



**FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI
CURSO DE BACHARELADO EM ONTOPSICOLOGIA**

FERNANDO DUARTE MARTINS DE OLIVEIRA

**A SELEÇÃO DE STARTUPS - QUANDO INVESTIR:
UMA APLICAÇÃO DA CONSULTORIA ONTOPSICOLÓGICA EMPRESARIAL**

RESTINGA SÊCA

2020



FERNANDO DUARTE MARTINS DE OLIVEIRA

**A SELEÇÃO DE STARTUPS - QUANDO INVESTIR:
UMA APLICAÇÃO DA CONSULTORIA ONTOPSICOLÓGICA EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Ontopsicologia da Faculdade Antonio Meneghetti como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Ontopsicologia.

Orientador: Prof. Ms. Wesley Lacerda

RESTINGA SÊCA

2020



FERNANDO DUARTE MARTINS DE OLIVEIRA

**A SELEÇÃO DE STARTUPS - QUANDO INVESTIR:
UMA APLICAÇÃO DA CONSULTORIA ONTOPSICOLÓGICA EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Ontopsicologia da Faculdade Antonio Meneghetti como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Ontopsicologia.

Banca Examinadora:

Orientador: _____

Prof. Ms. Wesley Lacerda

Membro: _____

Prof. Dr. Ricardo Schaefer

Membro: _____

Prof. Esp. André Fraga

RESTINGA SÊCA

2020

A SELEÇÃO DE STARTUPS - QUANDO INVESTIR: UMA APLICAÇÃO DA CONSULTORIA ONTOPSICOLÓGICA EMPRESARIAL.¹

Fernando Duarte Martins de Oliveira²

Wesley Lacerda³

RESUMO

O presente trabalho trata do uso da ciência ontopsicológica para a seleção de investimentos em *startups*, trazendo elementos que podem contribuir para a escolha do investidor acerca da viabilidade do investimento nessa modalidade empresarial. As *startups* já são uma realidade no cenário empresarial atual, pois através da inovação buscam trazer soluções tecnológicas e operacionais para diversos campos da atividade econômica e por serem empresas, geralmente jovens, porém passíveis de escalonamento, necessitam de investidores para que possam se desenvolver. As propostas que surgem aos investidores, denominados “anjo” são das mais variadas e estes precisam escolher dentre essas inúmeras empresas que surgem, da melhor maneira possível para que possam ter um retorno financeiro compatível com o risco. O objetivo geral do trabalho foi o de apontar como a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial *startups*, complementado pelos seguintes objetivos específicos: analisar o que são *startups* e a forma tradicional do *valuation* dessas empresas, evidenciar a teoria ontopsicológica e seus principais aspectos no âmbito empresarial; analisar um caso prático com um empresário investidor que se utiliza do método ontopsicológico. Por fim a pesquisa elucidou-se através do problema de pesquisa: “como a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial startups?” o qual é respondido, no entendimento do autor, ao longo do trabalho. A metodologia utilizada foi a do estudo de caso e pesquisa bibliográfica. Ao final do trabalho restou claro que a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial startups, ao apontar, através da aplicação de seus instrumentos de análise, informações acerca da realidade dos sujeitos líderes do projeto em questão, subsidiando a escolha do investidor, não só no que tange a investir ou não, mas também no que compete a escolha da melhor estratégia de concretização do negócio a fim de mitigar ao máximo os riscos e potencializar ao máximo a rentabilidade possível do seu investimento.

Palavras-chave: *Startup*; Ontopsicologia; Investimento.

ABSTRACT

The present work deals with the use of ontopsyhological science for the selection of investments in startups, bringing elements that can contribute to the investor's choice about the viability of the investment in this business modality. Startups are already a reality in the current business scenario, because through innovation they seek to bring technological and operational solutions to various fields of economic activity and because they are

¹ Trabalho de Conclusão do Curso de *Bacharelado em Ontopsicologia* da Antonio Meneghetti Faculdade.

² Acadêmico do Curso de *Bacharelado em Ontopsicologia*, da Antonio Meneghetti Faculdade.

