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial</i> . São Paulo: McGraw-Hill.

Nota. Fonte: Adaptado de “Rede de cooperação em produção científica do egepe de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas” S. G. Farber, M. Hoeltgebaum, & B. Klemz, *INMR - Innovation & Management Review*, 8(3), 2011. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79230>

O artigo supracitado indica que a obra mais referenciada, em todos os anais, foi a publicação feita pelo Peter Drucker, *Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios*, obra produzida em 1987 que ainda é muito citada nos artigos deste novo século. Não foi encontrado pesquisa similar com dados recentes.

Sob a perspectiva de estudos sobre educação empreendedora atualmente, destaca-se um artigo cujo objetivo foi identificar a produção acadêmica presente em bases internacionais sobre a educação empreendedora aplicada ao contexto brasileiro na base de dados *Web of Science* (WOS) através de palavras-chave correlacionadas a educação para o empreendedorismo. (Menezes, Cançado, & Martins, 2022)

Tabela 2

Principais autores e obras de educação empreendedora

AUTOR	ANO	OBRAS REFERENCIADAS
LIMA LOPES NASSIF SILVA	2015	Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. <i>Journal Of Small Business Management</i> , Vol. 53, Ed. 4, pg. 1033-1051.
SILVA COSTA BARROS	2015	Entrepreneurship in Engineering Education: A Literature Review. <i>International Journal of Engineering Education</i> , Vol. 31, Ed. 6, pg. 1701- 1710.
HERMANN BOSSLE	2020	Bringing an entrepreneurial focus to sustainability education: A teaching framework based on content analysis. <i>Journal of Cleaner Production</i> , Vol. 246.
CANEVER MARTINEZ RIBEIRO	2017	How does the public and private university environment affect students' entrepreneurial intention? <i>Education And Training</i> , Vol. 59, Ed. 6, pg. 550-564
MARTINEZ RIBEIRO CANEVER	2018	Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. <i>Rausp Management Journal</i> , Vol. 53, Ed. 1, pg. 122-133

Nota. Fonte: Adaptado de “Educação para o empreendedorismo e o contexto brasileiro: Revisão bibliométrica aplicada ao Brasil” P. H. B. Menezes, V. L. Cançado, & H. C. Martins, 2022. Recuperado de <https://anegepe.org.br/egepe/XIIEGEPE2022.pdf>

Destaca-se na tabela 2 o estudo de Hermann e Bossle (2020), *Bringing an entrepreneurial focus to sustainability education: A teaching framework based on content analysis*, que apesar de publicado recentemente já figura entre as pesquisas mais citadas dos dados coletados, segundo o artigo.

2.2 Startups

O Marco Legal das *Startups* foi instituído pela Lei Complementar n. 182 de 1º de junho de 2021. Segundo *AbStartups* (2021) o marco legal é a legislação que melhor define o que é o modelo de negócio de uma *Startups*, indo além do genérico artigo 65-A da Lei Complementar de n. 123/06, que definia sobre o que eram *Startups*, agora existem critérios mais específicos

de definição do que é considerado *Startups* e empreendedorismo inovador, bem como, diretrizes fundamentais para essas empresas.

Art. 4º São enquadradas como *Startups* as organizações empresariais ou societárias, nascentes ou em operação recente, cuja atuação caracteriza-se pela inovação aplicada a modelo de negócios ou a produtos, ou serviços ofertados.

§ 1º Para fins de aplicação desta Lei Complementar, são elegíveis para o enquadramento na modalidade de tratamento especial destinada ao fomento de *Startups* o empresário individual, a empresa individual de responsabilidade limitada, as sociedades empresárias, as sociedades cooperativas e as sociedades simples:

I - com receita bruta de até R\$ 16.000.000,00 (dezesesseis milhões de reais) no ano-calendário anterior ou de R\$ 1.333.334,00 (um milhão, trezentos e trinta e três mil trezentos e trinta e quatro reais) multiplicado pelo número de meses de atividade no ano-calendário anterior, quando inferior a 12 (doze) meses, independentemente da forma societária adotada;

II - com até 10 (dez) anos de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil do Ministério da Economia; e

III - que atendam a um dos seguintes requisitos, no mínimo:

a) declaração em seu ato constitutivo ou alterador e utilização de modelos de negócios inovadores para a geração de produtos ou serviços, nos termos do inciso IV do caput do art. 2º da Lei n.º 10.973, de 2 de dezembro de 2004; ou

b) enquadramento no regime especial Inova Simples, nos termos do art. 65-A da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006 (...). (Lei Complementar n. 182, 2021)

Teixeira et al. (2021) destacam que o surgimento das *Startups* no Brasil, é relativamente recente, esse movimento vem crescendo e se consolidando rapidamente no mercado brasileiro. Diante disso, o Marco Legal das *Startups*, apresentam informações sobre os investimentos recebidos de terceiro com objetivo de inovação.

A *AbStartups* (2021, p. 3, 7) destaca que o “marco legal das *Startups* é um importante passo para trazer uma personalidade jurídica para as *Startups*”, e que embora seja “13.000 *Startups* em todo o país, com 20 *Startups* unicórnios e batendo recorde de investimentos”, ainda sim é “um mercado relativamente novo e com características bem diferentes das empresas tradicionais”.

2.3 Investimentos

Os investimentos possíveis de angariar fundos para as *Startups*, segundo a *AbStartups* (2021), são: *Business Angels*; *Seed*; Programa de Aceleração; *Venture Capital*; *Corporate Venture Capital*; *Series A*; *Crowdfunding*; *Private Equity* e outros.

Em troca desses recursos, os empreendedores cedem participações societárias no capital social de suas empresas, concretizando-se pela realização de aumentos de capital ou quaisquer outros instrumentos financeiros análogos, por parte de um operador especializado de capital de

risco, comumente chamada de Sociedades de Capital de Risco (SCR) ou Fundos de Capital de Risco (FCR). (Geraldo & Gama, 2019)

“Apesar do risco ser inerente ao investimento, principalmente quando se trata de investimento em *Startup*, é imprescindível analisar a seriedade do empreendimento, de seus fundadores e o mercado em que está inserido, verificando assim as chances de sucesso do mesmo”. (Pimenta & Barbosa, 2022, p. 91).

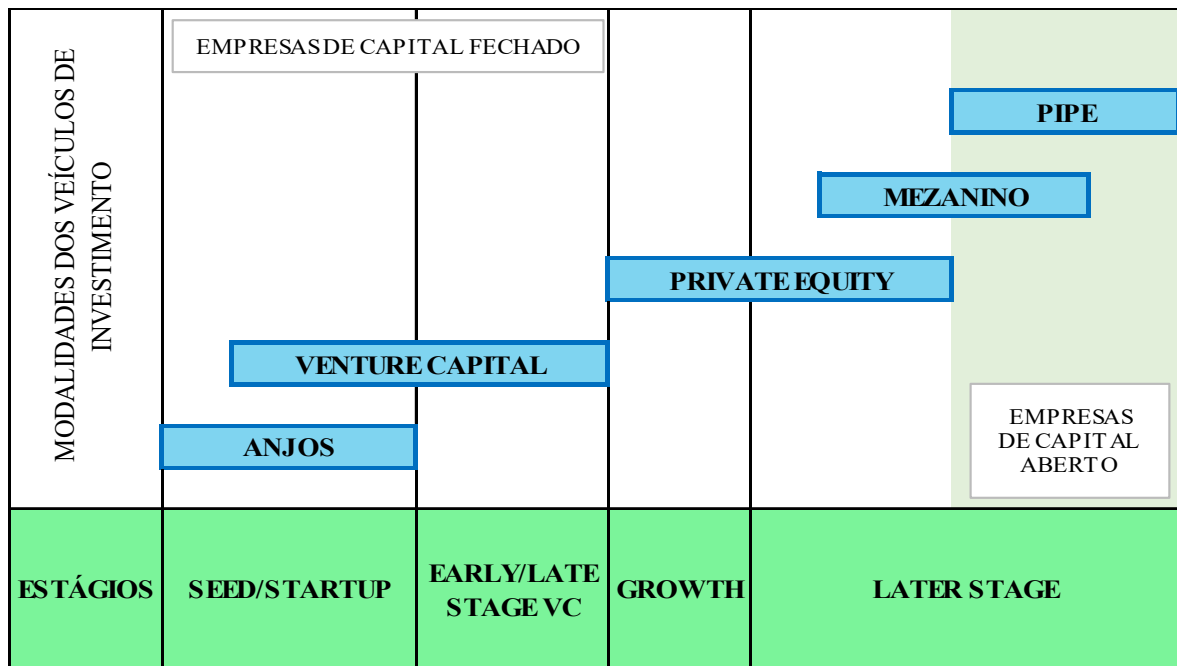


Figura 2. Estágios versus modalidades de investimentos.

Nota. Fonte: Adaptado de Pesquisa GVcepe-Endeavor (2008)

Elucidando a figura 2, segundo a pesquisa desenvolvida pelo Centro de Estudos em *Private Equity* e *Venture Capital* da FGV-EAESP (GVcepe), *Seed*: pequeno aporte feito em fase pré-operacional; *Venture Capital – Startup*: aporte de capital para empresas em fase de estruturação, quando ainda não há comercialização; *Venture Capital – Early Stage*: estágio inicial quando há comercialização; *Private Equity – Expansion*: aporte destinado à expansão de planta, capital de giro, etc.; *Private Equity – Later Stage*: a empresa já atingiu uma taxa de crescimento relativamente estável e apresenta fluxo de caixa positivo; Mezanino: investimentos em empresas com geração estável de caixa; *Private Investment in Public Equity (PIPE)*: aquisição do capital acionário de empresas já listadas em bolsa que possuem baixa liquidez e nas quais a organização gestora possa atuar ativamente na gestão estratégica.

Diante do exposto, a pesquisa se limitará na definição de *Business Angels*, *Venture Capital* e *Corporate Venture Capital* e *Private Equity*.

2.3.1 *Business Angel*

Business Angels (BA), mais conhecida no Brasil como Investimento Anjo, se concentram em empresas em início de atividade ou em fases críticas de crescimento. São investidores individuais, normalmente empresários ou diretores de empresas, que investem o seu capital, conhecimentos e experiência em projetos promovidos por empreendedores. (Geraldo & Gama, 2019)

O investimento dessa modalidade possui diretrizes na Lei Complementar n. 155 (2016), artigo 61, como pode ser observado nos parágrafos seguintes: o texto diz “para incentivar as atividades de inovação e os investimentos produtivos, a sociedade enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte, nos termos desta Lei Complementar, poderá admitir o aporte de capital, que não integrará o capital social da empresa”. Diz ainda que os fundos de investimentos, na qualidade de investidor-anjo, poderão aportar seus recursos nas empresas ME e EPP.

Para a formalização entre as partes, devem-se constituir um contrato de participação, com vigência não superior a sete anos e o aporte do capital poderá ser realizado por pessoa física ou por pessoa jurídica, doravante denominadas, Investidor-Anjo.

O investidor-anjo não é considerado sócio, portanto, não terá direito a gerência ou a voto na administração da empresa, não responderá por quaisquer dívidas ou situação de recuperação judicial e será remunerado por seus aportes, nos termos do contrato de participação, não superior a 50% do lucro do exercício, pelo prazo máximo de cinco anos.

O desinvestimento deverá suceder dois anos do aporte de capital, ou prazo superior estabelecido no contrato de participação e o valor resgatado não poderá ultrapassar o valor investido devidamente corrigido. Caso os sócios vendam à empresa, o investidor-anjo terá direito de preferência na aquisição, bem como direito de venda conjunta da titularidade do aporte de capital, nos mesmos termos e condições que forem ofertados aos sócios regulares.

Maia (2019) destaca como risco nessa modalidade de investimento, o fato de os empreendedores-fundadores atuarem, em muitos casos, pela primeira vez no mercado empresarial, o que torna a viabilidade da empresa muito instável e passível de falência.

Em uma pesquisa desenvolvida pela Anjos do Brasil (2023), diz que o investimento anjo total no Brasil recuou para R\$ 984 milhões investidos em *startups* em 2022, uma redução de 2% em relação a 2021 e mensura que o volume de investimentos é insuficiente para atender o mercado de *startups* nascentes e só deverá ocorrer com a existência de políticas de estímulo.

2.3.2 Venture Capital e Corporate Venture Capital

Venture Capital (VC) ou *Corporate Venture Capital* (CVC) são conhecidas como modalidades que investem em empresas em estágios iniciais (*seed capital*), estruturação (*start-up*) e expansão (Marques & Souza, 2010).

O VC é um “Fundo de investimento de participação”ⁱⁱ que tem como alvo *startups* que, mesmo um pouco consolidadas e já inseridas no mercado, ainda estão em desenvolvimento e precisam de recursos para capital de giro, *marketing*, instalações, estruturas e etc”. O CVC traz para as empresas investidoras retornos financeiros, assim como o *Venture Capital*, mas é, principalmente, uma prática para viabilizar objetivos estratégicos da empresa relacionados à inovação e novos negócios. (ABVCAP, 2023a; Pimenta & Lana, 2020, pp. 63-64).

Ma (2020), concorda que a única distinção entre elas é que, enquanto VC está voltada apenas para o retorno financeiro, a CVC se concentra não apenas no retorno do valor financeiro, mas também no valor estratégico em que o aporte irá promover.

O negócio se desenvolve em três etapas: contratação, monitoramento e desinvestimentos. “Na primeira ocorre a negociação entre as partes e a contratação do negócio. Na segunda, as atividades são desenvolvidas e o desempenho do projeto é acompanhado pelos participantes. Na última etapa, desinvestimento, o investidor retira-se do negócio vendendo sua participação”. (Silva, 2014, p. 21)

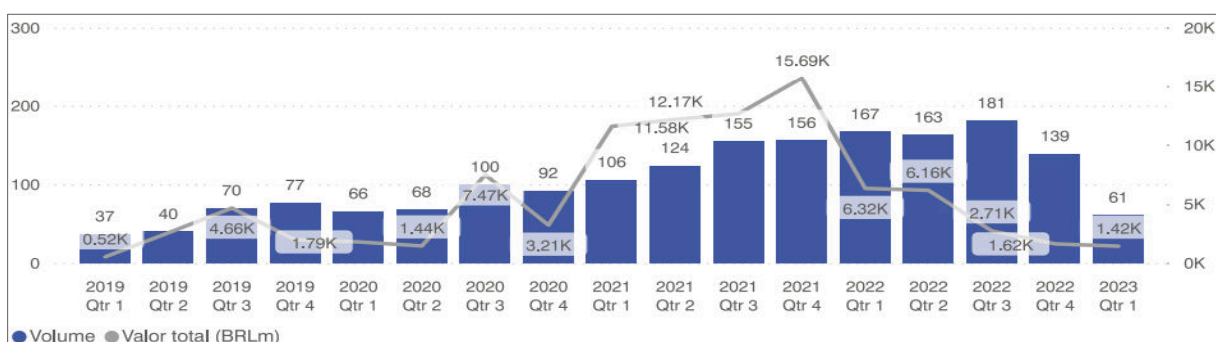


Figura 3. Evolução do *Venture Capital*.

Nota. Fonte: “Consolidação de dados: Corporate venture capital.” ABVCap, 2023a, p. 21. Recuperado de <https://www.abvcap.com.br/pesquisas/estudos.aspxABVCAP>

Estudo da KPMG (2023) indica redução de US\$ 57 bilhões no mercado global sob captação de novos recursos pelos fundos de VC no primeiro trimestre de 2023 comparado ao mesmo período em 2022. O estudo aponta alguns fatores que podem ter corroborado com essa diminuição, como a guerra na Ucrânia, as incertezas geopolíticas, as preocupações com o

sistema bancário global e as altas taxas de juros, afetaram o mercado global de VC no mundo todo. Reflexo percebido nesse mesmo período observando a figura 3 para o cenário brasileiro.

2.3.3 *Private Equity*

Private Equity (PE) são os investimentos em empresas em estágios mais avançados de desenvolvimento: *Late Stage* (estágios avançados), *Aquisition Finance* (Financiamento de Aquisições), *MBO* (tomada de controle), *Bridge Finance* (pré-emissão), *Turnaround* (recuperação empresarial), Mezanino, e *PIPE – Private Equity in Public Equity*. (MARQUES & SOUZA, 2010)

“Os *private equity* são Fundos de Investimento em Participações – FIP com recursos destinados à aquisição de ações, debêntures, bônus de subscrição, ou outros títulos e valores mobiliários conversíveis ou permutáveis em ações de emissão de companhias, que participam do processo decisório dessas, com efetiva influência da administração. Esses analisam as demonstrações financeiras de forma objetiva, prática, dando muito mais atenção a quadros e principalmente, às informações quantitativas, por exemplo, o EBTIDA”. (Caetano, 2015, p. 16)

Caetano (2015) refuta que os recursos desses fundos são investidos em empresas com capacidade de geração de retorno do valor investido, portanto, os *private equity* fazem uma análise da empresa: a análise do negócio e de mercado, o perfil dos gestores e da equipe, a avaliação da saúde financeira, a análise das finanças em perspectivas futuras e a realização de *due diligence*, para, a partir daí, determinar o seu valor, o *Valuation*”.

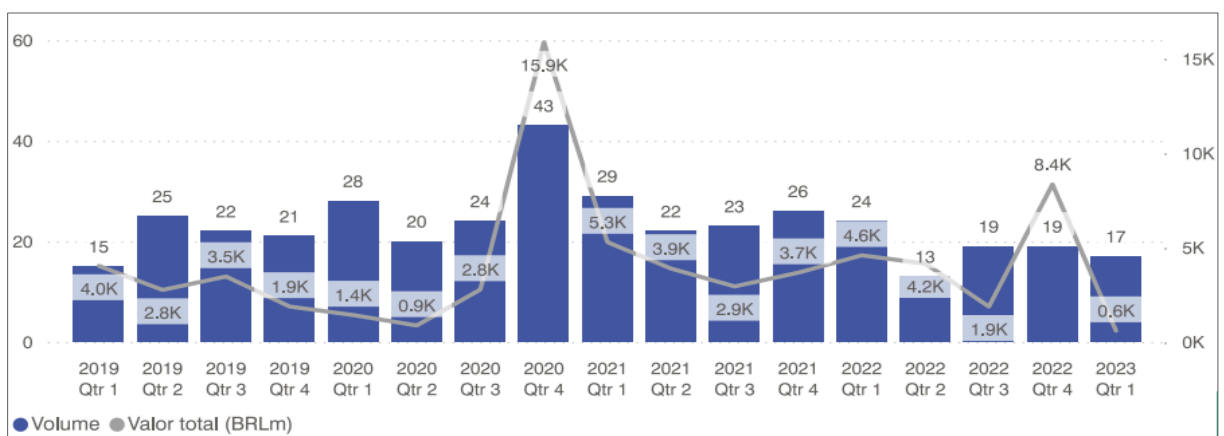


Figura 4. Evolução do *Private Equity*.

Nota. Fonte: “Performance of brazilian private equity and Venture capital funds 1994-2022” ABVCAP , Consolidação de dados : Private Equity & Venture Capital, 2023b, p. 5. Recuperado de <https://www.abvcap.com.br/pesquisas/estudos.aspx>

Pode-se observar na figura 4 que o primeiro trimestre de 2023 em relação ao mesmo período da 2022, houve notória redução na captação de novos recursos pelos fundos PE, assim como no VC, é possível associar essa redução com os efeitos causados pela guerra na Ucrânia, as incertezas geopolíticas, as preocupações com o sistema bancário global e as altas taxas de juros.

2.4 Valuation

Para que as *Startups* possam conseguir investimentos em rodadas de negociações, as empresas, normalmente, passam pelo processo de *Valuation*, contudo, essas empresas apresentam características bem distintas, por conseguinte, não é uma tarefa fácil para encontrar o modelo mais adequado, já que em muitos casos as empresas ainda estão em fase pré-operacional. (Santos, Junqueira, & Salume, 2020)

O valor de uma empresa pode ser obtido por meio de diversas técnicas de modelagem de avaliação, essas técnicas ou métodos, são comumente denominadas de *Valuation* por seus usuários e analistas financeiros. Serra e Wickert (2021) abrihantam que o interesse em avaliar empresas, se dá, principalmente, por profissionais que gerenciam recursos, *equity capital markets*, *M&A*, *project finance*, planejamento financeiro, financiamento estratégico, entre outros.

Há dezenas de modelos de avaliação, mas apenas duas abordagens: intrínseca e relativa. Na avaliação intrínseca, partimos de uma proposição simples: O valor intrínseco de um ativo é determinado pelos fluxos de caixa que se espera sejam gerados pelo bem durante sua vida útil e pelo grau de incerteza a eles associados . . . Na avaliação relativa, estima-se o valor do ativo com base nos preços de mercado de ativos semelhantes. (Damodaran, 2012, p. 4)

Os métodos de *Valuation* mais utilizadas pelos investidores são: métodos de desconto do fluxo de dividendos de uma empresa, os modelos de fluxos de caixa descontados, os modelos de avaliação por múltiplos de mercado e os modelos de lucros residuais (Galdi, Teixeira, & Lopes, 2008).

Na visão de Caetano (2015, p. 21) as técnicas mais comuns, são: “valor presente dos fluxos de caixa e valor de múltiplos da empresa e valor dos ativos”. Janoti (2022, p. 7) concorda com a visão mencionada anteriormente e diz, “entre as diferentes técnicas de avaliação de companhias empregadas por analistas financeiros, pode-se destacar como principais técnicas o fluxo de caixa descontados (*discounted cash flow* ou DCF) e a avaliação por múltiplos”.

As abordagens de avaliação produzem diferentes estimativas de valor para a mesma empresa, na avaliação de FCD, assumisse que os mercados cometem erros, que eles corrigem

esses erros ao longo do tempo e que esses erros não raros ocorrem em setores inteiros ou até em todo o mercado, na avaliação relativa, assumisse que embora os mercados cometam erros em relação a determinadas ações individualmente consideradas, eles estão corretos em média (Domodaran, 2012, p. 72).

Não obstante, o mesmo ainda menciona que não há razão para escolher uma ou outra, pois nada impede que se adotem ambas as abordagens na avaliação do mesmo investimento, diante disso, a presente pesquisa seguirá a abordagem de Fluxo de Caixa Descontado e a Avaliação por Múltiplos.

2.4.1 Fluxo de Caixa Descontado

Fluxos de caixa descontados, segundo Galdi, Teixeira e Lopes (2008) tem como base o conceito de que o dinheiro tem valor diferente no tempo, isso quer dizer que o valor de um ativo é a somatória dos valores presentes dos seus fluxos de caixa futuros ou esperados.

O método do Fluxo de Caixa Descontado está fundamentado na ideia de que o valor de uma empresa está diretamente relacionado aos montantes e às épocas em que os fluxos de caixa operacionais estarão disponíveis para os detentores de capital. Portanto, o valor de uma empresa é medido pelo montante de recursos financeiros que será gerado no futuro pelo negócio, o qual é trazido ao seu valor presente para refletir o tempo e o risco associado ao investimento. (Lima et al., 2010, p. 51).

Na concepção Damodaran (2012, p. 54) o valor intrínseco de uma empresa reflete seus fundamentos.

Estimativa de geração de caixa, crescimento e risco, tudo está embutido nesse valor, e a eles se devem acrescentar todos os outros fatores qualitativos que, em geral, estão associados às altas avaliações, como excelente equipe gerencial, tecnologia superior e marca tradicional e duradoura.

Ao aplicar o modelo de FCD à avaliação de empresas jovens, seguindo a ideia do autor anteriormente citado, deve-se ter como fonte de análise, crescimento da receita e as margens-alvo, sendo, respectivamente, estimativa de futura geração de caixa, ou seja, crescimento da receita em relação a um dado período recente e estimativa da fatia de mercado a ser conquistado no longo prazo e nas presentes receitas.

Marques e Souza (2010) abordam que os modelos baseados em fluxo de caixa apresentam algumas limitações, sobretudo quanto à estimativa dos fluxos de caixas, da taxa de desconto e do período de vida do ativo. O processo de execução desses modelos baseados em fluxos de caixa descontados demanda a execução de três etapas: projeções dos fluxos de caixas relevantes ao projeto (empreendimento), definição da taxa de desconto apropriada ao risco, e desconto dos fluxos de caixa relevantes ao projeto.

Segundo Serra e Wickert (2021) para calcular o *Valuation*, é preciso 1º calcular o Custo Médio Ponderado de Capital (WACCⁱⁱⁱ): o objetivo de calcular o WACC em avaliações de empresas é verificar o peso dos acionistas e credores sobre o patrimônio líquido. 2º calcular o fluxo de caixa dos investidores ^{iv}para “n” anos: o fluxo de caixa deve ser construído a partir do demonstrativo de resultado (DRE); 3º calcular a perpetuidade, representado pelo valor do fluxo de caixa dos investidores “n + 1”, basta trazer o fluxo de caixa ao valor presente por uma taxa de desconto ajustada pelo seu risco; 4º calcular o valor presente, obtendo o *Firm Value*^v: somar todos os fluxos de caixas trazidas a valor presente; e 5º calcular o *Equity Value*^{vi}, subtraindo do *Firm Value* da dívida líquida.

2.4.2 Modelos de Avaliação por Múltiplos de Mercado

Na avaliação relativa, é estimado o valor de um ativo observando como ativos semelhantes são precificados. Embora o atrativo dos múltiplos continue sendo a simplicidade, usá-los com sabedoria é ideal, pois deve-se encontrar empresas comparáveis e fazer ajustes pelas diferenças entre as empresas, em termos de crescimento, risco e geração de caixa. (Domodaran, 2012)

Empresas comparáveis, chamadas de *Peer* é a denominação dada para um grupo de empresas ou ativos que são (suficientemente) comparáveis com a empresa ou ativo que se quer analisar. A identificação dos *peers* é um dos pontos cruciais em avaliação por múltiplos. Diversos autores têm se dedicado a estudar e testar lógicas para esta identificação. Existem duas grandes correntes, não necessariamente excludentes, para a identificação de *peers*, sendo o agrupamento por: (i) Setor de atuação e (ii) Fundamentos econômicos semelhantes. (Orlovas, 2017, p. 16)

“O múltiplo mais adequado para a avaliação pode mudar de acordo com as características da companhia avaliada ou do setor de atuação da referida *target*”. (Janoti, 2022, p. 9)

Tabela 3
Principais avaliações por múltiplos

Múltiplos	Descrição	
P/E	Price to Earnings	Relaciona o preço de mercado com o lucro
P/B	Price to Book	Relaciona o preço de mercado com o valor contábil
P/S	Price to Sales	Relaciona o preço de mercado com as vendas
P/CF	Price to Cash Flow	Relaciona o preço de mercado com o fluxo de caixa
P/Div	Price to Div	Relaciona o preço de mercado com os dividendos
P/EBIT	Price to EBIT	Relaciona o preço de mercado com o EBIT
P/EBITDA	Price to EBITDA	Relaciona o preço de mercado com o EBITDA
EV/S	EV to Sales	Relaciona o preço da empresa com as vendas
EV/EBIT	EV to EBIT	Relaciona o preço da empresa com o EBIT
EV/EBITDA	EV to EBITDA	Relaciona o preço da empresa com o EBITDA

Nota. Fonte: “A utilização de múltiplos para a precificação de IPO’s no mercado brasileiro” A. D. Orlovas, 2017, p. 10. Recuperado de <http://tede.fecap.br:8080/handle/jspui/751>

Os múltiplos tendem a ser usados em confronto com os de empresas comparáveis para determinar o valor da empresa ou de seu patrimônio líquido. Empresas comparáveis são aquelas com capacidade de geração de caixa, potencial de crescimento e riscos semelhantes. (Domodaran, 2012, p. 67)

O mesmo autor, ainda, menciona que existem algumas maneiras de controlar as diferenças entre as empresas comparáveis, sendo:

. . . comparando-se o múltiplo a que uma empresa é negociada com média calculada para o setor e modificando-se o múltiplo para levar em conta a variável mais importante que o determina – a variável acompanhante, quando há mais de uma variável a ser ajustada, far-se-á uso de técnicas estatísticas, como a regressão múltiplas. (Domodaran, 2012, pp. 68-71)

Serra e Fávero (2018) fizeram um estudo analisando os múltiplos setoriais no Brasil e nos Estados Unidos, utilizando o modelo multinível, os autores indicam que avaliar empresas no Brasil por meio de múltiplos médios setoriais de empresas brasileiras e, muitas vezes, por meio de múltiplos médios setoriais de empresas americanas, seria uma boa prática se as empresas da mesma indústria fossem homogêneas, o que não ocorre, diante disso é melhor aplicar os múltiplos econômicos.

2.5 Teoria da Análise do Discurso

A Teoria que abrilhanta a vigente pesquisa é a Teoria da Análise do Discurso (AD). Nessa sessão será trabalhado: O que é análise do discurso? Quais as tipologias existentes? Teoria do Discurso *versus* Teoria da Análise do Discurso e o conceito de discurso.

Nas palavras de Alves (2006, p. 7) “a análise do discurso tenta explorar como as ideias e objetos socialmente produzidos que existem no mundo foram criados e como eles se mantêm ao longo do tempo”. Harris, teórico da linha de AD americana, “mostra a possibilidade de ultrapassar as análises confinadas meramente à frase, ao estender procedimentos da linguística distribucional americana aos enunciados” e Benveniste, teórico da linha de AD europeia, “afirma o relevo ao papel do sujeito falante no processo da enunciação e procura mostrar como acontece a inscrição desse sujeito nos enunciados que ele emite”. (Brandão, 2004, p. 14).

Tabela 4
Tradições em Análise do Discurso

	AD Francesa	AD Anglo-Saxã
Tipo de Discurso	Escrito Quadro institucional doutrinário	Oral Conversação cotidiana comum
Objetivos determinados	Propósitos textuais Explicação – forma Construção do Objeto	Propósitos comunicacionais Descrição – uso Imanência do objeto
Método	“Estruturalismo” Linguística e História	Interacionismo Psicologia e Sociologia
Origem	Linguística	Antropologia

Nota. Fonte: Maingueneau, 1993, p. 16, citado por “Análise crítica do discurso: exploração da temática.” M. A. Alves, 2006, p. 5. Recuperado de <https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/Rel%20012006.pdf>

As duas tradições, na visão de Alves (2006, p. 5) “possuem visões bem distintas do que se pode chamar de análise do discurso: a escola francesa privilegia o texto escrito e a tradição estruturalista e a tradição anglo-saxã privilegia a oralidade, a sociologia de matriz interacionista e os estudos etnometodológicos”. O mesmo autor ainda salienta que as tipologias de análise de discurso, são: Análise Social Linguística; Estruturalismo Interpretativo; Análise Crítica do Discurso e a Análise Linguística Crítica.

A Teoria do Discurso (TD) “está preocupada com a compreensão e interpretação dos significados socialmente produzidos, em vez de procurar pelas explicações causais objetivas”, diante disso, a TD “visa explicar como, sob que condições e por que razões o discurso foi construído, mudado ou conservado, assim como evidenciar conflitos, revelar sua incompletude, fazer emergir o que foi separado em um determinado campo discursivo, o que nos remete a categoria na perspectiva de Bourdieu, como espaço de luta e de articulação”. Portanto, a TD e a AD “não se trata de estabelecer uma demarcação categórica, compartilham uma noção de textualidade que vai além do escrito e do falado”. (Cunha, 2017, p. 276)

Alves (2006, p. 8) afirma categoricamente que “Todo discurso é um texto!”, e vai além: Discurso tem três conotações distintas, 1. É uma linguagem posta em ação, a língua assumida pelo falante, sendo, portanto, sinônimo de fala; 2. É uma unidade igual ou superior à frase, é constituído por uma sequência que forma uma mensagem de começo, meio e fim, sendo, portanto, sinônimos de enunciados; 3. Segundo a linguística moderna, o termo discurso diz respeito a qualquer enunciado superior à frase, considerado do ponto de vista das regras de encadeamento das sequências de frases.

Na visão de Cunha (2016) discurso é um sistema específico de significados e práticas sociais, construído historicamente, que constitui as identidades dos sujeitos e dos objetos. Por isso, ainda em seu entendimento, o texto como discurso precisa ser compreendido na perspectiva da intertextualidade.

A intertextualidade acontece através de três processos: citação – o sentido do texto mencionado pode ser confirmado ou alterado; alusão – não se citam palavras, mas são reproduzidas as construções sintáticas em que certas figuras são substituídas por outras, sendo que todo mantém relações do mesmo tema; estilização – reprodução do conjunto de procedimento do discurso de outrem (Alves, 2006).

Ainda na ideia de Alves (2006) uma técnica interessante para analisar o discurso de mídias é levantar, por exemplo, a frequência com que ocorre determinado assunto, quem são as pessoas mais frequentemente citadas, etc.

Os trabalhos precedentes que utilizaram como método a AD, destacam-se, Saraiva e Baptista (2009), tiveram como objetivo identificar e analisar as estratégias discursivas de persuasão ideológica de uma empresa do setor de siderurgia de Minas Gerais, eles usaram a vertente francesa da técnica da análise do discurso, segundo Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (1998, p. 170) “identificar dimensões, categorias, tendências, padrões, relações, desvendando-lhes o significado”, para obter as estratégias discursivas de persuasão ideológica – explícitas, implícitas ou silenciadas – na comunicação formal.

O objetivo do estudo de Grande e Beuren (2011), foi identificar mudanças nas práticas de contabilidade gerencial, dos Relatórios da Administração de empresas familiares, considerando os estágios descritos no IMAP 1 (IFAC, 1998) e para isso, utilizou-se da Análise de Discurso Crítica adotando-se uma das categorias analíticas utilizadas por Costa (2007), que consubstanciou sua análise em três macros categorias: o significado acional, o significado representacional e o significado identificacional.

O ensaio proposto por Oliveira, Campos e Oliveira (2022) privilegia a discussão sobre a análise do discurso enquanto abordagem teórico-metodológica e área de conhecimento das linguagens, particularmente, reunindo três frentes da análise do discurso, quais sejam: Análise

Dialógica do Discurso, Análise do Discurso na abordagem Psicanalítica Lacaniana e Análise Crítica do Discurso. Para tanto, foi apresentado fundamentos teórico-metodológicos das três abordagens, com o intuito principal de discutir acerca das perspectivas de trabalho de análise do discurso para pesquisas na área de formação docente a partir da AD.

Fernandes e Vinhas (2019) tiveram por objetivo percorrer a história da metodologia da Análise do Discurso fundada por Michel Pêcheux para compreender e refletir seus modos de fazer análise. Encontraram nas práticas de análises atuais que não basta saber o que o texto diz, mas como diz, ou seja, como funciona discursivamente. Segundo os autores, esse percurso é o que leva a compreender a regularidade e a dispersão dos processos significativos. Contudo, as questões metodológicas para a AD seriam: “O que determina a regularidade de um discurso? De que modo as formações discursivas, que reúnem as unidades linguísticas em “matrizes de sentidos”, delimitam os espaços significantes? Como essa formação discursiva trabalha a reprodução/transformação do discurso?”.

Mesquita e Rosa (2010) discorreram sobre relação heterogeneidade proposta por Authier-Revuz (2004), os autores encontraram: I) Todo discurso é atravessado por outros discursos e o sentido vai decorrer desse entrecruzamento de vozes; II) A análise da heterogeneidade constitutiva escapa à linguística, pois não há como reconhecer marcas desse entrecruzamento de vozes e não é possível realizar sua análise em um discurso; III) O dialogismo e a psicanálise permitem perceber a exterioridade como constitutiva do discurso; IV) A heterogeneidade mostrada possui marcas detectáveis em uma análise; V) O sujeito e o discurso caracterizam-se por serem heterogêneos.

3 Metodologia da Pesquisa

A definição de metodologia conforme Silva (2005) é uma preocupação instrumental, pois trata das formas de se fazer ciência, cuida dos procedimentos e das ferramentas. É através da metodologia que se direciona um caminho a seguir para atingir os objetivos propostos.

3.1 Campo de pesquisa

A metodologia que permeia esse estudo é análise de discurso, qualitativa, quantitativa, descritiva, exploratória e bibliográfica.

Verificar nos discursos dos tubarões, menções ao *Valuation*: na tabulação dos dados, há uma coluna chamada “Menções_*Valuation*” onde foi transcrito através de “sim ou não” se houve menção ao *Valuation* a partir dos discursos dos tubarões, diante disso, usou-se do método da estatística descritiva para calcular tabelas de frequências, as metodologias científicas associadas a operacionalização desse objetivo, foram: análise de discurso, pesquisa qualitativa e pesquisa descritiva.

Identificar variáveis que explicam o motivo de não investimento: a ideia nesse objetivo é fazer um mapa mental de palavras-chave registradas a partir das justificativas dos tubarões, quando não houve interesse de aporte financeiro, essa informação está na coluna “Motivos”. A essa ideia, foram aplicadas as técnicas da análise de discurso e pesquisa descritiva.

Comparar a assertividade dos *Valuation* no *Shark Tank USA* e *BRA*: o *modus operandi* é cruzar duas variáveis quantitativas, “Investimento Pretendido” *versus* “Investimento Formalizado”, através de técnicas estatísticas, para entender qual país é mais assertivo na projeção do *Valuation*. Foram aplicadas técnicas estatísticas: análise descritiva, teste de U de Mann-Whitney e Gráficos de dispersão.

Por último, investigar se houve efetivação dos acordos firmados no *Shark Tank Brasil*: através dos métodos da pesquisa exploratória, investigação em sites de buscas na internet (Institucionais, Receita Federal, Junta Comercial) se houve de fato a formalização das negociações apresentadas no reality, bem como se a empresa e/ou a sociedade existe atualmente.

3.2 Base de dados disponíveis

O *Shark Tank USA*, estreou em 09 de agosto de 2009 no canal televisivo ABC, e sua premissa principal, é que os proprietários de pequenas empresas consigam uma audiência com investidores, chamados “tubarões”, na esperança de provocar uma guerra de lances por uma

participação em suas empresas. Os “tubarões”, por sua vez, têm total liberdade de descartarem as ideias completamente, e assim às vezes o fazem, mas sempre de maneira satisfatória e detalhada, os descartes geralmente estão associados a falhas no produto de um empreendedor, modelo de negócios ou avaliação de sua empresa. (New York Times, 2017)

O produtor executivo Mark Burnett vê uma nova série inventiva de realidade na qual você pode afundar seus dentes. Empreendedores iniciantes com grandes ideias ainda podem realizar seus sonhos e a ABC está prestes a dar a eles a chance de fazer isso acontecer. A cada semana, um grupo de milionários de todos os cantos do mundo dos negócios pega seu próprio dinheiro arduamente ganho e oferece às pessoas comuns sua única chance de tornar seus sonhos realidade. Alguns afundarão, alguns nadarão e alguns serão comidos vivos. (ABC, 2009, p. 1)

A tabela 5 representa de forma sintética a listagem geral do *Shark Tank USA*, contudo, para listagem detalhada sobre as empresas que apareceram no programa, acesse o site da ABC. Os dados tabulados e posteriormente analisados, foram extraídos da plataforma de *streaming*, Primevideo.com.br e Clarotvmais.com.br.

Tabela 5

Lista de geral *Shark Tank US*.

Temp.	Ep.	Início	Fim	Tubarões
1 ^a	14	9 de agosto de 2009	5 de fevereiro de 2010	Kevin Harrington, Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran e Robert Herjavec.
2 ^a	9	20 de março de 2011	13 de maio de 2011	Kevin Harrington, Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran e Robert Herjavec. Convidados: Jeff Foxworthy.
3 ^a	15	20 de janeiro de 2012	18 de maio de 2012	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec e Mark Cuban. Convidados: Lori Greiner.
4 ^a	26	14 de setembro de 2012	17 de maio de 2013	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner.
5 ^a	29	20 de setembro de 2013	16 de maio de 2014	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: John Paul DeJoria, Steve Tisch.
6 ^a	29	26 de setembro de 2014	15 de maio de 2015	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Nick Woodman.
7 ^a	24	25 de setembro de 2015	20 de maio de 2016	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Ashton Kutcher, Troy Carter, Chris Sacca.
8 ^a	24	23 de setembro de 2016	12 de maio de 2017	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Chris Sacca.
9 ^a	24	1º de outubro de 2017	25 de fevereiro de 2018	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Sara Blakely, Richard Branson, Rohan Oza, Bethenny Frankel, Alex Rodriguez.