³ Orientador, Docente da Antonio Meneghetti Faculdade.

companies, generally young, but subject to scaling, they need investors so that they can develop. The proposals that come to investors, called “angel” are of the most varied and they need to choose from among the countless companies that appear, in the best possible way so that they can have a financial return compatible with the risk. The general objective of the work was to point out how Ontopsychology can contribute in the selection of enterprises, especially startups, complemented by the following specific objectives: to analyze what startups are and the traditional way of valuing these companies, to highlight the ontopsychological theory and its main aspects in the business environment; to analyze a practical case with an investor entrepreneur who uses the ontopsychological method. Finally, the research was elucidated through the research problem: "how can Ontopsychology contribute to the selection of enterprises, especially startups?" which is answered, in the author's understanding, throughout the work. The methodology used was the case study and bibliographic research. At the end of the work, it was clear that Ontopsychology can contribute to the selection of enterprises, especially startups, by providing, through the application of its analysis instruments, information about the reality of the leading subjects of the project in question, subsidizing the investor's decision, not only in the decision to invest or not, but also in the choice of the best strategy to close the business in order to minimize the risks and maximize the possible profitability of your investment.

Key words: *Startup*; Ontopsychology; Investment.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
2.1 O MODELO “STARTUP”	9
2.2 O MERCADO DAS <i>STARTUPS</i>	11
2.3 <i>VALUATION</i> : AS ABORDAGENS DE AVALIAÇÃO DE STARTUPS NO MERCADO.....	13
2.4 A ONTOPSICOLOGIA	15
2.5 AS TRÊS DESCOBERTAS.....	16
2.6 O LÍDER NA VISÃO ONTOPSICOLÓGICA.....	19
2.7 COMO A ONTOPSICOLOGIA PODE AJUDAR O INVESTIDOR	20
2.8 CONSULTORIA ONTOPSICOLÓGICA EMPRESARIAL E ANÁLISE ONÍRICA.....	21
3 METODOLOGIA.....	24
4. DISCUSSÕES E RESULTADOS: ANÁLISE DE EXPERIÊNCIA PRÁTICA COM ACELERADORA, INVESTIDOR E EMPRESÁRIO SOBRE O “QUANDO INVESTIR”	26
4.1. ANÁLISE DO PROCESSO DO PONTO DE VISTA DE UMA ACELERADORA	26
4.2. ANÁLISE DO PROCESSO DO PONTO DE VISTA DO INVESTIDOR	29
4.3. ANÁLISE DO PROCESSO DO PONTO DE VISTA DA <i>STARTUP</i>	34
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO AOS ENTREVISTADOS.....	43

1 INTRODUÇÃO

O mercado financeiro atual conta com uma série de atores que não se via há 25 anos. Atualmente, uma forma de empreender vem ganhando espaço e atenção dos tradicionais grupos de V.C (*venture capital*) ou “capital de risco”. Grandes e pequenos investidores, focados no mercado da inovação, fazem aportes nas chamadas “startups”, iniciativas empresariais que visam resolver problemas específicos em determinados segmentos através da inovação tecnológica, de forma escalável e repetível. Durante a década de 90, com o surgimento das empresas “.com”, começou-se a falar sobre um modelo empresarial focado em explorar novos horizontes, abertos e ampliados pelas tecnologias de informação, que se encontravam em franca ascensão.

No Brasil, a partir do início dos anos 2000 o modelo *startup* de negócio começa a aparecer com empresas como o BuscaPé (primeiro site brasileiro de comparação de preços no varejo e segundo no mundo, fundado por Romero Rodrigues, aluno da Universidade Politécnica de São Paulo, junto a outros três colegas de faculdade), porém ganha força cerca de dez anos depois, por volta de 2010, quando começam a surgir e se popularizar as aceleradoras (empresas que selecionam e investem em startups) e iniciativas como a *ABStartups* (Associação Brasileira de *Startups*), empresa com o título de associação e que tem o objetivo de concentrar informações e dados estatísticos sobre o atual ecossistema⁴ de empresas e investidores.