Continua

Temp.	Ep.	Início	Fim	Tubarões
10 ^a	23	7 de outubro de 2018	12 de maio de 2019	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Jamie Siminoff.
11 ^a	24	29 de setembro de 2019	15 de maio de 2020	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Katrina Lake, Daniel Lubetzky, Maria Sharapova, Anne Wojcicki, Rohan Oza, Matt Higgins.
12 ^a	25	16 de outubro de 2020	21 de maio de 2021	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Blake Mycoskie, Kendra Scott, Alex Rodriguez, Daniel Lubetzky.
13 ^a	24	8 de outubro de 2021	20 de maio de 2022	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Emma Grede, Kevin Hart, Peter Jones, Nirav T.
14 ^a	22	23 de setembro de 2022	19 de maio de 2023	Daymond John, Kevin O'Leary, Barbara Corcoran, Robert Herjavec, Mark Cuban e Lori Greiner. Convidados: Emma Grede, Gwyneth Paltrow, Peter Jones, Daniel Lubetzky, Kendra Scott, Tony Xu.

Nota. Fonte: Adaptado de Wikipédia, IMDB, ABC e Hulu.

O *Shark Tank* Brasil: Negociando com tubarões, estreou em 13 de outubro de 2016 na *Sony Channel*, e sua ideia principal, é que os empreendedores terão a oportunidade de apresentar o seu negócio aos tubarões para conseguir investimentos e impulsionar o crescimento da empresa. Seguindo as mesmas ideias dos Estados Unidos, os tubarões têm a liberdade de fazerem as propostas como bem entenderem, assim como os empreendedores têm o direito de negociarem o acordo e até mesmo recusarem.

“Versão brasileira do *reality show* norte-americano com investidores interessados em dar apoio financeiro a grandes ideias de empreendimento. Mas para garantir o investimento necessário, os empreendedores terão que convencer estes verdadeiros “tubarões” dos negócios”. (Sony Channel, 2023)

Tabela 6

Lista de geral *Shark Tank* Brasil

Temp.	Ep.	Início	Fim	Tubarões
1 ^a	16	10 de outubro de 2016	26 de janeiro de 2017	João Appolinário, Cristiana Arcangeli, Robinson Shiba, Sorocaba, Camila Farani. Convidados: Carlos Wizard Martins.
2 ^a	13	22 de junho de 2017	14 de setembro de 2017	João Appolinário, Cristiana Arcangeli, Robinson Shiba, Camila Farani, Caito Maia. Convidados: Luiza Trajano, Edgard Corona.
3 ^a	16	17 de agosto de 2018	21 de dezembro de 2018	João Appolinário, Cristiana Arcangeli, Robinson Shiba, Camila Farani, Caito Maia. Convidados: Luiza Trajano.
4 ^a	16	28 de junho de 2019	18 de outubro de 2019	João Appolinário, Cristiana Arcangeli, Camila Farani, Caito Maia, José Carlos Semenzato. Convidados: Roberto Justus.
5 ^a	13	20 de novembro de 2020	12 de abril de 2021	João Appolinário, Camila Farani, Caito Maia, José Carlos Semenzato, Carol Paiffer. Convidados: Luiza Trajano, Alexandra Baldeh Loras, Caio Castro.
6 ^a	12	24 de setembro de 2021	17 de dezembro de 2021	João Appolinário, Camila Farani, Caito Maia, José Carlos Semenzato, Carol Paiffer. Convidados: Felipe Titto, Facundo Guerra, Alexandra Loras.
7 ^a	13	25 de agosto de 2022	17 de novembro de 2022	João Appolinário, Caito Maia, Carol Paiffer, José Carlos Semenzato, Sandra Chayo, Felipe Titto. Convidados: Joel Jota, Luiza Helena Trajano.

Nota. Fonte: Adaptado de Wikipédia, Sony Channel e ClaroTV+.

A tabela 6 demonstra sinteticamente uma listagem geral do *Shark Tank* Brasil. Os dados tabulados e posteriormente analisados, serão extraídos de uma plataforma de *streaming*, Clarotvmais.com.br.

3.3 Métodos, técnicas e procedimento de coletas de dados

Os dados coletados foram extraídos do *reality show Shark Tank* Estados Unidos (8^a Temporada) e *Shark Tank* Brasil (1^a e 5^a Temporada) pelo autor dessa pesquisa. Foi assistido todos os episódios, tabulando individualmente as informações inerentes aos interesses da pesquisa de cada empresa que se apresentava. A princípio foi escolhido a 1^a temporada do *Shark Tank* Brasil, em seguida, seguindo o critério de data de transmissão foi escolhida a 8^a temporada do *Shark Tank* Estados Unidos, ambas, iniciaram no segundo semestre de 2016 e finalizaram no primeiro semestre de 2017. Para ter base de comparação evolutiva no *Shark Tank* Brasil, foi escolhida a 5^a temporada, que na época era a mais recente disponível no *streaming*.

Tabela 7

SHARK TANK ESTADOS UNIDOS 8ª Temporada Valuation US

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
1	Fizzics	Tecnologia	500.000	4%	12.500.000	2.000.000	16,67%	11.997.600	N/A	Sim
1	Spoonful of Comfort	Alimentação	400.000	10%	4.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional, com risco de falir devido ao custo.	Sim
1	iSlide	Vestuário	500.000	5%	10.000.000	N/A		N/A	Houve um valuation desproporcional e mesmo com a oferta que foi forte mente questionada o empresário, não aceitou.	Sim
1	ReThink	Tecnologia	100.000	20%	500.000	100.000	20%	500.000	N/A	Não
2	The Lapel Project	Vestuário	150.000	20%	750.000	150.000	30%	500.000	N/A	Não
2	Good Hangups	Utilidades	100.000	10%	1.000.000	100.000	10%	1.000.000	N/A	Não
2	Ice Age Meals	Alimentação	1.000.000	10%	10.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional.	Sim
2	TactiBite Fish Call	Utilidades	150.000	10%	1.500.000	150.000	10%	1.500.000	N/A	Sim
3	Solemates	Utilidades	500.000	10%	5.000.000	500.000	20%	2.500.000	N/A	Sim
3	Atlantic Candy Company	Alimentação	1.000.000	10%	10.000.000	N/A		N/A	Valuation com múltiplos de FC desproporcional.	Sim
3	Biem	Utilidades	500.000	5%	10.000.000	500.000	14%	3.571.429	N/A	Sim
3	Angels and Tomboys	Beleza	55.000	20%	275.000	60.000	33,33%	180.018	N/A	Não
4	Raising Wild	Vestuário	100.000	20%	500.000	100.000	50%	200.000	N/A	Não
4	The Cookie Kahuna	Alimentação	50.000	20%	250.000	N/A		N/A	Cookies com custo de produção muito altos, principalmente em embalagens e fretes.	Não
4	Tekdry	Tecnologia	500.000	5%	10.000.000	500.000	5%	10.000.000	N/A	Sim
4	Nighth Runner 270	Utilidades	250.000	10%	2.500.000	250.000	15%	1.666.667	N/A	Não
5	Lulu bang	Alimentação	150.000	10%	1.500.000	N/A		N/A	Produto com baixo retorno, muita complexidade de mercado e precisaria de um branding muito forte.	Não
5	Unpack	Utilidades	500.000	40%	1.250.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional com modelo de negócio confuso.	Sim
5	Sunscreenr	Tecnologia	800.000	10%	8.000.000	800.000	33,33%	2.400.240	N/A	Sim

Continua

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
5	Potato Parcel	Entretenimento	50.000	10%	500.000	50.000	10%	500.000	N/A	Sim
6	Sandi Lake Clothing	Vestuário	100.000	10%	1.000.000	N/A		N/A	Perdeu o investimento por ouvir outra pessoa e não aceitou a única proposta.	Não
6	Parkers Maple	Alimentação	200.000	20%	1.000.000	N/A		N/A	Sem projeções confiáveis.	Sim
6	Safe Grabs	Utilidades	75.000	12%	625.000	75.000	25%	300.000	N/A	Não
6	Silidog	PET	100.000	15%	666.667	100.000	30%	333.333	N/A	Não
7	Inboard	Tecnologia	750.000	4%	18.750.000	750.000	4%	18.750.000	N/A	Não
7	Petplate	PET	100.000	10%	1.000.000	N/A		N/A	Conflitos de interesse dos tubarões.	Não
7	Nootrobox	Alimentação	2.000.000	5%	40.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional.	Sim
7	Nomiku	Tecnologia	250.000	5%	5.000.000	250.000	10%	2.500.000	N/A	Sim
8	EcoFlower	Utilidades	400.000	10%	4.000.000	400.000	20%	2.000.000	N/A	Sim
8	Style Club	Vestuário	500.000	20%	2.500.000	500.000	22%	2.272.727	N/A	Não
8	Safe Catch	Alimentação	600.000	3%	20.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional.	Sim
8	#besomebody	Tecnologia	1.000.000	10%	10.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional, sem maturidade no negócio.	Sim
9	Milk Snob	Utilidades	125.000	5%	2.500.000	150.000	10%	1.500.000	N/A	Não
9	Jack's Stands & Marketp	Tecnologia	50.000	10%	500.000	50.000	0%	50.000	N/A	Não
9	Chi'Lantro	Alimentação	600.000	15%	4.000.000	600.000	20%	3.000.000	N/A	Não
9	Toor	Tecnologia	500.000	10%	5.000.000	200.000	10%	2.000.000	N/A	Não
10	Pupbox	PET	250.000	10%	2.500.000	250.000	15%	1.666.667	N/A	Sim
10	Barbell Apparel	Vestuário	500.000	5%	10.000.000	N/A		N/A	Valuation com múltiplos de FC desproporcional.	Sim
10	Energybits	Alimentação	500.000	5%	10.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional, com risco de falir devido à falta de popularidade.	Sim
10	Line Cutterz	Utilidades	120.000	20%	600.000	120.000	33%	363.636	N/A	Não
11	Grease Bags	Utilidades	75.000	25%	300.000	75.000	50%	150.000	N/A	Não
11	Pinblock	Entretenimento	100.000	20%	500.000	100.000	50%	200.000	N/A	Não
11	Mama Milkbox	Vestuário	200.000	20%	1.000.000	N/A		N/A	Risco de falir por não tem retorno sobre ativo.	Não
11	Nicepipes Apperel	Vestuário	100.000	10%	1.000.000	N/A		N/A	Empreendedor recusa proposta.	Não
12	Sealed By Santa	Entretenimento	150.000	20%	750.000	75.000	22,5%	333.333	N/A	Não
12	Poly Glide	Entretenimento	150.000	20%	750.000	N/A		N/A	Descartado por falta de atitude.	Não

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
12	Digiwrap	Utilidades	150.000	10%	1.500.000	150.000	20%	750.000	N/A	Não
12	Hand out Gloves	Utilidades	150.000	20%	750.000	300.000	25%	1.200.000	N/A	Não
13	PDX Pet Design	PET	300.000	15%	2.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional pelo estágio.	Sim
13	Basic Outfitters	Vestuário	125.000	10%	1.250.000	N/A		N/A	Empresários venderam 75% da empresa para um capital de risco.	Não
13	Victory Coffes	Alimentação	250.000	20%	1.250.000	N/A		N/A	Fase muito inicial do modelo de negócio.	Não
13	Naturally Perfect Dolls	Entretenimento	200.000	20%	1.000.000	200.000	30%	666.667	N/A	Não
14	Chirps	Alimentação	100.000	7%	1.428.571	100.000	15%	666.667	N/A	Não
14	GetAway	Turismo	500.000	5%	10.000.000	N/A		N/A	Depreciação dos Imóveis, necessidade de reformas constantes.	Sim
14	Popup Play	Entretenimento	250.000	6%	4.166.667	250.000	0%	250.000	N/A	Não
14	Vibes	Utilidades	100.000	20%	500.000	N/A		N/A	produto muito caro e de difícil comercialização	Não
15	dBest Products	Utilidades	350.000	5%	7.000.000	350.000	20%	1.750.000	N/A	Não
15	Lillle Nomad	Utilidades	80.000	15%	533.333	N/A		N/A	Produto muito caro e não gostam da venda no varejo, estratégia da proprietária.	Não
15	The Kooler	Utilidades	50.000	15%	333.333	50.000	33,30%	150.150	N/A	Não
15	RinseKit	Utilidades	250.000	5%	5.000.000	250.000	7,50%	3.333.333	N/A	Sim
16	Doc Spartan	Utilidades	75.000	15%	500.000	75.000	20%	375.000	N/A	Não
16	Firefighter Turnout Bags	Utilidades	250.000	33,3%	750.751	250.000	50%	500.000	N/A	Não
16	Peaceful Fruits	Alimentação	75.000	20%	375.000	N/A		N/A	Fase muito inicial do modelo de negócio.	Sim
16	Tranquilo	Utilidades	100.000	10%	1.000.000	200.000	15%	1.333.333	N/A	Sim
17	BitsBox	Tecnologia	250.000	3%	8.333.333	N/A		N/A	Empreendedor recusa proposta.	Sim
17	EDN Wallgarden	Utilidades	150.000	10%	1.500.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional	Sim
17	Hotels by Day	Tecnologia	750.000	10%	7.500.000	N/A		N/A	Os empresários não souberam explicar o negócio	Não
17	ToyMail	Entretenimento	250.000	2,5%	10.000.000	600.000	5%	12.000.000	N/A	Sim
18	DartDrones	Educação	300.000	10%	3.000.000	300.000	10%	3.000.000	N/A	Não
18	Elephant Pants	Vestuário	500.000	10%	5.000.000	500.000	15%	3.333.333	N/A	Não
18	Ora Organic	Alimentação	375.000	5%	7.500.000	N/A		N/A	Empreendedor recusa proposta.	Sim
18	SandCloud	Vestuário	200.000	8%	2.500.000	200.000	15%	1.333.333	N/A	Não
19	Blendtique Wine Company	Alimentação	250.000	10%	2.500.000	250.000	10%	2.500.000	N/A	Não
19	MealEnders	Alimentação	350.000	8%	4.375.000	N/A		N/A	Investimento alto para escalabilidade	Não
19	RareForm	Vestuário	300.000	10%	3.000.000	300.000	10%	3.000.000	N/A	Sim

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
19	The Sleep Styler	Beleza	75.000	20%	375.000	75.000	25%	300.000	N/A	Não
20	Apollo Peak	PET	100.000	10%	1.000.000	100.000	20%	500.000	N/A	Não
20	Cropsticks	Utilidades	75.000	13%	600.000	N/A		N/A	Fase muito inicial do modelo de negócio.	Não
20	SeedSheet	Utilidades	500.000	10%	5.000.000	500.000	10%	5.000.000	N/A	Não
20	Under the Weather	Utilidades	600.000	10%	6.000.000	600.000	15%	4.000.000	N/A	Não
21	Flag	Tecnologia	375.000	5%	7.500.000	N/A		N/A	Muitos investidores envolvidos	Não
21	Guard Llama	Utilidades	100.000	5%	2.000.000	100.000	18%	555.556	N/A	Sim
21	Guardian Bikes	Utilidades	500.000	10%	5.000.000	500.000	10%	5.000.000	Três condições.	Não
21	Validated	Tecnologia	250.000	8%	3.125.000	N/A		N/A	Fase muito inicial do modelo de negócio.	Não
22	Bootyqueen Apparel	Vestuário	250.000	20%	1.250.000	250.000	33,3%	750.751	N/A	Não
22	Goverre	Utilidades	200.000	13%	1.538.462	200.000	33,3%	600.601	N/A	Não
22	LocTote	Vestuário	150.000	5%	3.000.000	150.000	10%	1.500.000	N/A	Não
22	See Rescue Streamer	Tecnologia	200.000	20%	1.000.000	N/A		N/A	Investimento alto para escalabilidade	Não
23	Peoples Designs	Utilidades	75.000	25%	300.000	75.000	33,3%	225.225	N/A	Não
23	Rumi Spice	Alimentação	250.000	5%	5.000.000	250.000	15%	1.666.667	N/A	Não
23	Thompson Tee	Vestuário	700.000	7%	10.000.000	700.000	25%	2.800.000	N/A	Sim
23	Wallet Buckle	Utilidades	500.000	10%	5.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional.	Sim
24	Wine & Desing	Educação	500.000	10%	5.000.000	500.000	10%	5.000.000	N/A	Não
24	Rocketbook	Utilidades	400.000	10%	4.000.000	N/A		N/A	Não se interessaram	Não
24	Laid Brand	Beleza	30.000	30%	100.000	N/A		N/A	Fase muito inicial do modelo de negócio.	Não
24	Bridal Buddy	Utilidades	75.000	10%	750.000	75.000	30%	250.000	N/A	Não

Tabela 8

SHARK TANK BRASIL_ 1ª Temporada_ Valuation_ R\$

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
1	Papinhas Gourmezinho	Alimentação	500.000	20%	2.500.000	600.000	60%	1.000.000	N/A	Não
1	Revo Foot	Engenharia	400.000	20%	2.000.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional	Sim
1	Velo	Vestuário	400.000	20%	2.000.000	400.000	50%	800.000	N/A	Não
1	Bosta em lata	Agronegócio	150.000	30%	500.000	N/A		N/A	Proposta recusada pelo empreendedor	Não
2	M'Ana Manutenção	Engenharia	100.000	10%	1.000.000	100.000	60%	166.667	N/A	Não
2	Pensys Tecnologia	Tecnologia	300.000	5%	6.000.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional	Sim
2	Easy Carros	Tecnologia	800.000	4%	20.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional e <i>payback</i> muito longe	Sim
2	Peter Paiva Saboaria	Ensino	500.000	20%	2.500.000	500.000	50%	1.000.000	N/A	Não
3	Futuriste	Ensino	185.000	15%	1.233.333	200.000	25%	800.000	N/A	Não
3	Enlite (DDID)	Tecnologia	295.000	30%	983.333	295.000	35%	842.857	N/A	Não
3	+55 Canga	Vestuário	500.000	10%	5.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional e produto pouco inovador	Sim
3	Super Cooler	Tecnologia	500.000	15%	3.333.333	N/A		N/A	Proposta recusada pelo empreendedor	Sim
4	Egoss	Vestuário	250.000	15%	1.666.667	300.000	15%	2.000.000	N/A	Não
4	Manicura Express	Beleza	50.000	7%	714.286	N/A		N/A	Sem diferencial competitivo	Não
4	Rock Candy	Alimentação	900.000	15%	6.000.000	N/A		N/A	Imaturidade para franquias	Não
4	Dolce & Cane	PET	100.000	30%	333.333	N/A		N/A	Muito artesanal.	Não
4	Nextagro	Agronegócio	300.000	5%	6.000.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional	Sim
5	Embarcar	Tecnologia	90.000	10%	900.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional	Sim
5	Rent a Bag	Turismo	350.000	7%	5.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional e <i>payback</i> muito longe	Sim
5	Benditta Pipoca	Alimentação	400.000	10%	4.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional	Sim
5	Beleza de farmácia	Tecnologia	150.000	15%	1.000.000	150.000	35%	428.571	N/A	Não
6	Vela Bikes	Transporte	200.000	5%	4.000.000	N/A		N/A	Proposta recusada pelo empreendedor	Sim
6	Youtape	Entretenimento	50.000	20%	250.000	N/A		N/A	Dependência da sócia para executar o produto	Não
6	Lilycone	Utilidade	400.000	30%	1.333.333	N/A		N/A	Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
6	QG Food Truck	Alimentação	180.000	40%	450.000	180.000	40%	450.000	Ressalva: Contrato de bonificação de fornecimento de queijos por 3 anos	Não
7	Portex	Utilidade	250.000	8%	3.125.000	N/A		N/A	Empreendedor em busca de financiamento e não de sócio	Não

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
7	Kitlivre	Mobilidade	400.000	5%	8.000.000		N/A	N/A	Valuation desproporcional e falta de sinceridade dos empresários	Sim
7	Tress Cabelos	Beleza	1.000.000	5%	20.000.000	1.000.000	50%	2.000.000	N/A	Sim
7	List it	Tecnologia	200.000	30%	666.667		N/A	N/A	Fase pré-operacional e sazonal	Não
8	Vent7	Tecnologia	200.000	10%	2.000.000	300.000	50%	600.000	N/A	Sim
8	Jardim ô fiô	Alimentação	200.000	10%	2.000.000		N/A	N/A	Modelo de negócio confuso	Não
8	Peau Mature	Beleza	300.000	20%	1.500.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional	Não
8	Sustentare - G2 STD	Engenharia	590.000	8%	7.375.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional, sem conhecimento dos tubarões	Sim
8	Safety Print System	Tecnologia	1.500.000	10%	15.000.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional	Sim
9	Getcook	Tecnologia	200.000	10%	2.000.000	200.000	30%	666.667	N/A	Sim
9	Caldo Natural	Alimentação	400.000	15%	2.666.667		N/A	N/A	Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional	Sim
9	Goleiro de Aluguel	Tecnologia	250.000	10%	2.500.000	250.000	50%	500.000	N/A	Sim
9	Kart Fly	Entretenimento	600.000	7,5%	8.000.000		N/A	N/A	Superestimando o Valuation em fase pré-operacional	Sim
10	Kuba	Entretenimento	190.000	10%	1.900.000	190.000	50%	380.000	N/A	Não
10	Imedical	Tecnologia	450.000	30%	1.500.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional	Sim
10	Chef Bob	PET	150.000	20%	750.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional	Não
10	Courrieros	Transporte	400.000	5%	8.000.000		N/A	N/A	Proposta recusada pelo empreendedor	Sim
11	Bodout	Utilidade	200.000	15%	1.333.333	200.000	50%	400.000	N/A	Sim
11	Folha da Bananeira	Alimentação	200.000	20%	1.000.000		N/A	N/A	Sem diferencial competitivo	Não
11	Preshh	Alimentação	175.000	20%	875.000		N/A	N/A	Capital de giro não atende a projeção estimada	Não
11	Tagine	Alimentação	250.000	30%	833.333	200.000	60%	333.333	N/A	Não
12	Naked	Alimentação	300.000	10%	3.000.000	300.000	35%	857.143	N/A	Sim
12	Empório Sartori	Beleza	500.000	10%	5.000.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional	Sim
12	Armadilha para Tubarões	Tecnologia	300.000	10%	3.000.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional	Não
12	Horvath	Vestuário	300.000	8%	3.750.000		N/A	N/A	Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional	Sim
13	Cartooneria	Entretenimento	300.000	20%	1.500.000	300.000	50%	600.000	N/A	Não
13	Freecô	Utilidade	1.500.000	10%	15.000.000		N/A	N/A	Falta de sinceridade dos empresários e Valuation questionável	Sim
13	O Amor é Simples	Vestuário	200.000	10%	2.000.000		N/A	N/A	Falta de sinergia dos tubarões e margem de lucro baixa	Não
13	Noocity	Agronegócio	350.000	10%	3.500.000		N/A	N/A	Valuation desproporcional pelo faturamento pequeno	Sim

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
14	Natural Science	Alimentação	400.000	20%	2.000.000	400.000	50%	800.000	N/A	Não
14	Petitebox	Vestuário	600.000	5%	12.000.000	N/A		N/A	Incompatibilidade com o modelo de negócio	Não
14	Piipee	Utilidade	500.000	10%	5.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional para o modelo de negócio	Sim
14	Feitosa Gourmet	Alimentação	120.000	25%	480.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional	Não
15	Rays Pedals	Utilidade	500.000	15%	3.333.333	N/A		N/A	Fase pré-operacional	Não
15	Cadeirinhas Smart	Tecnologia	50.000	10%	500.000	50.000	50%	100.000	N/A	Não
15	Tarte Fit	Alimentação	100.000	10%	1.000.000	N/A		N/A	Produto sem escalabilidade	Não
15	Safari	PET	480.000	20%	2.400.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional e não tem dedicação exclusiva do sócio	Não
16	Banho Bungee	Utilidade	100.000	40%	250.000	150.000	50%	300.000	N/A	Não
16	Triple Horn	Alimentação	490.000	25%	1.960.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional	Sim
16	Spin'n Soul	Beleza	7.500.000	30%	25.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional para o modelo de negócio	Sim
16	Moradigna	Construção	300.000	10%	3.000.000	300.000	0%	300.000	N/A	Não

Tabela 9

SHARK TANK BRASIL 5ª Temporada Valuation R\$

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
1	Wakanda	Educação	200.000	15%	1.333.333	200.000	15%	1.333.333	N/A	Não
1	Futmesa Brasil	Entretenimento	700.000	25%	2.800.000	700.000	40%	1.750.000	N/A	Não
1	Ice Cup	Alimentação	500.000	10%	5.000.000	500.000	10%	5.000.000	N/A	Sim
1	Malokero Burger	Alimentação	250.000	20%	1.250.000	N/A		N/A	Negócio sem escalabilidade.	Não
2	Loja do Cuteleiro	Utilidade	300.000	10%	3.000.000	600.000	30%	2.000.000	N/A	Não
2	#Deixaelaetreinar	Vestuário	300.000	20%	1.500.000	N/A		N/A	Tubarões não sentiram que o negócio tinha escalabilidade.	Não
2	E-Motors	Mobilidade	800.000	10%	8.000.000	800.000	50%	1.600.000	N/A	Não
2	Duolibras	Educação	Mentorias	2%	Mentorias	Mentoria	40%	Mentoria	N/A	Não
3	Florent	Vestuário	70.000	10%	700.000	140.000	20%	700.000	N/A	Não
3	Sonder	Tecnologia	350.000	15%	2.333.333	N/A		N/A	Valuation não supre a necessidade do negócio.	Sim
3	Amostrix	Tecnologia	2.000.000	15%	13.333.333	2.000.000	30%	6.666.667	N/A	Sim
3	Ecooler	Utilidade	150.000	10%	1.500.000	150.000	25%	600.000	N/A	Sim
4	Tapete Antivírus	Utilidade	200.000	10%	2.000.000	300.000	20%	1.500.000	N/A	Sim
4	2FW Indústria	Utilidade	240.000	10%	2.400.000	240.000	25%	960.000	N/A	Não
4	Divas Bllack	Beleza	250.000	15%	1.666.667	N/A		N/A	Valuation desproporcional.	Sim
4	Equal Moda Inclusiva	Vestuário	200.000	20%	1.000.000	200.000	20%	1.000.000	N/A	Não
5	Império do Piolho	Beleza	100.000	30%	333.333	100.000	30%	333.333	N/A	Não
5	Rubber Brasil	Entretenimento	300.000	10%	3.000.000	300.000	30%	1.000.000	N/A	Não
5	Clubinho Preto	Educação	300.000	10%	3.000.000	N/A		N/A	Valuation desproporcional.	Sim
5	Recupehair	Beleza	425.000	25%	1.700.000	500.000	50%	1.000.000	N/A	Não
6	Identity Travel	Educação	200.000	5%	4.000.000	200.000	35%	571.429	N/A	Não
6	Churras Delas	Alimentação	500.000	15%	3.333.333	500.000	40%	1.250.000	N/A	Não
6	Smart Gaas	Tecnologia	500.000	5%	10.000.000	N/A		N/A	Falta de expertise dos tubarões e valuation pouco atrativo.	Sim
6	Amyi	Cosmético	400.000	5%	8.000.000	400.000	10%	4.000.000	N/A	Sim
7	Plt4way	Educação	150.000	20%	750.000	200.000	40%	500.000	N/A	Não

Ep.	Empresa	Atividade	Investimento Pretendido		Valuation Pretendido	Investimento Formalizado		Valuation Formalizado	Motivo	Menções Valuation
7	Grood.me	Tecnologia	200.000	13%	1.538.462	200.000	30%	666.667	N/A	Não
7	Peçaneta	Tecnologia	200.000	10%	2.000.000	200.000	20%	1.000.000	N/A	Não
7	Ancesa	Entretenimento	50.000	10%	500.000	50.000	20%	250.000	N/A	Não
8	Badalacão	PET	100.000	30%	333.333	N/A		N/A	Sem diferencial competitivo.	Não
8	NJ7 Fertilizantes	Agronegócio	1.500.000	15%	10.000.000	2.000.000	25%	8.000.000	N/A	Não
8	Sussurra	Entretenimento	300.000	15%	2.000.000	N/A		N/A	Ideia sem diferencial competitivo.	Não
8	Polentake	Alimentação	500.000	25%	2.000.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional	Não
9	Empreendedor 4.0	Educação	350.000	8%	4.375.000	N/A		N/A	Fase pré-operacional com <i>valuation</i> desproporcional.	Sim
9	Avesso	Alimentação	290.000	10%	2.900.000	290.000	10%	2.900.000	N/A	Não
9	Advys	Serviços	200.000	5%	4.000.000	300.000	20%	1.500.000	N/A	Não
9	Smart Road	Utilidade	300.000	10%	3.000.000	300.000	50%	600.000	N/A	Sim
10	Lab77	Vestuário	450.000	20%	2.250.000	450.000	33%	1.363.636	N/A	Não
10	Dionisio. Ag	Serviços	500.000	5%	10.000.000	500.000	24%	2.083.333	N/A	Não
10	Pit Grooming	PET	500.000	30%	1.666.667	500.000	40%	1.250.000	N/A	Não
10	Styme	Tecnologia	300.000	5%	6.000.000	300.000	10%	3.000.000	N/A	Não
11	Game Jam +	Tecnologia	1	10%	10	20	25%	80	N/A	Não
11	So Snacks	Alimentação	225.000	5%	4.500.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
11	Seduzzy	Vestuário	200.000	20%	1.000.000	200.000	26%	769.231	N/A	Não
11	Meu Dentista em Casa	Tecnologia	190.000	15%	1.266.667	N/A		N/A	Falta de diferencial competitivo.	Não
12	Bionicook	Tecnologia	3.500.000	7%	50.000.000	3.500.000	40%	8.750.000	N/A	Sim
12	Egalitê	Tecnologia	300.000	5%	6.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
12	Doceria Dona Tereza	Alimentação	400.000	20%	2.000.000	N/A		N/A	<i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
12	Nanoprice	Tecnologia	560.000	8%	7.000.000	560.000	13,5%	4.148.148	N/A	Sim

4 Análises dos Resultados

A primeira coisa a fazer para se ter uma base confiável para operacionalizar as análises é limpar qualquer coisa que possa comprometer os resultados da pesquisa, diante disso, *Shark Tank* Estados Unidos: 8ª Temporada, foram eliminadas de suas bases 11 empresas que resultaram apenas em empréstimos, (2ep.) Good Hangups; (4ep.) Tekdry; (4ep.) Nighth Runner 270; (7ep.) Inboard; (8ep.) Style Club; (9ep.) Jack's Stands & Marketp; (12ep.) Hand out Gloves; (14ep.) Popup Play; (19ep.) Blendtique Wine Company; (19ep.) RareForm; (21ep.) Guard Llama – *Shark Tank* Brasil: 1ª Temporada, foram eliminadas de suas bases 2 empresas que resultaram apenas em financiamentos, (7ep.) Portex; (16ep.) Moradigna – *Shark Tank* Brasil: 5ª Temporada, foi eliminado da base 1 empresa que resultou apenas em mentoria, (2ep.) Duolibras, após o tratamento dos dados, restaram 196 empresas consolidando as temporadas analisadas.

Na coluna "Menções *Valuation*" foi demonstrado se houve ou não menções ao *Valuation* nos discursos dos tubarões em cada *startup* que se apresentava no programa, para isso, foi atribuída a classificação “sim” ou “não”.

Tabela 10

Estatística Descritiva Tabela de frequência 8ª Temp. USA

Menções <i>Valuation</i>	Frequência	Freq. Relativa	Freq. Acumulada
Não	54	64%	0,635
Sim	31	36%	1,000

Para as 85 empresas que se apresentaram na 8ª temporada dos Estados Unidos, em 31 empresas os tubarões fizeram alusões ao *Valuation*, enquanto, em 54 empresas não fizeram, representando assim, 36% e 64% respectivamente, conforme observado na tabela 10.

Tabela 11

Estatística Descritiva Tabela de frequência 1ª Temp. BRA

Menções <i>Valuation</i>	Frequência	Freq. Relativa	Freq. Acumulada
Não	33	52%	0,516
Sim	31	48%	1,000

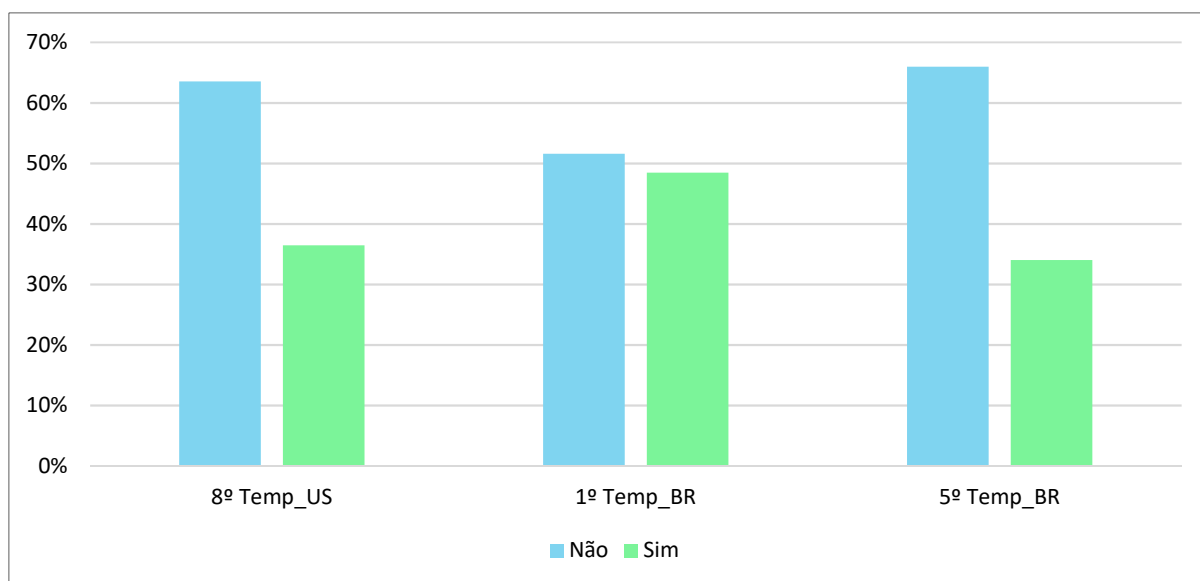
Na tabela 11, para as 64 empresas que se apresentaram na 1ª temporada do Brasil, em 31 empresas os tubarões fizeram em algum momento referências ao *Valuation*, enquanto, em 33 empresas não fizeram, representando assim, 48% e 52% respectivamente.

Tabela 12

Estatística Descritiva Tabela de frequência 5ª Temp. BRA

Menções <i>Valuation</i>	Frequência	Freq. Relativa	Freq. Acumulada
Não	31	66%	0,660
Sim	16	34%	1,000

Para as 47 empresas que se apresentaram na 5ª temporada do Brasil, em 16 empresas os tubarões fizeram alusões ao *Valuation*, enquanto, em 31 empresas não fizeram, representando assim, 34% e 66% respectivamente, conforme observado na tabela 3.

**Figura 5.** Menções de *Valuation*

Consolidando os resultados, das 196 startups analisadas, os tubarões em 78 empresas fizeram referências ao *Valuation*, enquanto, em 118 empresas não fizeram, ao observar a figura 5, a temporada em que o *Valuation* foi mais citado, tornando de certa forma um tema relevante nas negociações, foi 1ª temporada Brasil, bem diferente ao que ocorre na 5ª temporada Brasil. É importante destacar que em nenhuma das temporadas analisadas, Brasil e Estados Unidos, a classificação “sim” foi maior ao “não”, isso induz que o *Valuation*, mesmo sendo importante, não é indispensável na maioria dos casos.

Nessa etapa o objetivo é identificar variáveis qualitativas que explicam o motivo do não investimento, para isso, foram analisadas as colunas “*Valuation* Formalizado”, na situação de N/A, frente ao exposto como justificativa na coluna “Motivo”. Dito isso, classificou-se em palavras-chave as justificativas mesuradas a partir dos discursos dos tubarões, para então fazer nuvens de palavras com as variáveis.

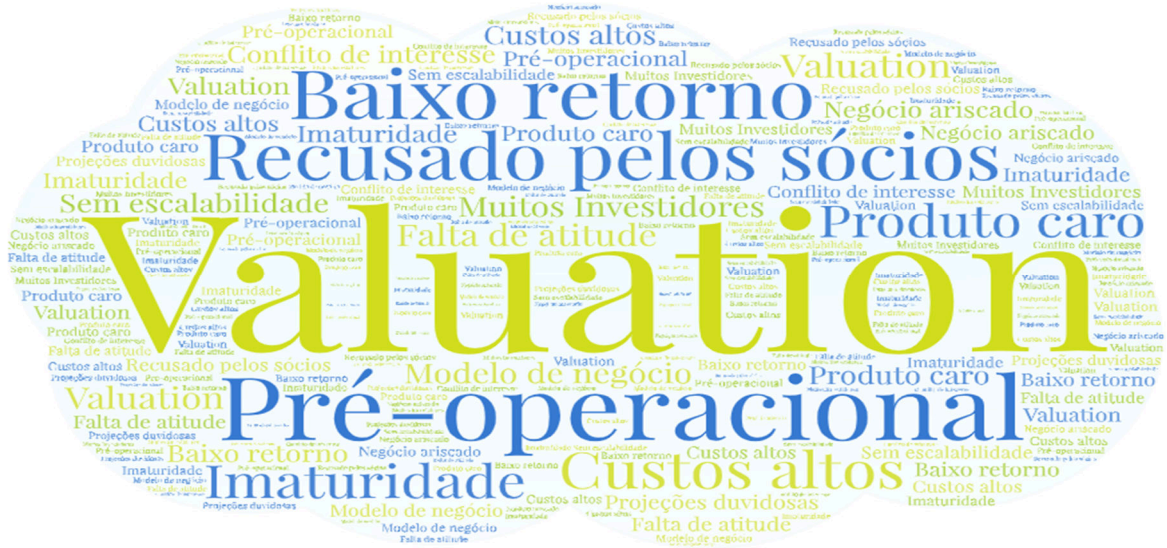


Figura 6. Nuvem de palavras_8ª Temp. USA.

Para as 85 empresas que se apresentaram na 8ª temporada dos Estados Unidos, 37 empresas não receberam aportes financeiros dos tubarões. Foram apuradas como variáveis qualitativas, *Valuation* (12), Pré-operacional (5), Recusado pelos sócios (5), Baixo retorno (2), Custos altos (2), Imaturidade (2), Modelo de negócio (2), Muitos Investidores (2), Produto caro (2), Sem escalabilidade (2), Conflito de interesse (1), Falta de atitude (1), Negócio ariscado (1), Projeções duvidosas (1).

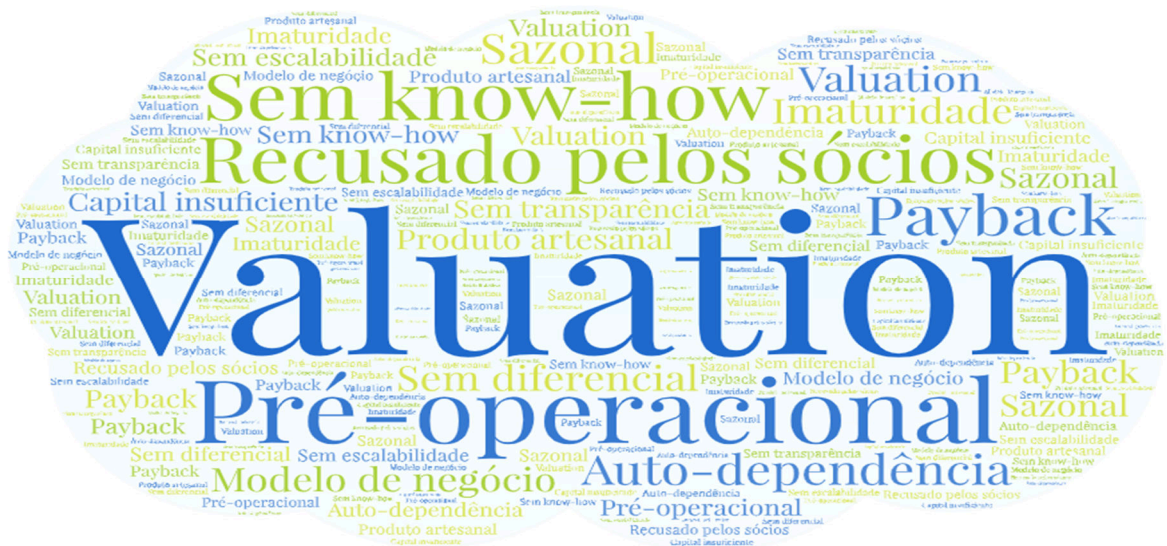


Figura 7. Nuvem de palavras_1ª Temp. BRA.