As *startups* passam por várias etapas de desenvolvimento até serem capitalizadas pelas “aceleradoras” ou pelos “investidores anjo”: capitalistas que enxergam naquela ideia ou produto de inovação um potencial de conquistar mercado e gerar lucro exponencial em relação ao capital investido. Durante o processo de avaliação da startup, os potenciais investidores analisam alguns fatores, os quais serão analisados ao longo do presente estudo.

Porém, em não raras ocasiões, *startups* com excelentes ideias e excelentes produtos, que recebem investimentos expressivos e condições de implantar seus objetos de negócio, fracassam. Segundo estudo realizado pela aceleradora *Startupfarm*, publicado na revista *Época Negócios*, no ano de 2016, 18% das startups fecham antes de completar dois anos, e 74% encerram suas atividades antes do quinto ano (*ÉPOCA NEGÓCIOS*, 2016).

Vivemos um ano atípico no presente 2020, em meio a dita crise pandêmica mundial do COVID-19 muitas Startups viram seus negócios seriamente ameaçados por serem diretamente

⁴ “Ecossistema” é o termo utilizado pelo segmento para referir-se ao ambiente e contexto onde se encontram todos os atores do universo da Startups.

afetados pela nova realidade imposta no momento, como a AirB&B⁵, ou então “explodirem” em crescimento, pois o produto que oferecem se tornou extremamente necessário, como foi o caso da Zoom, startup de videoconferências que viu seu faturamento crescer 169% durante o primeiro semestre de 2020 (FREITAS, 2020).

Portanto, a escolha do investimento se tornou ainda mais arriscada e relevante. De um lado estão as startups que foram seriamente impactadas pela crise comercial e de outro estão aquelas cuja demanda superou suas expectativas e agora precisarão se reorganizar de forma rápida, a fim de aproveitar a oportunidade de crescimento. Podemos afirmar que, no panorama atual, uma metodologia de análise capaz de selecionar o investimento mais rentável se faz, além de desejada, necessária ao investidor que anseia aproveitar as boas oportunidades do momento e mitigar os riscos tanto quanto possível.

Este trabalho busca evidenciar como a metodologia da ciência ontopsicológica pode colaborar de forma determinante com o investidor durante o seu processo de seleção de empresas nas quais investir, analisando a si mesmo em relação ao negócio, aos empreendedores que se posicionam à frente dessas empresas, e a viabilidade do negócio dentro da sua realidade.

Após termos contextualizado brevemente o cenário econômico em questão, abordando o universo das *startups* e seus conceitos principais, exploraremos alguns argumentos da Ontopsicologia acerca das três descobertas dessa ciência, do que é o Líder, quais suas características mais relevantes (segundo o escopo do presente estudo), além disso faremos uma análise de como elas situam-se e fazem realidade no indivíduo; abordaremos brevemente um dos instrumentos de intervenção da Ontopsicologia a fim de esclarecer sobre qual “linguagem” o técnico operador utilizará para estabelecer um parecer sobre reversibilidade entre realidade do projeto e realidade do empreendedor.

Por fim, se fará um estudo de caso com um empresário investidor, que dentre outras atividades trabalha com aportes financeiros em *startups*, e que conhece e se utiliza do método ontopsicológico no processo de escolha das empresas que decide investir e três entrevistas com empresários que estão à frente de uma *startup* e que passaram por um processo de seleção com o uso da metodologia ontopsicológica. Esta análise se fará através de uma pesquisa semiestruturada de perguntas abertas acerca do tema, com o escopo de colher como pode se dar, na prática, a utilização do método ontopsicológico para essa finalidade.

⁵AIRBnB, startup americana do ramo de aluguel de casas que, segundo a CCIFB (Câmara de Comércio Internacional França-Brasil), reduziu as suas despesas em cerca U\$800.000,00 e ainda tomou U\$ 1.000.000.000 em empréstimo nos últimos meses.