Para as 64 empresas que se apresentaram na 1ª temporada do Brasil, 43 empresas não receberam aportes financeiros dos tubarões. Foram apuradas como variáveis qualitativas, *Valuation* (21), Pré-operacional (20), Recusado pelos sócios (4), Sem know-how (3), Autodependência (2), Modelo de negócio (2), *Payback* (2), Sem diferencial (2), Sem transparência (2), Capital insuficiente (1), Imaturidade (1), Produto artesanal (1), Sazonal (1), Sem escalabilidade (1).



Figura 8. Nuvem de palavras_5ª Temp. BRA.

Para as 47 empresas que se apresentaram na 5ª temporada do Brasil, 14 empresas não receberam aportes financeiros dos tubarões. Foram apuradas as frequências das variáveis qualitativas, *Valuation* (8), Sem diferencial (3), Sem escalabilidade (2), Pré-operacional (2), Sem know-how (1).

Consolidando os resultados dessa fase, das 196 startups analisadas, 94 empresas não receberam aportes financeiros dos tubarões e como está evidente nas nuvens de palavras, o *Valuation* foi a principal variável qualitativa encontrada nos discursos dos tubarões, sendo seguida da variável Pré-operacional, contudo, é possível indicar que empresas em estágios iniciais possuem grandes dificuldades em modelar um *Valuation* justo e compatível com o que se esperam em rodadas de negociações.

Com a missão de inferir qual país (USA ou BRA) é mais assertivo na estimação dos *Valuation* no *Shark Tank*, cruzou-se duas variáveis quantitativas, “Investimento Pretendido” versus “Investimento Formalizado” com intuito de buscar respostas para esse objetivo. Como

primeira análise foi realizada a análise descritiva dos dados por meio de tabelas para compreender a distribuição das variáveis.

Tabela 13

Perfil das empresas da 8ª temporada Estados Unidos.

<i>Características</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Valuation formalizado</i>	<i>% Valuation formalizado</i>
Alimentação	16	18,82	3	18,75
Beleza	3	3,53	2	66,67
Educação	2	2,35	2	100,00
Entretenimento	6	7,06	5	83,33
PET	5	5,88	3	60,00
Tecnologia	11	12,94	5	45,45
Turismo	1	1,18	0	0,00
Utilidades	28	32,94	21	75,00
Vestuários	13	15,29	7	53,85

Em relação às características das empresas da 8ª temporada no USA, as atividades que mais se destacaram foram utilidades (32,94%), seguido de alimentação (18,82%) e vestuários (15,29%). As atividades com maiores percentuais de formalização foram: educação (100%), entretenimento (83,3%) e utilidades (75%).

Tabela 14

Perfil das empresas da 1ª temporada Brasil.

<i>Características</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Valuation formalizado</i>	<i>% Valuation formalizado</i>
Agronegócio	3	4,69	0	0,00
Alimentação	14	21,88	5	35,71
Beleza	5	7,81	1	20,00
Engenharia	3	4,69	1	33,33
Educação	2	3,13	2	100,00
Entretenimento	4	6,25	2	50,00
Mobilidade	1	1,56	0	0,00
PET	3	4,69	0	0,00
Tecnologia	14	21,88	6	42,86
Transporte	2	3,13	0	0,00
Turismo	1	1,56	0	0,00
Utilidades	6	9,38	2	33,33
Vestuários	6	9,38	2	33,33

Para as características das empresas da 1ª temporada no Brasil, as atividades que mais se destacaram foram alimentação e tecnologias, ambas com 21,88%. A atividade com maior percentual de formalização foi educação (100%), seguidos de entretenimento (50%) e tecnologia (42,86%).

Tabela 15
Perfil das empresas da 5ª temporada Brasil

	<i>Características</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Valuation formalizado</i>	<i>% Valuation formalizado</i>
Atividades	Agronegócio	1	2,13	1	100,00
	Alimentação	7	14,89	3	42,86
	Beleza	3	6,38	2	66,67
	Cosmético	1	2,13	1	100,00
	Educação	5	10,64	3	60,00
	Entretenimento	4	8,51	3	75,00
	Mobilidade	1	2,23	1	100,00
	PET	2	4,26	1	50,00
	Serviços	2	4,26	2	100,00
	Tecnologia	11	23,40	7	63,64
	Utilidades	5	10,64	5	100,00
	Vestuários	5	10,64	4	80,00

Já em relação às características das empresas da 5ª temporada no Brasil, as atividades que mais se destacaram foram: tecnologia (23,40%) e alimentação (14,89%). Os percentuais de formalização para quase todas as atividades variaram de 50 a 100%, exceto alimentação, sendo cinco atividades com 100% de formalização.

Em seguida foi empregado o teste U Mann-Whitney para avaliar medidas independentes, permitindo a identificação de diferenças estatísticas entre os grupos. Com isso foi realizado o cálculo de estatísticas como média, mediana, desvio padrão e Intervalo interquartil (percentil 25 e percentil 75) para cada variável.

Tabela 16
Medidas descritivas de média, desvio padrão, mediana e quartis comparando o Valuation formalizado com pretendido com apresentação da diferença por p-valor

	<i>Temporada</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio Padrão</i>	<i>P25</i>	<i>Mediana</i>	<i>P75</i>	<i>p*</i>
8ª temporada Estados Unidos	Formalizado	1978777,4	2533054,3	372159	1333333,3	2575000	<0,026
	Pretendido	3108182,9	3107832,4	656250	1519230,7	5000000	
1ª temporada Brasil	Formalizado	715487,5	497927,6	400000	600000	842857,1	<0,001
	Pretendido	2435714,3	4094363,6	1000000	1666666,7	2000000	
5ª temporada Brasil	Formalizado	2061995,6	218986,5	700000	1250000	2083333,3	<0,010
	Pretendido	4970862,7	8698104,4	1500000	2800000	500000	

Foram comparadas as medidas descritivas entre os *valuation* formalizado e pretendido sendo observado média e mediana 1978777,4 e 1333333,3 para *valuation* formalizado e 3108182,9 e 1519230,7 para *valuation* pretendido. A diferença da distribuição de valores entre os dois grupos é significativamente estatística ($p < 0,026$) para 8ª temporada Estados Unidos.

Para a 1ª temporada do Brasil os resultados observados de média e mediana, 715487,5 e 600000,0 para *valuation* formalizado e 2435714.3 e 1666666.7 para *valuation* pretendido. A diferença da distribuição de valores entre os dois grupos é significativamente estatística ($p < 0,001$).

Na 5ª temporada do Brasil foram observados média e mediana 2061995,6 e 1250000,0 para *valuation* formalizado e 4970862,7 e 2800000,0 para *valuation* pretendido. A diferença da distribuição de valores entre os dois grupos é significativamente estatística ($p < 0,010$).

E por fim, os gráficos de dispersão com linha de tendência foram preparados para avaliar a correlação entre os valores pretendidos e formalizados apresentando força de correlação de Rho de Spearman com p-valor. Estatisticamente, quanto menor o valor de Rho maiores as diferenças na correlação entre valor pretendido e formalizado.

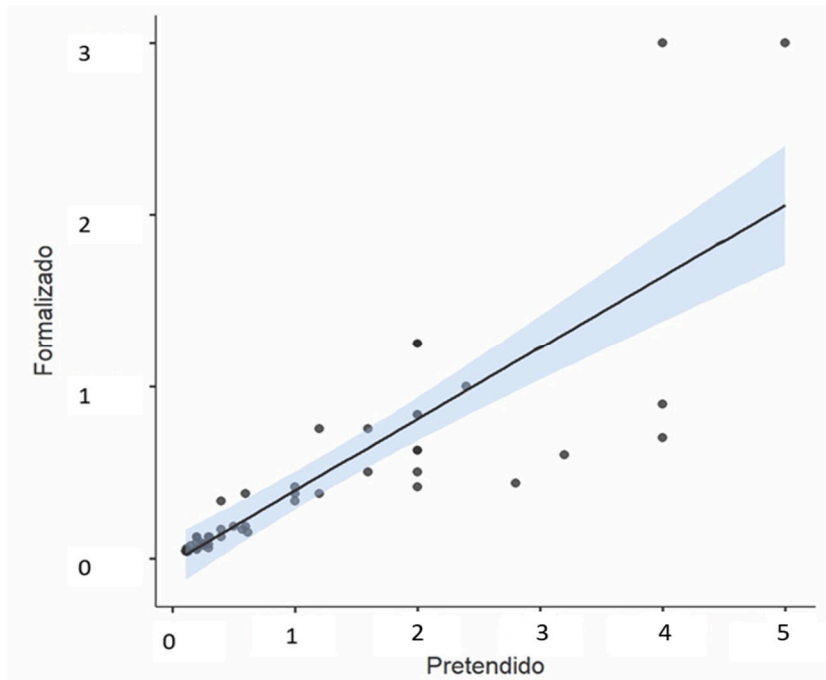


Figura 9. Gráfico de dispersão_8ª Temp_USA

A Figura 9 refere-se à 8ª temporada USA e nele é apresentado a correlação entre *valuation* formalizado e pretendido. Rho de Spearman: 0,93 ($p < 0,001$) demonstrando correlação forte e positiva. Faixa em azul representa o erro padrão em torno da linha de tendência linear.

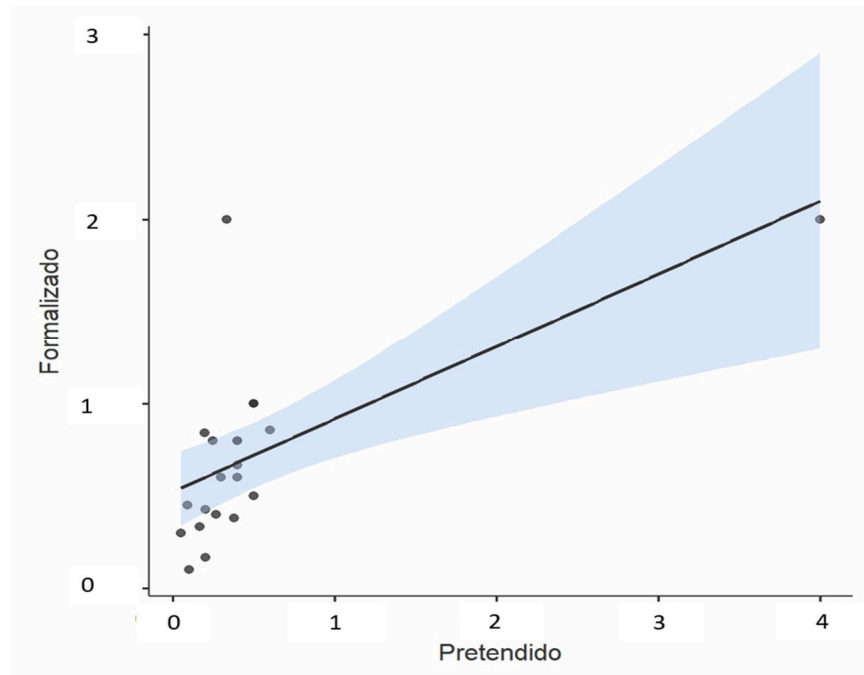


Figura 10. Gráfico de dispersão_1ª Temp_BRA

A figura 10 é da 1ª temporada BRA e segundo o cálculo, Rho de Spearman: 0,68 ($p < 0,001$) demonstra correlação moderada e positiva.

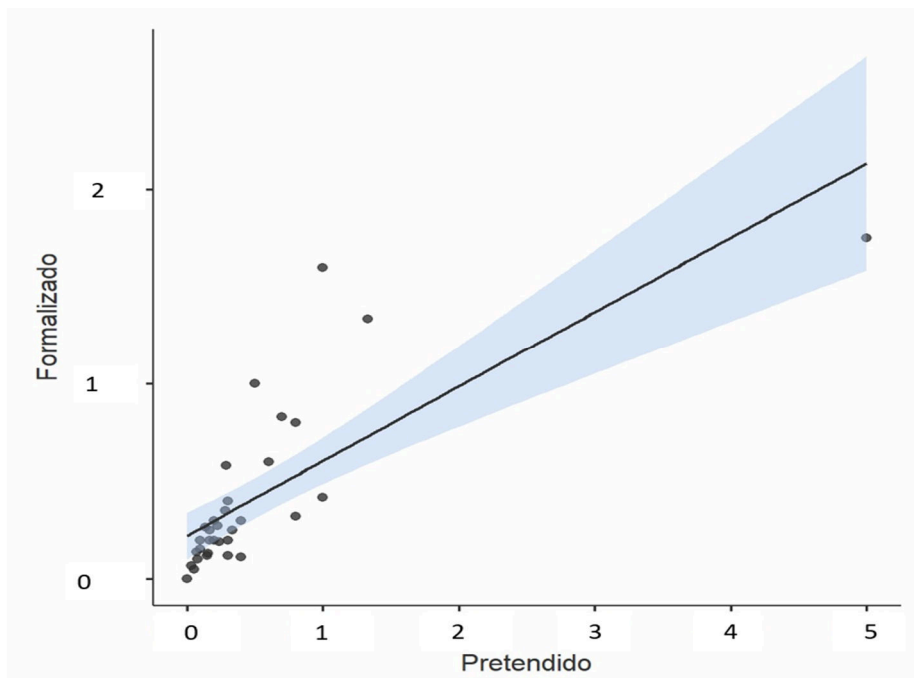


Figura 11. Gráfico de dispersão_5ª Temp_BRA

A figura 11, referente a 5ª temporada Brasil apresentou correlação de Rho de Spearman: 0,81 ($p < 0,001$) correlação forte e positiva.

Contudo, independente do teste aplicado, U Mann-Whitney ou Gráfico de Correlação, os resultados apontam mais assertividade para a 8ª temporada dos Estados Unidos, seguida da 5ª temporada do Brasil e por último a 1ª temporada do Brasil. Existem limitações nessa proposta, pois, para de fato apurar a assertividade do *Valuation* pretendido *versus* o esperado, seria ideal ter mais informações por parte da empresa e dos tubarões, por exemplo, qual a técnica de *Valuation* utilizada pela empresa para precificar sua empresa e entender quais as motivações e ideais que tubarões se baseiam ao investir em *Startups*.

Como objetivo final, o intuito é investigar se houve efetivação dos acordos firmados no *Shark Tank* Brasil, bem como se a empresa e/ou a sociedade existem atualmente. A pesquisa foi feita em sites de buscas na internet: Sites Institucionais, Redes Sociais, Receita Federal e Junta Comercial, é importante destacar que apenas para empresas situadas no estado de São Paulo foi possível fazer buscas na JUCESP. Inicialmente foram apresentadas as empresas da 1ª temporada do Brasil e por último empresas da 5ª temporada do Brasil. Todas as informações aqui expressas são facilmente encontradas na internet, sendo informações públicas.

PAPINHAS GOURTMEZINHO continua ativa. No dia 27 de abril de 2017, por meio da rede social @gourmetzinho, diz: “Hoje tem #sharkank na Band! Se você tem curiosidade em saber o que aconteceu depois, **decidimos não fechar negócio com os tubarões** (o programa foi gravado há 6 meses). Continuamos crescendo de forma orgânica com a mesma essência e amor do início”.

VELO encerrou as atividades. No dia 05 de fevereiro de 2020, por meio da rede social @velo.vc, diz:

“Queridos amigos e clientes mais que especiais, gente que estava conosco e curtiu as roupas da Velo! Passando aqui para avisar que **estamos encerrando nossas atividades** com uma super queima de estoque e em primeira mão para vocês que nos prestigiaram e escolheram sabiamente a querida bicicleta para se transportar por aí. Cola no site www.velo.vc e aproveita que tá acabando!!! Desejamos que continuem pedalando, isso pode mudar o mundo”.

M'ANA MANUTENÇÃO continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 23.241.321/0001-83. Razão Social: DAS MANAS MANUTENCAO LTDA (ME). Capital Social: 50.000. Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Ana Luisa Monteiro Correard, Elizabete Mitie Kirino, Jessica Ferreira Silva De Souza, Katherine Cristine Pavloski. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Ana Luisa Monteiro Correard, Elizabete Mitie Kirino, Jessica Ferreira Silva De Souza, Katherine Cristine Pavloski. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

FUTURISTE continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 22.871.223/0001-67. Razão Social: FUTURISTE TECNOLOGIA LTDA (EPP). Capital Social: 10.000. Quadro de Sócios e Administradores: Raquel Molina Assis, Leonardo Felipe Minucio. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Raquel Molina Assis (5.000) e Leonardo Felipe Minucio (5.000). No dia 04 de maio de 2017, por meio da rede social @camilafarani, diz: “A Faturiste, de capacitação para pilotos de drones e agora mapeamento geográfico, **que investi na 1ª temporada**, cresceu mais de 400% desde a aparição no programa”.

ENLITE (DDID) continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 10.485.297/0001-86. Razão Social: DANGELODI DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E IDENTIDADE VISUAL LTDA (EPP). Capital Social: 30.000. Quadro de Sócios e Administradores: Rodrigo Alysson Queiroz, Felix Bezerra, Guilherme Oliveira De Almeida, Rodrigo Dangelo. No dia 04 de outubro de 2018, por meio da rede social @ddid.innovation: “Quinta-feira é dia de #TBT e a lembrança de hoje nos enche de orgulho! É um prazer ter o criador e CEO da China in Box e presidente da Trend Foods, @robinsonshiba, como **sócio investidor** em projetos de inovação da DDID!”

BELEZA DE FARMÁCIA encerrou as atividades. No dia 20 de setembro de 2019, por meio da rede social @belezadefarmacia:

“Quando eu lancei o blog Beleza de Farmácia em janeiro de 2015 eu não sabia o quanto ele transformaria a minha vida e a minha forma de ver o mundo. Eu tinha 24 anos de idade, tinha acabado de pedir demissão do Grupo WPP, ganhava bem, estava como Gerente já e as perspectivas de crescimento eram boas. Seguir a minha intuição e a minha barriga (sim, eu ajo com a barriga, com os chacras lááá de baixo) sempre me custaram caro na vida. Por muito tempo ouvia piadas “Ela pediu demissão para virar blogueira de beleza? O que ela vai fazer da vida? A Maytê não está batendo bem da cabeça” ... Minha vontade de democratizar o acesso aos produtos de beleza e informação de moda, tão elitista e distantes... a minha crença de que autoestima é poder e autoconfiança é capaz de mobilizar o mundo era maior do que virou o app, o que era uma app virou uma spin-off chamadas b.pass. Dormi blogueira e acordei CEO. A Aceleração te prepara para os desafios como escala, tração, canais. O lado emocional é incentivado pelos mentores, mas não existe uma cartilha onde você possa aprender as dinâmicas invisíveis que regem as relações estabelecidas dentro do ecossistema de uma empresa. Pivotamos, buscamos um modelo de negócio sustentável e com receita recorrente sem deixar de atender dores genuínas do mercado, fomos em busca de captação, crescíamos 30% ao mês, já tínhamos feito mais de 5 mil agendamentos... Que jornada, amigos! Com a minha internação na UTI em agosto do ano passado e a dificuldade na captação para a próxima fase da empresa, eu decidi me recolher. Me senti uma fracassada por muito tempo, mas entendi que lutei um bom combate e que morri no front. Eu preciso agradecer todas as pessoas que foram cruciais nessa jornada que hoje, **oficialmente chega ao fim: tanto o blog/Instagram beleza de farmácia que está sendo desativado hoje quanto a b.pass que já encerramos a operação no ano**

passado mas agora contratualmente. The best in yet to come! Obrigada a todos os parceiros que fizeram parte dessa jornada comigo e acreditaram”.

QG FOOD TRUCK encerrou as atividades. No dia 27 de outubro de 2018, por meio da rede social @gcgrilledcheese:

“Foram 4 anos de muito trabalho, suor e muito luta. Um sonho que começou dentro de um food truck com a maior vontade de trazer algo novo e inédito. Dentro de uma pequena kombi que rodou o estado de SP quase que inteiro. Muita vontade de fazer acontecer, muita determinação e coragem de ser inovador e de acreditar em um sonho. Foram 4 anos tentando e acreditando. Um enorme obrigado aos que de imediato acreditaram em nós como a @tirolezqueijo e a @brasilamericatrucks. Esses estiveram do nosso lado quando ainda eramos somente uma ideia. Verdadeiros parceiros que sonharam juntos. Os rumos mudaram, os Sharks entraram no negócio e partimos para um local só nosso. **Nossa loja em Pinheiros. Que a partir de hoje encerra suas atividades. Não sabemos ainda se continuaremos com nosso truck.** O momento é de muita reflexão e a crença de que o tempo nos dará as melhores respostas. Queremos também agradecer a você que é apaixonado por queijos e que nos prestigiou durante todos esses anos com a sua alegria, presença e torcida. Sem você esses 4 anos não teriam a menor graça. Obrigado a todos e quem sabe ainda nos vemos por aí”.

TRESS CABELOS continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 20.361.486/0001-09. Razão Social: TRESS IMPORTACAO, EXPORTACAO E COMERCIO DE ACESSORIOS PARA CABELO LTDA (ME). Capital Social: 100.000. Quadro de Sócios e Administradores: Leticia Carolina Korndorfer. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

VENT7 continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 13.018.554/0001-68. Razão Social: VENT7 AUTOMACAO E INOVACAO EM TECNOLOGIA LTDA (ME). Capital Social: 60.000. Quadro de Sócios e Administradores: Anaxagoras Maia Girao, Marcos Assuncao De Sousa e Romulo Ferrer Lima Carneiro. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

GOLEIRO DE ALUGUEL continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 22.956.010/0001-38. Razão Social: GOLEIRO DE ALUGUEL ATIVIDADES ESPORTIVAS E COMERCIO LTDA (ME). Capital Social: 260.000. Quadro De Sócios E Administradores: Samuel Rodrigo Toaldo, Leo Muckenfuss, Eugen Braun, Rafael Vinicius Da Silva Marques. No site institucional disse: “Em agosto 2016 participamos do Reality Show Shark Tank Brasil, depois da gravação **passamos por um longo período de avaliação junto aos Tubarões para em março de 2017 firmar definitivamente a parceria**”.

KUBA continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 19.955.693/0001-02. Razão Social: KUBA DESIGN COMERCIO E SERVICOS S/A (DEMAIS). Capital Social: 2.112.080. Quadro de Sócios e Administradores: Leonardo Pilar Drummond, Eduarda

Barros De Andrade Vieira. No site institucional disse: “Participamos, também, do reality show Shark Tank, por onde **fechamos um investimento com João Appolinário**, CEO de um dos maiores grupos de varejo do país”.

BODOUT continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 22.007.832/0001-72. Razão Social: BODOUT TECNOLOGIA PARA EQUIPAMENTOS ESPORTIVOS LTDA (ME). Capital Social: 100.000. Quadro de Sócios e Administradores: Loziane De David Castelo, Luciano Sousa Castelo. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

NAKED continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 11.785.329/0001-21. Razão Social: DAOCA INDUSTRIA E COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA (EPP). Capital Social: 10.000. Quadro de Sócios e Administradores: Andresa Ferreira De Paula Ramos e Roberto Ramos. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Andresa Ferreira De Paula Ramos e Roberto Ramos. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

NATURAL SCIENCE continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 15.520.804/0001-99. Razão Social: NATURAL SCIENCE PRODUTOS VEGETARIANOS LTDA (EPP). Capital Social: 88.000. Quadro de Sócios e Administradores: Leandro Menezes Da Costa Duarte. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

BANHO BUNGEE encerrou as atividades. No dia 26 de janeiro de 2017 por meio da rede social @banhobungee, diz: “Depois de várias e ricas reuniões, **ambas as partes decidiram não proceder com a sociedade**. Seguimos em busca de investidor”.

Empresas da 1ª temporada do Shark Tank Brasil, que apresentaram limitações nas buscas foram: TAGINE; CARTOONERIA; CADEIRINHA SMART; EGOSSS; GETCOOK e PETER PAIVA SABOARIA.

WAKANDA continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 26.068.228/0001-07. Razão Social: WAKANDA EDUCACAO EMPREENDEDORA LTDA (ME). Capital Social: 10.000. Quadro de Sócios e Administradores: Karine Dos Santos Oliveira. No dia 30 de dezembro de 2020, por meio da rede social @wakanda_educacao:

Fui para o #SharktankBr admirando a sua trajetória, a sua força e a mulher barril dobrado que você é. A disputa por lá foi tão acirrada que por um momento cheguei a ficar balançada com a generosidade das propostas que eu recebi, mas, no fundo, eu já sabia a sócia que se encaixava perfeitamente na filosofia e nos ideais da Wakanda! Gratidão por acreditar no nosso negócio, deusa @camilafarani! Quando você acredita em mim e me apoia, apoia muitas outras mulheres. Porque se eu avengo. Elas vencem também! **Orgulho de ser sua sócia!**”

FUTMESA BRASIL encerrou as atividades. O CNPJ encontrado consta baixada desde o dia 27/12/2018. No dia 01 de outubro de 2022 fizeram a última publicação, por meio da rede social @futmesabrasiloficial e não fizeram uma comunicação encerrando as atividades.

ICE CUP continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 30.997.101/0001-40. Razão Social: ICE CUP COMERCIO DE COPOS DE GELO LTDA (EPP). Capital Social: 400.000. Quadro de Sócios e Administradores: Giuliana Cohen. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Admitiu-se Giuliana Cohen - 400.000, retirou-se da sociedade Fernando Luis Leao - 80.000 e Retirou-se da sociedade Alexei Alba Galasso - 320.000. Não há evidências de participação societária do tubarão investidor nessa empresa.

E-MOTORS continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 34.076.548/0001-37. Razão Social: CAMPOS & BEZUTTE IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA (EPP). Capital Social: 70.000. Quadro de Sócios e Administradores: Tiago Bezutte e Fabio de Oliveira Campos. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Fabio De Oliveira Campos - 39.564, Tiago Bezutte - 30.436. No dia 18 de fevereiro de 2021, por meio dos stories Caito Maia disse que **fechou o acordo e que estavam em processo de licenciamento de marcas e patentes.**

FLORENT continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 32.910.265/0001-13. Razão Social: 32.910.265 SARAH ALVES ALMEIDA (ME). Capital Social: 650. Quadro de Sócios e Administradores: SARAH ALVES ALMEIDA. Em 06 de julho de 2022, Carol Paiffer diz:

“Hoje vim falar um pouco mais para vocês sobre a @florent.oficial. **Essa é uma das empresas que investi** lá no @sharktankbrasiloficial que tem um proposito muito alinhado com o meu: mudar o mundo. E para mim, que sempre fui apaixonada pela moda, já que cresci vendo minha mãe envolvida nesse universo, poder juntar isso com meus investimentos que eu tanto amo, foi muito especial”.

2FW INDÚSTRIA continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 31.729.146/0001-04. Razão Social: 2FW INDUSTRIA E TECNOLOGIA DE PRODUTOS DE SEGURANCA PATRIMONIAL E PESSOAL LTDA (EPP). Capital Social: 300.000. Quadro de Sócios e Administradores: Roberto Goncalves de Freitas e Francisco Lara Rocha. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

EQUAL MODA INCLUSIVA continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 19.436.548/0001-07. Razão Social: EQUAL HUB CULTURAL LTDA (EPP). Capital Social: 10.000. Quadro De Sócios E Administradores: Daniel Louro Szmaragd e Silvana Maria

Nunes Louro. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

IMPÉRIO DO PIOLHO encerrou as atividades. O CNPJ encontrado consta baixado desde o dia 04/07/2022. No dia 16 de março de 2023 fizeram a última publicação, por meio da rede social @imperiodopiolho e não fizeram uma comunicação encerrando as atividades.

RUBBER BRASIL continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 27.549.043/0001-87. Razão Social: IUDY MAKINO ESPECIALISTA EM PISOS EMBORRACHADOS (EPP). Capital Social: 60.000. Quadro de Sócios e Administradores: não há informação de quadro de sócios e administradores (QSA) na base de dados do CNPJ. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

RECUPEHAIR continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 29.974.633/0001-82. Razão Social: BGN HERBATORIAL COMERCIO ELETRONICO DE COSMETICOS LTDA (DEMAIS). Capital Social: 1.000. Quadro De Sócios E Administradores: Bruno Luigi Fernandes Serra Monzani Giovani e Francesco Fernandes Serra Monzani. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Bruno Luigi Fernandes Serra Monzani Giovani - 900 e Francesco Fernandes Serra Monzani - 100. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

IDENTITY TRAVEL continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 36.986.836/0001-54. Razão Social: S B DO NASCIMENTO - CULTURA E VIAGENS LTDA (ME). Capital Social: 10.000. Quadro De Sócios E Administradores: Sauanne Bispo Do Nascimento. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Sauanne Bispo Do Nascimento – 10.000. No dia 25 de janeiro de 2021, por meio da rede social @sauannebispo,

“Não tem uma pessoa dessa em cada esquina, gente! Que mulherão, meu! Cara, ela é incrível! Não fui eu quem disse essas frases não, foram os tubarões após a minha participação no Shark Tank, **onde conquistei uma sócia** maravilhosa, a rainha do mercado financeiro, @capaiffer”.

CHURRAS DELAS continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 34.526.035/0001-80. Razão Social: ALINE CRISTINA ROMOLI MARINHO (ME). Capital Social: 100. Quadro de Sócios e Administradores: Aline Cristina Romoli Marinho. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Aline Cristina Romoli Marinho – 100. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

AMYI continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 33.596.938/0001-75. Razão Social: ART INSIDE COMERCIO DE COSMETICOS LTDA (EEP). Capital Social: 10.000. Quadro de Sócios e Administradores: Larissa Lopes Da Mota e Luciana Guidi De Oliveira. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Larissa Lopes Da Mota – 6.000 e Luciana Guidi De Oliveira – 4.000. Em 2022 o tubarão Caito Maia em seu LinkedIn, disse: “Fui visitar a AMYI (<https://amyi.co/>), **um dos negócios na qual virei sócio** durante a temporada de 2020/21 e estou completamente apaixonado pelo empenho das meninas que comandam o negócio”.

PLT4WAY continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 27.516.570/0001-95. Razão Social: PERSONAL LANGUAGE TRAINER 4 WAY ENSINO DE IDIOMAS, INFORMATICA E AGENCIAMENTO DE INTERCAMBIO LTDA (ME). Capital Social: 1.000. Quadro de Sócios e Administradores: Diogo Bezerra Da Silva. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: até 2021, Diego Luiz Dos Santos Ramos – 500 e Diogo Bezerra Da Silva – 500. Em 2023, Diogo Bezerra Da Silva – 1.000. No dia 01 de abril de 2021, por meio de live feita na rede social @plt4way, o tubarão Caito Maia **disse que eles seguiram com a parceria**, em 18 de maio de 2021, também houve live com a tubarão Alexandra e em 02 de julho de 2023, fizeram um post que diz, “Imersão com a melhor @capiffer e a melhor equipe de ensino de idiomas @plt4way. Orgulho em fazer parte dessa jornada ao lado de vocês. Um final de semana repleto de aprendizagem e desenvolvimento”.

GROOD.ME continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 21.922.069/0001-42. Razão Social: CHICLETEMKT TECNOLOGIA E MARKETING LTDA (ME). Capital Social: 10.000. Quadro de Sócios e Administradores: Tammy Carolina Soares. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: até 2022, Tammy Carolina Soares – 5.000 e Ronaldo Faria Lima – 5.000. Em 2023, Tammy Carolina Soares – 10.000. Em 11 de março de 2021 por meio de sua rede social @groom.me, diz: “Hoje é um #tbt de peso! Dia de relembrar a primeira reunião da #GroomMe com os #sharks” (Caito Maia e Alexandra). As negociações foram anunciadas, mas não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e os tubarões investidores.

ANEESA continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 30.924.623/0001-11. Razão Social: ANEESA REPRESENTATIVIDADE LTDA (ME). Capital Social: 5.000. Quadro de Sócios e Administradores: Jozi Beatriz Belisario Da Silva. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Jozi Beatriz Belisario Da Silva – 5.000. No dia 20 de novembro de 2021 por meio de sua rede social @camilafarani, diz: “Entre muitos pitches de empreendedores negros no Shark Tank Brasil,

esse é o que mais mexe comigo. A @compreaneesa tocou minha alma e **me mostrou o lado humano que um investimento deve ter**”.

NJ7 FERTILIZANTES encerrou as atividades. O CNPJ encontrado consta baixado desde o dia 28/11/2022. No dia 26 de agosto de 2021 fizeram a última publicação, por meio da rede social @nj7fertilizantes e não fizeram uma comunicação encerrando as atividades.

ADVYS continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 24.925.746/0001-74. Razão Social: ADVYS CONTABILIDADE LTDA (ME). Capital Social: 95.400. Quadro de Sócios e Administradores: Cassius Caesar Romeiro Leal. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Cassius Caesar Romeiro Leal – 95.400. A empresa faz muitas divulgações com o nome Shark Tank, entretanto, não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

LAB77 continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 21.224.538/0001-50. Razão Social: LAB 77 COMERCIO E SERVICOS LTDA (EPP). Capital Social: 50.000. Quadro de Sócios e Administradores: Guilherme Pecegueiro Do Amaral Curado e Sergio Faria Leitao Dutra. João Appolinário em sua rede social disse: “Em reunião de negócios com os empreendedores da @Lab77store, **uma das empresas que investi** no @sharktankbrasiloficial”.

DIONISIO.AG continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 29.327.629/0001-22. Razão Social: DIONISIO AGENCIAMENTO DE PROFISSIONAIS LTDA (ME). Capital Social: 1.000. Quadro de Sócios e Administradores: Carlos Eduardo Fernandes Leo, Victor Renato Nomura Delmanto Barros, Jean Felipe Paschalis e Rafael De Farias Araujo. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Carlos Eduardo Fernandes Leo – 250, Victor Renato Nomura Delmanto Barros – 250, Jean Felipe Paschalis – 250 e Rafael De Farias Araujo – 250. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e os tubarões investidores.

PIT GROOMING continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 42.959.805/0001-07. Razão Social: PIT GROOMING PET SCHOOL LTDA (ME). Capital Social: 10.000. Quadro De Sócios E Administradores: Deyzi Cristiana De Carvalho e Mobilins Formacao Profissional Em Beleza Ltda, empresa de Jose Carlos Semenzato. **Foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.**

STYME foi comprada pela empresa OI MENU e continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 29.650.083/0001-46. Razão Social: OI MENU TECNOLOGIA LTDA (EPP). Capital Social: 888.660. Quadro de Sócios e Administradores: Fabio Pereira Espindula, Luiz Fernando Lagoa Leite Ribeiro, Guilherme De Jesus Sarmento, Eduardo Canova De Quadro, Frederico Azevedo Tonietto, Isaac Paes Sobrinho, Land Da Silva Nunes, Elta Marisane

Coelho, Antonio Dos Santos Maciel Neto e Giovani Guimaraes. Camila Farani, por meio do seu LinkedIn, diz: "**Que alegria ser sócia e investidora de vocês**, equipe Styme, junto com o querido Caio Castro. Ainda temos muito trabalho pela frente, mas já começamos com o pé direito - e no acelerador!"

SEDUZZY continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 29.374.722/0001-98. Razão Social: CAROLINE CARDOSO S BORGES CONFECÇÕES (ME). Capital Social: 25.000. Quadro de Sócios e Administradores: não há informação de quadro de sócios e administradores (QSA) na base de dados do CNPJ. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e os tubarões investidores.

BIONICOOK continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 34.383.348/0001-27. Razão Social: BIONICOOK FOODS BRASIL LTDA (DEMAIS). Capital Social: 1.000. Quadro de Sócios e Administradores: Fabio Luis Rezler. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e o tubarão investidor.

NANOPRICE continua ativa. Em pesquisa feita na Receita Federal, CNPJ: 33.047.136/0001-06. Razão Social: NANOPRICE-COMERCIO VIRTUAL DE MARMORES E GRANITOS LTDA (EEP). Capital Social: 20.000. Quadro de Sócios e Administradores: Lucas De Oliveira Isabel e Gustavo Teixeira Belizario. Na Junta Comercial de São Paulo, Quadro de Sócios e Administradores: Em 2023, Lucas De Oliveira Isabel - 7.234 e Gustavo Teixeira Belizario - 12.766. Não foram encontradas evidências de formalização entre a empresa e os tubarões investidores.

Empresas da 5ª temporada do Shark Tank Brasil, que apresentaram limitações nas buscas foram: Limitado: MALOKERO BURGER; LOJA DO CUTELEIRO; AMOSTRIX; ECOOLER; TAPETE ANTIVÍRUS; PEÇANETA; AVESSO; SMART ROAD E GAME JAM.

Consolidando os resultados, das 54 empresas analisadas em outubro de 2023, 33 empresas continuam ativas, sendo que 19 delas tiveram algum tipo de “confirmação” da formalização posterior ao programa em alguma rede de comunicação, e 14 delas, ou não seguiram com a proposta ou não foram encontradas evidências de formalizações; 7 empresas encerraram as atividades, e toda elas, ou não seguiram com a proposta ou não foram encontradas evidências de formalizações; e 14 empresas não foram encontradas informações. Foi constatado que apenas a empresa PIT GROOMING teve evidências irrefutáveis de formalização de sociedade entre a empresa e o tubarão investidor.

5 Considerações Finais

As pequenas empresas desempenham um papel econômico e social fundamental em todo o mundo, no Brasil representam 99% de todos os negócios brasileiros. Pequenas empresas definidas como *Startups*, são empresas que nascem a partir de um modelo de negócio inovador, ágil e enxuto e por nascerem em um ambiente de incerteza e de validação, buscam capital externo para se desenvolver.

Os bancos tradicionais, especialmente no Brasil, não possuem o perfil de risco necessário para financiar uma *Startup*, fazendo com que busquem recursos em Investidor-anjo; *Venture Capital*; *Corporate Venture*, *Private Equity* e outros. No entanto, para que esses recursos sejam disponibilizados pelos investidores, as *Startups* devem dispor de informações financeiras que possam ajudar a diminuir o risco inerentes nessas negociações. O *Valuation* é utilizado para atribuir um “valor justo” aos ativos e são utilizados no processo decisório do investidor.

O *Shark Tank* é um programa de televisão que tem como premissa principal, uma audiência entre proprietários de pequenas empresas e investidores, chamados “tubarões”, na esperança de captar recursos financeiros por uma participação em suas empresas. Diante disso, esse trabalho buscou entender se os discursos dos tubarões sobre *Valuation* influencia na decisão de investimento dos tubarões.

O primeiro objetivo foi verificar nos discursos dos tubarões, menções ao *Valuation*. Foram usadas técnicas da análise de discurso, pesquisa qualitativa e pesquisa descritiva, que resultaram, das 196 startups analisadas, os tubarões em 78 empresas fizeram referências ao *Valuation* em seus discursos, enquanto, que em 118 empresas não o fizeram, indicando que o *Valuation*, mesmo sendo importante, não é indispensável na maioria dos casos.

O segundo objetivo foi identificar variáveis que explicam o motivo de não investimento. Foram aplicadas técnicas da análise de discurso e pesquisa descritiva, resultando que, das 196 startups analisadas, 94 empresas não receberam aportes financeiros dos tubarões e pode-se constatar por meio de nuvens de palavras que o *Valuation* foi a principal variável qualitativa encontrada nos discursos dos tubarões para o não investimento, sendo seguida da variável Pré-operacional, diante disso, deduz-se que empresas em estágios iniciais possuem grandes dificuldades em modelar um *Valuation* justo e compatível com o que se esperam em rodadas de negociações.

O terceiro objetivo foi comparar a assertividade dos *Valuation* no *Shark Tank* USA e BRA. Foram aplicadas técnicas estatísticas da análise descritiva, teste de U Mann-Whitney e Gráficos de dispersão. Pode-se observar que independe do teste aplicado, U Mann-Whitney ou Gráfico de Correlação, os resultados apontam mais assertividade para a 8ª temporada dos Estados Unidos, seguida da 5ª temporada do Brasil e por último a 1ª temporada do Brasil. Para esse objetivo foi destacado que existem limitações, pois o ideal seria ter mais informações por parte da empresa e dos tubarões, como, qual a técnica de *Valuation* utilizada pela empresa para precificação e entender quais as motivações e ideais que os tubarões se baseiam ao investir em *Startups*.

O quarto e último objetivo foi investigar se houve efetivação dos acordos firmados no *Shark Tank* Brasil, bem como se a empresa e/ou a sociedade existem atualmente. Como resultado, das 54 empresas analisadas em outubro de 2023, 33 empresas continuam ativas, sendo que 19 delas tiveram algum tipo de “confirmação” da formalização posterior ao programa em alguma rede de comunicação, e 14 delas, ou não seguiram com a proposta ou não foram encontradas evidências de formalizações; 7 empresas encerraram as atividades, e toda elas, ou não seguiram com a proposta ou não foram encontradas evidências de formalizações; e 14 empresas não foram encontradas informações. Foi constatado que apenas a empresa PIT GROOMING teve evidências irrefutáveis de formalização de sociedade entre a empresa e o tubarão investidor.

A pesquisa apresenta limitações de estudo, pois, os dados foram retirados de um programa de televisão, isso quer dizer que mesmo que haja números reais e intenções reais entre o empresário e o investidor, o objetivo principal do *reality* é o entretenimento, em outras palavras, o programa é editado, o que chega ao público faz parte de uma narrativa intencional. Outro ponto a se considerar é o fato de que há um pós-programa que não é mostrado no programa que foi evidenciada na pesquisa de investigação desse trabalho, indicando que parte das empresas não seguem com a sociedade.

Por fim, é clara a influência que o *Valuation* tem sobre as negociações de investimentos entre a *Startup* e os tubarões, diante disso, a presente pesquisa recomenda como futuras pesquisas, ir além do programa *Shark Tank*, propõe estudos com os tubarões do programa para buscar entendimento sobre quais são as motivações nas tomadas de decisões de investimento em uma *Startup*.

Referências

- ABC. (2009). Shark Tank. Recuperado de <https://abc.com/shows/shark-tank/about-the-show>.
- ABStartups. (2021). Sobre a ABStartups. Recuperado de <https://abStartups.com.br/sobre-a-abStartups/>.
- ABStartups. (2022). *Mapeamento do ecossistema brasileiro de startups*. Recuperado de <https://abstartups.com.br/wp-content/uploads/2023/01/Mapeamento-de-Startups-Brasil-2022.pdf>.
- ABVCap (2023a). *Consolidação de dados : Corporate Venture Capital*. Recuperado de <https://www.abvcap.com.br/pesquisas/estudos.aspx>.
- ABVCap (2023b). *Consolidação de dados : Private Equity & Venture Capital*. Recuperado de <https://www.abvcap.com.br/pesquisas/estudos.aspx>.
- Alves, M. A. (2006). *Análise crítica do discurso: Exploração da temática*. Recuperado de <https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/Rel%20012006.pdf>.
- Anjos do Brasil. (2023). *Pesquisa de investimento anjo 2023*. Recuperado de <https://www2.anjosdobrasil.net/2023/06/15/pesquisa-de-investimento-anjo-2023-volume-de-investimento-anjo-em-startups-cai-2-em-2022-com-aumento-de-taxa-de-juros-e-incertezas/>.
- Authier-Revuz, J. (2004). *Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: Elementos para uma abordagem do outro no discurso. Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Brandão, H. H. N. (2004). Gêneros do discurso: Unidade e diversidade. *Polifonia*, 8(08). Recuperado de <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/polifonia/article/view/1127>.
- Caetano, D. D. F. (2015). Os fundos de investimentos imobiliários sob a ótica contábil: Estudo de caso dos Fundos BTG Pactual Corporate Office Fund (BC Fund), CSHG Real Estate e RB Capital Renda I. *Pensar Contábil*, 16(61). Recuperado de <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-08/index.php/pensarcontabil/article/view/2302>.
- Campani, C. H., Cheng, Y. A., & Roquete, R. M. (2021). Founder's added value in a startup valuation. Could an expert be worth an extra penny? *Revista Ciências Administrativas*, 27(3), 1-9. Recuperado de <https://ojs.unifor.br/rca/article/view/10172>.
- Costa, D. B. (2007). *Charges eletrônicas das eleições 2006: Uma análise de discurso crítica*. Dissertação (Mestrado em Linguística), Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade de Brasília, Brasília.
- Cunha, K. S. (2017). Teoria do discurso e conceito de campo: Categorias para análise das políticas educacionais. *Revista De Estudios Teóricos Y Epistemológicos En Política Educativa*, 1(2), 265–293. Recuperado de <https://revistas.uepg.br/index.php/retepe/article/view/10462>.

- Damodaran, A. (2012). *Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset* (v. 666). John Wiley & Sons.
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo*. Elsevier Brasil.
- Farber, S. G., Hoeltgebaum, M., & Klemz, B. (2011). Rede de cooperação em produção científica do EGEPE de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. *INMR - Innovation & Management Review*, 8(3), 141-161. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79230>.
- Fernandes, C; Vinhas, L. (2019). Da maquinaria ao dispositivo teórico-analítico: A problemática dos procedimentos metodológicos da Análise do Discurso. *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, 19(1), 133-151. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/ld/a/rRz87WNqcqHL9rbY3GrbPHq/?lang=pt>.
- Fernández-Vázquez, J-S. & Álvarez-Delgado R-C. (2020). Persuasive strategies in the SME entrepreneurial pitch: Functional and discursive considerations. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 2342-2359, Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2019.1683462>.
- Galdi, F. C., Teixeira, A. J. C., & Lopes, A. B. (2008). Análise empírica de modelos de *Valuation* no ambiente brasileiro: Fluxo de caixa descontado versus modelo de Ohlson (RIV). *Revista Contabilidade & Finanças*, 19(47), 31–43. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rcf/a/BR5JQ9fLQj5PpPCp8PkhHQq/?lang=pt>.
- Geraldo, J. V. & Gama, P. M. (2019). O que é que os investidores procuram no plano de negócios de uma *Startups*? *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(3),231-255. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7119177>.
- Gewandsznajder, F. & Alves–mazzotti, A. J. (1998). *O método nas ciências naturais e sociais*. São Paulo: Pioneira.
- Grande, J. F. & Beuren, I. M. (2011). Mudanças nas práticas de contabilidade gerencial de empresas. *Revista de Administração FACES Journal*, 10(3), 84-104. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1940/194021594006.pdf>.
- Hermann, R. R. & Bossle, M. B. (2020). Bringing an entrepreneurial focus to sustainability education: A teaching framework based on content analysis. *Journal of Cleaner Production*, 246. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652619339083>.
- Insider (2013). Here's what 'shark tank' looks like in 9 different countries. Recuperado de: <https://www.businessinsider.com/shark-tank-international-versions-2013-11>.
- International Federations of Accountants. (1998). *International management accounting practice (IMAP)*.
- Janoti, M. I. (2022). *Valuation por múltiplos: Seleção do múltiplo, comparáveis e cálculo*. Recuperado de <http://tede.fecap.br:8080/handle/123456789/961>.

- Janssen, M. J., Castaldi, C., & Alexiev, A. (2016). Dynamic capabilities for service innovation: Conceptualization and measurement. *R&D Management*, 46(4), 797–811. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/radm.12147>.
- KPMG (2019/2023). Consolidação de dados de Private Equity. Recuperado de: <https://kpmg.com/br/pt/home/insights/2019/05/consolidacao-private-equity-2019.html>.
- Lavanchy, M., Reichert, P., & Joshi, A. (2022). Blood in the water: An abductive approach to *Startups Valuation* on ABC's Shark Tank. *Journal of business Venturing Insights*. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352673422000038>.
- Lei Complementar n. 123 de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e dá outras providências. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF. Recuperado de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm.
- Lei Complementar 155 de 27 de outubro de 2016. Institui sobre o micro e pequeno empreendedor, chamada de “investidor-anjo. Recuperado de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp155.htm.
- Lei Complementar n. 182 de 1º de junho de 2021. Institui o marco legal das *Startups* e do empreendedorismo inovador; e altera a Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Recuperado de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp182.htm.
- Lima, G. A. S. F. D. & Luca, M. M. M. D. (2016). A relação entre o monitoramento dos analistas de mercado e as características de *Valuation* das companhias brasileiras. *Revista Universo Contábil*, 12(4), 129-151. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1170/117049458008.pdf>.
- Lima, M. V. A., de Lima, C. R. M., Dutra, A., & Lopes, A. L. M. (2010). Avaliação de Micro e Pequenas empresas utilizando a metodologia multicritério e o método do fluxo de caixa descontado. *Ciencias da Administração*, 12(26), 48-71. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3632872>.
- Ma, S. (2020). The life cycle of corporate venture capital. *The Review of Financial Studies*, 33(1), 358-394. Recuperado de <https://academic.oup.com/rfs/article-abstract/33/1/358/5425334>.
- Maia, T. F. (2019). Startups: riscos e responsabilidade do investidor-anjo no Brasil. Recuperado de <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/18865>.
- Marques, V. A. & Souza, A. A. D. (2010). A influência dos Modelos de *Valuation* no Processo Decisório dos Fundos de Venture Capital/Private Equity. *Revista de Finanças Aplicadas*, 1-17. Recuperado de <http://financasaplicadas.fia.com.br/index.php/financasaplicadas/article/view/51>.
- Menezes, P. H. B., Cançado, V. L., & Martins, H. C. (2022). Educação para o empreendedorismo e o contexto brasileiro: Revisão bibliométrica aplicada ao Brasil. Recuperado de <https://anegepe.org.br/egpe/XIIEGEPE2022.pdf>.

- Mesquita, D. P. C., & Rosa, I. F. (2010). As heterogeneidades enunciativas como aporte teórico-metodológico para a Análise do Discurso de linha francesa. *Revista Veredas*, 14(2). Recuperado de <https://periodicos.ufjf.br/index.php/veredas/article/view/25130>.
- Oliveira, C. Z., Campos, J. B., & Oliveira, M. A. (2022). A análise do discurso: Uma abordagem teórico-metodológica em pesquisa de formação docente. *Momento, Diálogos Em Educação*, 31(3), 41–67. <https://doi.org/10.14295/momento.v31i03.14053>.
- Orlovas, A. D. (2017). A utilização de múltiplos para a precificação de IPO's no mercado brasileiro. Recuperado de <http://tede.fecap.br:8080/handle/jspui/751>.
- Pimenta, E. G. Barbosa, E. H. D. O. Mitigação dos riscos de investimentos em startups (v. 1). Expert Editora.
- Pimenta, E. G., Lana, H. A. (2020). Direito, Inovação e Tecnologia. Belo Horizonte: Expert.
- Ribeiro, S. P., Sá, L. A. F. D., Tisott, S. T., & Ott, E. (2021). Atributos do empreendedorismo local na perspectiva do microempreendedor. Desenvolvimento em questão. Editora Unijuí. Recuperado de <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/11503>.
- Rodrigues, D., & Teixeira, R. (2015). As contribuições do empreendedorismo corporativo à implementação de estratégias. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 14(1), 60-75. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3312/331238457005.pdf>.
- Santos, P., Junqueira, L. R., & Salume, P. K. Valuation Das Startups. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Paula-Salume/publication/342937929_VALUATION_DAS_STARTUPS/links/60018056a6fdc8c8b8552b00/VALUATION-DAS-STARTUPS.pdf.
- Saraiva, L. A. S., & Baptista, R. D. G. S. (2009). Comunicação e ideologia na empresa: Análise de discursos em uma organização do setor siderúrgico. *Revista Gestão Organizacional*, 2(1), 63-76. Recuperado de <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/76>.
- SEBRAE. (2021). Empreendedorismo e inovação. Recuperado de <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/empreendedorismo-e-inovacao,a680ce1f53b9d710VgnVCM100000d701210aRCRD>.
- SEBRAE. (2022). Pequenos negócios aceleram emprego e PIB no país. Recuperado de <https://agenciasebrae.com.br/dados/pequenos-negocios-aceleram-emprego-e-pib-no-pais/>.
- Serra, R. G., & Fávero, L. P. L. (2018). Multiples' Valuation: The Selection of Cross-Border Comparable Firms. *Emerging Markets Finance & Trade*, 54(9), 1973–1992. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2017.1336084>.
- Serra, R. G.; Wickert, M. (2021). Valuation: Guia fundamental e modelagem em Excel. São Paulo: Atlas.
- Silva, F. C. N. M. (2014). Venture Capital: Valor da informação, Riscos, e Instrumentos para sua mitigação. (Tese de Doutorado). Recuperado de <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2132/td-20012015-162731/en.php>

- Silva, M. D. (2005). O habitus professoral: O objeto dos estudos sobre o ato de ensinar na sala de aula. *Revista Brasileira de Educação*, 152-163. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/LdBdvGQ66DwZBCTXx8qnRcd/>.
- SONY CHANNEL. (2023). *Shak Tank Brasil*. Recuperado de <https://br.sonychannel.com/series/shark-tank-brasil>.
- STARTUPHERO. (2021). Recuperado de <https://www.startuphero.com.br/shark-tank-e-furada-cuidado-com-investidores-tubaroes/>.
- Teixiera, E. G.; Moura, G. L. D.; Lopes, L. F. D.; Marconatto, D. A. B.; & Fischmann, A. A. (2021). The influence of dynamic capabilities on *Startups* growth. *RAUSP Management Journal*, V. 56, n. 1. P. 88-108. Recuperado de <https://www.scielo.br/j/rmj/a/8THVNjZK5VG3TRz4hjrjLZF/?format=pdf>.
- The New York Times Magazine (2017). Recuperado de <https://www.nytimes.com/2017/09/28/magazine/letter-of-recommendation-shark-tank.html>.

APÊNDICE I - 1ª temporada: Brasil

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
1	Papinhas Gourtmezinho	Amilcar Azevedo Karolina Azevedo	500.000	20%	Divulgação Estrutura predial Expansão Geográfica	Capital de terceiro Visão estratégica	600.000	60%	N/A	Não
Tempo	03:04	03:04	03:08		05:21	06:20	09:43		-	-
1	Revo Foot	Lucas Strasburg	400.000	20%	Usinagem para diminuir custo	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
Tempo	13:25	13:25	14:44		17:30	17:30	-		18:50	18:57
1	Velo	Camila Silveira Claudia Weingrill	400.000	20%	Escalagem	Capital de terceiro	400.000	50%	N/A	Não
Tempo	19:50	19:50	20:00		21:33	21:33	05:41		-	-
1	Bosta em lata	Leonardo de M.	150.000	30%	Escalagem	Capital de terceiro	N/A		Proposta recusada pelo empreendedor	Não
Tempo	32:26	32:26	32:32		37:00	37:00	-		41:55	-
2	M'Ana Manutenção	Ana Correard Katherine Pavloski	100.000	10%	Investir em pessoas Estrutura predial Expansão Geográfica	Capital de terceiro Visão estratégica	100.000	60%	N/A	Não
Tempo	04:38	04:38	04:42		07:09	07:09	11:27		-	-
2	Pensys Tecnologia	Juliano Mazute Ricardo André	300.000	5%	Divulgação	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
Tempo	12:58	12:58	13:00		16:20	16:20	-		17:16	15:55
2	Easy Carros	Fernando Saddi	800.000	4%	Divulgação Novos serviços Operações	Capital de terceiro	N/A		<i>Valuation</i> desproporcional e <i>payback</i> muito longe	Sim
Tempo	19:18	19:18	19:25		23:00	23:00	-		25:42	22:45
2	Peter Paiva Saboaria	Peter Paiva	500.000	20%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro Visão estratégica	500.000	50%	N/A	Não
Tempo	28:14	28:14	28:15		32:25	32:25	41:46		-	-
3	Futuriste	Raquel Molina Leonardo Minucio	185.000	15%	Divulgação	Capital de terceiro Visão estratégica	200.000	25%	N/A	Não

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation			
Tempo		04:28		04:28		04:34		10:20		-	-		
3	Enlite (DDID)	Rodrigo Dangelo Ruanda	295.000	30%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro Visão estratégica	295.000	35%	N/A		Não		
Tempo		15:15		15:15		15:22		18:00		18:00	23:32	-	-
3	+55 Canga	Bruna Rezende	500.000	10%	Diversificação de produto	Capital de terceiro	N/A				Valuation desproporcional e produto pouco inovador.	Sim	
Tempo		24:56		24:56		25:02		26:18		26:18	-	29:59	27:48
3	Super Cooler	Ricardo Gazzola Mais 2 Sócios	500.000	15%	Escalagem	Capital de terceiro	N/A				Proposta recusada pelo empreendedor	Sim	
Tempo		33:04		33:04		33:08		35:45		35:45	-	42:16	41:06
4	Egoss	Jeferson Santos	250.000	15%	Loja própria Franquias	Capital de terceiro Visão administrativa	300.000	15%	N/A			Não	
Tempo		04:11		04:11		04:15		05:27		05:27	14:27	-	-
4	Manicura Express	Mariana Dias	50.000	7%	Aumentar a produção	Capital de terceiro	N/A				Sem diferencial competitivo	Não	
Tempo		15:17		15:17		15:18		18:52		18:52	-	19:38	-
4	Rock Candy	João Mario Hoff	900.000	15%	Franquias	Capital de terceiro	N/A				Imaturidade para franquias	Não	
Tempo		22:35		22:35		23:40		23:38		23:38	-	27:28	-
4	Dolce & Cane	Samira Sarti	100.000	30%	Alavancar	Capital de terceiro	N/A				Muito artesanal.	Não	
Tempo		29:38		29:38		29:47		32:32		32:32	-	34:35	-
4	Nextagro	Artur Contijo	300.000	5%	Escalagem	Capital de terceiro	N/A				Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional.	Sim	
Tempo		35:44		35:44		35:52		35:56		35:56	-	40:00	40:02
5	Embarcar	Maickson Serrão Taissir Carvalho	90.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A				Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional.	Sim	
Tempo		02:58		02:58		03:10		06:00		06:00	-	09:25	09:25
5	Rent a Bag	Domingos coppio Rosangela Casseano	350.000	7%	Franquias Alavancar	Capital de terceiro	N/A				Valuation desproporcional e payback muito longe	Sim	

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
Tempo										
5	Benditta Pipoca	Léia Andrade	400.000	10%	Aumentar a produção	Capital de terceiro Visão administrativa	N/A		Valuation desproporcional	Sim
Tempo										
5	Beleza de farmácia	Maytê Carvalho Sócio anônimo	150.000	15%	Alavancar	Capital de terceiro Visão administrativa	150.000	35%	N/A	Não
Tempo										
6	Vela Bikes	Victor Hugo Cruz	200.000	5%	Aumentar a produção	Capital de terceiro	N/A		Proposta recusada pelo empreendedor	Sim
Tempo										
6	Youtape	Manira Rodrigues	50.000	20%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Dependência da sócia para executar o produto.	Não
Tempo										
6	Lilycone	Ricardo Carolina Fatte	400.000	30%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional.	Sim
Tempo										
6	QG Food Truck	Silvia Eduardo Parez Pedro Parez	180.000	40%	Abrir loja física	Capital de terceiro	180.000	40%	Ressalva: Contrato de bonificação de fornecimento de queijos por 3 anos.	Não
Tempo										
7	Portex	Diego Vergílio	250.000	8% R	Alavancagem	Financiamento	N/A		Empreendedor em busca de financiamento e não de sócio.	Não
Tempo										
7	Kitlivre	Júlio Oliveto Lúcio Oliveto FIP	400.000	5%	Insumos Escalagem	Capital de terceiro	N/A		Valuation desproporcional e falta de sinceridade dos empresários.	Sim
Tempo										
7	Tress Cabelos	Leticia Korndorfer Marcus Moreti	1.000.000	5%	Escalagem Estoque	Capital de terceiro Visão administrativa	1.000.000	50%	N/A	Sim

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
Tempo										
	21:22	21:22	21:32		26:30	26:30	30:38		-	25:06
7	List it	Davi Braga	200.000	30%	Escalagem Franquias	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional e sazonal	Não
Tempo										
	32:55	32:55	33:00		34:29	34:29	-		41:30	-
8	Vent7	Rômulo Férrer Anaxágoras Girão	200.000	10%	Alavancar	Capital de terceiro Visão estratégica	300.000	50%	N/A	Sim
Tempo										
	03:05	03:05	03:15		06:19	06:19	11:23		-	09:33
8	Jardim ô fiô	Alexandre Torres Carol Torres	200.000	10%	Expansão	Capital de terceiro	N/A		Modelos de negócio confuso	Não
Tempo										
	13:05	13:05	13:12		15:05	15:05	-		19:25	-
8	Peau Mature	Jó Beduschi Ananda Boschulia	300.000	20%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional	Não
Tempo										
	20:30	20:30	20:45		23:01	23:01	-		25:44	-
8	Sustentare - G2 STD	Glauce Pereira Fapesp	590.000	8%	Compra de equipamento	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional, mas sem conhecimento dos tubarões.	Sim
Tempo										
	27:12	27:12	27:13		29:11	29:11	-		33:40	33:52
8	Safety Print System	Giordano Diógenes Corteletti	1.500.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional.	Sim
Tempo										
	36:04	36:04	36:08		39:04	39:04	-		40:21	38:58
9	Getcook	Lucas Nick Caio	200.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	200.000	30%	N/A	Sim
Tempo										
	03:10	03:10	03:15		04:46	04:46	09:54		-	05:48
9	Caldo Natural	Karina de Oliveira Rodrigo Macedo	400.000	15%	Alavancar	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional.	Sim
Tempo										
	10:37	10:37	10:41		13:05	13:05	-		14:12	14:14
9	Goleiro de Aluguel	Eugen Braun Samuel Toaldo Sócio Anônimo	250.000	10%	Alavancar	Capital de terceiro	250.000	50%	N/A	Sim

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
Tempo										
9	Kart Fly	Felipe dos Santos Guilherme Alves	600.000	7,5%	Novo negócio Franquias	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Superestimando o <i>Valuation</i> em fase pré-operacional.	Sim
Tempo										
10	Kuba	Leonardo Drummond Carlos Eduardo	190.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro Visão estratégica	190.000	50%	N/A	Não
Tempo										
10	Imedical	Marcio Livio Serpa	450.000	30%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional	Sim
Tempo										
10	Chef Bob	Matheus Ladario	150.000	20%	Estrutura predial Expansão Geográfica	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Fase pré-operacional	Não
Tempo										
10	Courrieros	Victor Castello André Bisello Sócios Anônimos	400.000	5%	Tecnologia Expansão	Capital de terceiro	N/A		Proposta recusada pelo empreendedor	Sim
Tempo										
11	Bodout	Luciano Castelo	200.000	15%	1ºMarketing Produção	Capital de terceiro	200.000	50%	N/A	Sim
Tempo										
11	Folha da Bananeira	Enio Gorete Rodrigues	200.000	20%	1ºMarketing Produção	Capital de terceiro	N/A		Sem diferencial competitivo	Não
Tempo										
11	Preshh	Leopoldo Almeida	175.000	20%	Tecnologia Expansão	Capital de terceiro	N/A		Capital de giro não atende a projeção estimada.	Não
Tempo										
11	Tagine	Basma Nawra El Halari	250.000	30%	Abrir um restaurante	Capital de terceiro	200.000	60%	N/A	Não
Tempo										
12	Naked	Rafael Cipolla Tiago Godoy	300.000	10%	Estrutura predial Expansão geográfica	Capital de terceiro	300.000	35%	N/A	Sim

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation			
Tempo		03:10		03:10		03:14		04:23		11:05	-	10:33	
12	Empório Sartori	Luiz Augusto Sabrina Sartori	500.000	10%	Alavancar	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional.	Sim			
Tempo		13:08		13:08		13:18		18:33		-	25:10	17:13	
12	Armadilha para Tubarões	Fernando Encarnação	300.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional	Não			
Tempo		26:27		26:27		26:31		32:02		-	34:14	-	
12	Horvath	Luciano Bueno	300.000	8%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um <i>Valuation</i> desproporcional.	Sim			
Tempo		35:05		35:05		35:08		36:06		-	41:25	39:25	
13	Cartooneria	Wdson Sandenys	300.000	20%	Quiosques Divulgações	Capital de terceiro	300.000	50%	N/A	Não			
Tempo		03:59		03:59		04:08		05:53		05:53	09:44	-	-
13	Freecô	Renato Radomysler Rafael Nassed	1.500.000	10%	Marketing	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Falta de sinceridade dos empresários e <i>valuation</i> questionável.	Sim			
Tempo		12:04		12:04		12:12		14:10		-	19:25	19:00	
13	O Amor é Simples	Lais Natália Janaina	200.000	10%	Plataforma de venda Aumentar os produtos	Capital de terceiro	N/A		Falta de sinergia dos tubarões e margem de lucro baixa.	Não			
Tempo		22:40		22:40		22:48		26:23		-	31:17	-	
13	Noocity	Rafael Loschiavo	350.000	10%	Expansão	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		<i>Valuation</i> desproporcional pelo faturamento pequeno.	Sim			
Tempo		32:37		32:37		32:50		33:58		-	40:33	40:00	
14	Natural Science	Leandro Duarte	400.000	20%	Reestruturação	Capital de terceiro	400.000	50%	N/A	Não			
Tempo		03:07		03:07		03:12		08:11		12:00	-	-	
14	Petitebox	Felipe Wasserman Ivy Assis	600.000	5%	Expansão	Capital de terceiro	N/A		Incompatibilidade com o modelo de negócio	Não			
Tempo		13:00		13:00		13:08		17:30		-	21:12	-	
14	Piipee	Ezequiel Vedana	500.000	10%	Escala	Capital de terceiro	N/A		<i>Valuation</i> desproporcional para o modelo de negócio.	Sim			

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
Tempo	22:53	22:53	22:57		24:12	24:12	-		31:42	27:43
14	Feitosa Gourmet	Fabício Goulart	120.000	25%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional	Não
Tempo	34:10	34:10	34:18		36:20	36:20	-		38:17	-
15	Rays Pedals	Raimundo Pedro	500.000	15%	Marketing Estruturar o negócio	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Fase pré-operacional	Não
Tempo	03:01	03:01	03:08		06:48	06:48	-		10:00	-
15	Cadeirinhas Smart	Rodrigo Simon	50.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	50.000	50%	N/A	Não
Tempo	12:18	12:18	12:18		13:50	13:50	21:00		-	-
15	Tarte Fit	Suellen Sales Javier Casademunt	100.000	10%	Marketing	Capital de terceiro	N/A		Produto sem escalabilidade	Não
Tempo	22:04	22:04	22:14		23:30	23:30	-		29:03	-
15	Safari	Eduardo Matos Sócios Anônimos	480.000	20%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Fase pré-operacional e não tem dedicação exclusiva do sócio	Não
Tempo	32:00	32:00	32:05		38:20	38:20	-		38:50	-
16	Banho Bungee	Flávia Arantes	100.000	40%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	150.000	50%	N/A	Não
Tempo	03:01	03:01	03:06		04:35	06:42	11:32		08:17	08:52
16	Triple Horn	Guilherme dos Reis	490.000	25%	Divulgação Estrutura predial Expansão Geográfica	Capital de terceiro	N/A		Fase pré-operacional com um Valuation desproporcional.	Sim
Tempo	12:17	12:17	12:23		16:44	16:59	-		17:19	17:40
16	Spin'n Soul	Fábio Tutundjian Daniel Nasser	7.500.000	30%	Expansão Marketing	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Valuation desproporcional para o modelo de negócio.	Sim
Tempo	22:43	22:43	24:40		25:09	26:19	-		27:48	29:39
16	Moradigna	Rafael Veiga Matheus Cardoso Vivian	300.000	10%	Divulgação Estrutura predial	Financiamento	300.000	0%	N/A	Não
Tempo	31:49	31:49	31:50		36:02	36:15	40:03		40:00	-

APÊNDICE II - 5ª temporada: Brasil

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
1	Wakanda	Karine Santos	200.000	15%	Ampliar equipe Marketing	Capital de terceiro	200.000	15%	N/A	Não
Tempo										
			03:31	03:31	04:34	08:39	08:39	16:05	-	-
1	Futmesa Brasil	Juliano Alvizi Flavio Deléo	700.000	25%	Aumentar a estrutura	Capital de terceiro	700.000	40%	N/A	Não
Tempo			18:20	18:20	18:55	20:50	20:50	24:55	-	-
1	Ice Cup	Alexei Galasso	500.000	10%	Aumentar a estrutura	Capital de terceiro	500.000	10%	N/A	Sim
Tempo			28:14	28:14	29:13	29:05	29:05	37:11	-	34:45
1	Malokero Burguer	Rogério Pereira Tayslam Alves	250.000	20%	Cozinha Expansão	Capital de terceiro		N/A	Tubarões não sentiram que o negócio tinha escalabilidade.	Não
Tempo			39:40	39:40	39:53	40:00	40:00	-	47:18	-
2	Loja do Cuteleiro	Bruno Landim Sócio Anônimo	300.000	10%	Desenvolvimento Expansão	Capital de terceiro	600.000	30%	N/A	Não
Tempo			03:25	03:25	04:05	08:05	08:05	13:21	-	-
2	#Deixaelaetreinar	Fernanda Dias	300.000	20%	Marketing	Capital de terceiro		N/A	Tubarões não sentiram que o negócio tinha escalabilidade.	Não
Tempo			15:21	15:21	16:17	20:45	20:45	-	23:18	-
2	E-Motors	Tiago Bezutte Fábio Campos	800.000	10%	Expansão	Capital de terceiro	800.000	50%	N/A	Não
Tempo			24:45	24:45	25:13	27:01	27:01	34:40	-	-
2	Duolibras	Marcio Ballera Manolo Libras	Mentorias	2%	Franquias	Visão estratégica	Mentoria	40%	N/A	Não
Tempo			35:35	35:35	36:45	38:45	38:45	41:15	-	-
3	Florent	Sarah Almeida	70.000	10%	Escala Marketing Fluxo de caixa	Capital de terceiro	140.000	20%	N/A	Não
Tempo			03:48	03:48	04:30	10:20	10:20	13:20	-	-
3	Sonder	Rangel Vilas Boas Sócios Investidores	350.000	15%	Aquisição de usuários	Capital de terceiro		N/A	Valuation não supre a necessidade do negócio.	Sim
Tempo			15:08	15:08	15:43	21:50	21:50	-	23:55	23:55

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
3	Amostrix	Fernando Ribeiro Sócios Anônimos	2.000.000	15%	Novos equipamentos Expansão	Capital de terceiro	2.000.000	30%	N/A	Sim
Tempo	26:10	26:10	26:20	27:38	27:38	33:00	-	32:02		
3	Ecooler	Jean Pierozan	150.000	10%	Expansão	Capital de terceiro	150.000	25%	N/A	Sim
Tempo	34:52	34:52	34:57	35:38	35:38	44:17	-	42:20		
4	Tapete Antivírus	Vanessa Souza Luiz Augusto	200.000	10%	Expansão Aumentar portfólio	Capital de terceiro	300.000	20%	N/A	Sim
Tempo	04:20	04:20	05:25	12:58	12:58	15:40	-	13:19		
4	2FW Indústria	Francisco Lara Roberto Freitas	240.000	10%	Expansão	Capital de terceiro	240.000	25%	N/A	Não
Tempo	16:12	16:12	17:15	22:00	22:00	24:00	-	-		
4	Divas Bllack	Rosane Terragno	250.000	15%	Expansão	Capital de terceiro	N/A	Valuation desproporcional.	Sim	
Tempo	28:43	28:43	29:20	29:10	29:10	-	36:23	36:23		
4	Equal Moda Inclusiva	Silvana Louro	200.000	20%	Expansão	Capital de terceiro	200.000	20%	N/A	Não
Tempo	36:58	36:58	37:30	42:53	42:53	44:55	-	-		
5	Império do Piolho	Verônica Belfort	100.000	30%	Loja física Franquias	Capital de terceiro	100.000	30%	N/A	Não
Tempo	03:31	03:31	04:10	09:45	09:45	13:35	-	-		
5	Rubber Brasil	Iudy Makino	300.000	10%	Estrutura da equipe Aumentar portfólio Expansão	Capital de terceiro	300.000	30%	N/A	Não
Tempo	15:15	15:15	15:58	20:34	20:34	24:47	-	-		
5	Clubinho Preto	Talita Peixoto	300.000	10%	Estrutura	Capital de terceiro	N/A	Valuation desproporcional.	Sim	
Tempo	25:45	25:45	27:02	31:34	31:34	-	32:50	32:50		
5	Recupehair	Bruno Fernandes	425.000	25%	Alavancagem	Capital de terceiro	500.000	50%	N/A	Não
Tempo	35:15	35:15	36:05	38:14	38:14	43:26	-	-		
6	Identity Travel	Sauanne Bispo	200.000	5%	Network	Capital de terceiro Visão estratégica	200.000	35%	N/A	Não
Tempo	03:30	03:30	04:14	07:58	07:58	12:50	-	-		

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
6	Churras Delas	Aline Marinho Joana Angélica Rafael Lima	500.000	15%	Alavancagem	Capital de terceiro	500.000	40%	N/A	Não
Tempo										
6	Smart Gaas	Henrique Ferreira Luis Ferreira	500.000	5%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro		N/A	Falta de expertise dos tubarões e <i>valuation</i> pouco atrativo.	Sim
Tempo										
6	Amyi	Luciana Guidi Larissa Mota	400.000	5%	Alavancagem Marketing	Capital de terceiro	400.000	10%	N/A	Sim
Tempo										
7	Plt4way	Diogo Bezza Diego Ramos	150.000	20%	Marketing	Capital de terceiro	200.000	40%	N/A	Não
Tempo										
7	Grood.me	Tammy Soares Ronaldo Faria Lima Investidor Anjo	200.000	13%	Escala	Capital de terceiro	200.000	30%	N/A	Não
Tempo										
7	Peçaneta	Lacio da Silva Renato Maia	200.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	200.000	20%	N/A	Não
Tempo										
7	Aneesa	Jozi Belisario	50.000	10%	e-Commerce	Capital de terceiro	50.000	20%	N/A	Não
Tempo										
8	Badalacão	Gabriela Martinez	100.000	30%	Cozinha	Capital de terceiro		N/A	Sem diferencial competitivo.	Não
Tempo										
8	NJ7 Fertilizantes	Andrieli Ferrari Josiel Costa	1.500.000	15%	Franquias	Capital de terceiro Visão estratégica	2.000.000	25%	N/A	Não
Tempo										
8	Sussurra	Elisangela da Nhaia Claudia Petry	300.000	15%	Ampliar Equipe	Capital de terceiro Visão estratégica		N/A	Ideia sem diferencial competitivo.	Não
Tempo										
8	Polentake	Isabelle Faggio	500.000	25%	Franquias	Capital de terceiro Visão estratégica		N/A	Fase pré-operacional	Não

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
Tempo	36:26	36:26	37:08		37:05	37:05	-		44:18	-
9	Empreendedor 4.0	Gabriel Macegoso Sócios familiar	350.000	8%	Divulgação	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Fase pré-operacional com <i>valuation</i> desproporcional.	Sim
Tempo	03:13	03:13	04:00		04:00	04:00	-		10:35	10:35
9	Avesso	Fernanda Rebel Sócio familiar	290.000	10%	Atingir o varejo Marketing	Capital de terceiro	290.000	10%	N/A	Não
Tempo	14:00	14:00	14:24		17:38	17:38	20:55		-	-
9	Advys	Cassius Leal	200.000	5%	Divulgação	Capital de terceiro	300.000	20%	N/A	Não
Tempo	25:05	25:05	26:06		29:25	29:25	37:10		-	-
9	Smart Road	Alexandre Cruz	300.000	10%	Fase pré-operacional	Capital de terceiro	300.000	50%	N/A	Sim
Tempo	37:38	37:38	38:20		39:32	39:32	45:17		-	45:24
10	Lab77	Guilherme Pecegueiro Sergio Dutra	450.000	20%	Abertura de loja	Capital de terceiro Visão estratégica	450.000	33%	N/A	Não
Tempo	03:25	03:25	03:55		06:52	06:52	14:15		-	-
10	Dionisio. Ag	Rafael Araújo Jean Paschalis Victor Barros	500.000	5%	Ampliar estrutura e-Commerce	Capital de terceiro	500.000	24%	N/A	Não
Tempo	15:40	15:40	16:20		18:40	18:40	27:03		-	-
10	Pit Grooming	Deyse Carvalho	500.000	30%	Franquias Estoques	Capital de terceiro	500.000	40%	N/A	Não
Tempo	27:40	27:40	27:52		28:15	28:15	33:45		-	-
10	Styme	Luiz Fernando Frederico Tonietto	300.000	5%	Divulgação	Capital de terceiro	300.000	10%	N/A	Não
Tempo	36:20	36:20	37:15		43:00	43:00	46:00		-	-
11	Game Jam +	Ian Rochlin	1	10%	Conexão estratégica	Capital de terceiro Visão estratégica	20	25%	N/A	Não
Tempo	03:20	03:20	04:10		08:11	08:11	12:58		-	-
11	So Snacks	Jaime Chamberlain Jessy Miller	225.000	5%	Automatizar	Capital de terceiro	N/A		<i>Valuation</i> desproporcional.	Sim
Tempo	14:40	14:40	15:10		17:35	17:35	-		21:25	21:25
11	Seduzzy	Caroline cardoso Daniel Paiva	200.000	20%	Marketplace em atacado	Capital de terceiro	200.000	26%	N/A	Não

Ep.	Empresa	Sócios	Investimento Pretendido		Para quê?	Por quê?	Formalização		Motivo	Menções Valuation
Tempo	27:03	27:03	27:15		28:10	28:10	34:50		-	-
11	Meu Dentista em Casa	Danilo Fialho Sócio Anônimo	190.000	15%	Franquias	Capital de terceiro Visão estratégica	N/A		Falta de diferencial competitivo.	Não
Tempo	38:00	38:00	38:40		38:32	38:32	-		46:35	-
12	Bionicook	Fabio Luís Bezler Holding Familiar	3.500.000	7%	Dez máquinas	Capital de terceiro Visão estratégica	3.500.000	40%	N/A	Sim
Tempo	04:09	04:09	04:35		07:13	07:13	09:48		-	11:15
12	Egalitê	Guilherme Braga	300.000	5%	Divulgação	Capital de terceiro	N/A		Valuation desproporcional.	Sim
Tempo	14:35	14:35	14:42		16:30	16:30	-		21:09	21:09
12	Doceria Dona Tereza	Erika Comitre Henrique Comitre	400.000	20%	Expansão	Capital de terceiro	N/A		Valuation desproporcional.	Sim
Tempo	23:32	23:32	24:18		26:12	26:12	-		31:08	31:08
12	Nanoprice	Juliana Teixeira Gustavo Belizário	560.000	8%	Ampliar equipe Desenvolvimento	Capital de terceiro	560.000	13,5%	N/A	Sim
Tempo	31:54	31:54	33:02		37:08	37:08	43:02		-	38:25

ⁱ Ohlson (1995) aprimorou o modelo de desconto dos lucros residuais para a estimativa do valor de uma empresa, desenvolvendo um modelo (conhecido por modelo de Ohlson, ou mais apropriadamente chamado *residual income valuation* - RIV) que explica o valor de uma firma com base em informações contábeis.

ⁱⁱ Resolução CVM 175, dispõe sobre a constituição, o funcionamento e a divulgação dos fundos de investimento.

ⁱⁱⁱ WACC: $D \times [rd \times (1 - t)] + E \times [rf + \beta \times pm] / D+E$. D: capital dos credores; E: capital dos acionistas; rd: custo bruto da dívida; t: alíquota de IR e CS; rf: taxa livre de risco; β : beta alavancado; e pm: prêmio de mercado.

^{iv} Resultado operacional – imposto operacional + depreciação e amortização – CAPEX (ativo operacional fixo) – investimento em capital de giro líquido (uma maneira simplista de identificar quais contas do ativo e passivo que fazem parte do CGL é identificar se o negócio existiria sem ela).

^v *Firm Value*: chama-se *firm value*, *enterprise value*, valor da firma, valor da empresa, valor dos ativos, etc.

^{vi} *Equity Value*: chama-se *equity value*, *market capitalization (mkt cap)*, dívida de capital próprio, etc.