A motivação da escolha desse tema foi contribuir com a ampliação do acesso dos profissionais graduados no Bacharelado em Ontopsicologia ao mercado de trabalho, através da discussão da aplicação científica do método a uma realidade econômica contemporânea e que satisfaz uma demanda até agora não atendida de forma estruturada e eficiente

Este trabalho pretende apontar como a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos a receber aportes financeiros por parte de quem deseja investir o próprio capital com a vantagem de seguir um critério preciso de realidade, minimizando os riscos e potencializando as possibilidades de retorno sobre o investimento.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O MODELO “STARTUP”

Com o intuito de evidenciar os conceitos elementares do presente estudo é de suma importância compreender o que se entende por *startup*, e nessa linha, para André Telles e Carlos Matos, descrevem em seu livro “O Empreendedor viável”, uma startup é:

Um empreendimento resultante de um certo modelo de negócios inovador, escalável e flexível o suficiente para sofrer alterações durante o processo de desenvolvimento, lançamento e maturação do negócio, com grande investimento de capital humano e intelectual, equilibrando custos e resultados financeiros de modo a permitir o sucesso dos empreendedores. (TELLES, André; MATOS, Carlos, 2013 p..20)

Como modelo alternativo de negócio às empresas tradicionais, as startups surgiram no mercado, associadas a projetos cujos objetivos eram atender velhas e novas demandas de mercado, mas principalmente aquelas surgidas a partir dos anos 90, com os adventos da tecnologia. Com o desenvolvimento e popularização da internet, novos nichos de mercado e modelos de produto começaram a surgir e, junto com eles, o empreendedorismo digital. O desenvolvimento exponencial da tecnologia tornou possível não só a criação de novas automatizações e robotizações de tarefas como também a digitalização de relações de consumo, ambas inovações que abriram portas à criação de produtos (físicos ou virtuais) que podem ser reproduzidos em larga escala. Um novo modelo de negócio, associado à pesquisa, desenvolvimento e aplicação surgiu, com as mais variadas soluções.

“Startup” é, em essência, um modelo de financiamento onde o empreendedor tem uma ideia e para colocá-la em prática necessita de recursos financeiros dos quais não dispõem, então ele capta esses recursos de terceiros (anjos e aceleradoras) que aportam os recursos em troca de percentuais do negócio.

Alguns anos atrás, quando ainda não se falava neste modelo de negócio, o financiamento dos empreendedores acabava sendo realizado pelos familiares e amigos próximos. Atualmente, esse papel de “financiador” é atuado por investidores anjo e aceleradoras, cujos objetivos são obter lucro, pela distribuição de resultados ou pela venda das suas cotas de participação quando a empresa atingir um determinado patamar de valor de mercado.

Para se estabelecer, uma *startup* passa por diversas etapas antes de abordar o mercado. Segundo Gilberto Sarfati, professor na Fundação Getulio Vargas, as etapas são, grosso modo, as seguintes:

Os estágios de investimento relacionados à parte inicial da vida de uma startup são Ideação, Pré-Seed, Seed e Growth. À medida que a empresa evolui nos estágios de desenvolvimento, o grau de risco diminui, pois o negócio vai se provando economicamente viável.
(SARFATI, 2018, p. 14)

Ainda segundo Sarfati, essas são principais etapas para que a *startup* possa estar habilitada no que concerne ao fator investimento, a saber: *ideação*, fase em que o empreendedor precisa validar a idéia de negócio verificando se ela de fato resolve um problema dentro de um nicho de mercado; *pré-seed*, quando o empreendedor faz a prototipação da sua solução e a coloca em testes, verificando se a idéia funciona na prática ou se é necessário “pivotar” ou seja, modificar o produto e as vezes o próprio modelo de negócio. Nesta etapa o empreendedor constitui legalmente a empresa e entra formalmente no mercado; *Seed*, estágio em que a empresa começa a vender sua solução, conquistar clientela e estruturar-se fisicamente, contratando colaboradores; e *Growth* quando a empresa começa a crescer ganhando escala. Dependendo de qual estágio se encontra, o investidor tem maiores elementos para decidir se vai ou não investir o seu capital na empresa. No entanto, a cultura do investimento em relação às etapas das *startups* vem se modificando, junto com as evoluções do mercado, é o que afirma Sarfati:

Até cerca de três anos atrás, investidores-anjo e aceleradoras suportavam as fases de Ideação e *Pré-Seed*. No entanto, devido ao altíssimo risco desses estágios iniciais, os investidores profissionais moveram-se para a etapa *Seed*. Isso significa que os empreendedores nas fases de Ideação e de *Pré-Seed* são, hoje, suportados pelas incubadoras, geralmente ligadas a universidades e ao poder público local. No modelo brasileiro, as incubadoras não fazem investimento. Ao contrário, cobram para dar acesso aos serviços prestados. (SARFATI, 2018, p. 14)

Portanto, é preciso uma ideia que resolva um problema, essa ideia então tem de ser transformada em um modelo de negócio, um produto precisa ser desenvolvido e depois validado frente ao mercado. Vencidas estas etapas, é preciso escalar o negócio, replicá-lo. Podemos

também dizer que, quanto mais cedo o investidor “embarca” no negócio, maior é o risco, e, portanto, maior é o potencial de retorno.

2.2 O MERCADO DAS *STARTUPS*

O mercado brasileiro de inovação teve um crescimento expressivo nos últimos 5 anos. Segundo o artigo publicado pela ABstartups, de autoria da jornalista Ana Flavia Carrilo (2020), o número de startups mais do que triplicou, passando de 4.151 para 12.727 empresas mapeadas pelo banco de dados “*startupbase*”, um crescimento de 207% entre 2015 e 2019. Esse crescimento se deve ao aumento dos *hubs* de inovação (espaços que reúnem startups, investidores e parceiros, em um ambiente onde podem construir relações e impulsionar negócios) e parceiros de fomento (instituições privadas que criam espaços de incentivo a inovação e investem em startups). Em 2018, pela primeira vez uma startup brasileira recebeu a classificação de “Unicórnio” ao atingir a marca de U\$ 1.000.000.000,00 (um bilhão de dólares) em valor de mercado. Nesse mesmo ano, a ABstartups superou a marca de 10.000 startups registradas no banco de dados *startupbase*.

Entre o ano de 2015 e 2019 a taxa de crescimento anual do ecossistema de *startups* no Brasil foi de 26,75% (CARRILO, 2020) em número de *startups*, acumulando crescimento no período na ordem de 133,75%. A tendência de crescimento desse modelo de negócio é expressiva e, apesar dos percalços causados pela crise sanitária que vivemos, não houve um retrocesso, pelo contrário, o setor viu crescimento constante até agora.

O gráfico a seguir mostra a distribuição de dinheiro, através de aportes de investimento e aquisições em *startups* na América Latina, até o segundo semestre de 2018, segundo o LAVCA (Latin America Venture Capital Association⁶):

⁶ Associação Latino Americana de Capital de Risco.

Valor investido em startups na América Latina de jan/2017 a jun/2018



Este ano (2020) o LAVCA publicou seu relatório anual sobre investimentos em tecnologia na América Latina, considerando até o período de abril de 2020. Nele destaca que o total de investimentos multiplicou para US\$ 4,6 bilhões, e que o Brasil continua com a maior fatia, tendo recebido US\$ 2,49 bilhões, o que representa quase o dobro em relação a 2018. A título de comparação, o BNDES⁷ teve uma expressiva redução de desembolso em suas operações de financiamento em período similar: enquanto o valor investido em *Startups* por aceleradoras e investidores anjo cresceu 77,85% de 2018 a 2020, o valor desembolsado pelo BNDES para financiar empresas de MPMEs⁸ e grandes empresas, teve redução de 20,20%, entre 2018 e 2019, caindo de 69,3 bilhões (2018) para 55,3 bilhões (2019), segundo o site do BNDES⁹. Apesar de o BNDES operar um volume financeiro muito superior, tal movimento aponta uma forte tendência de crescimento do mercado de *Startups* em comparação com outros modelos de empreendimentos tradicionais que buscam financiamentos junto a instituições financeiras de fomento, como o BNDES.

⁷ Banco Nacional de Desenvolvimento

⁸ MPMEs: Sigla de "Micro, Pequenas e Médias Empresas"

⁹ <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/transparencia/estatisticas-desempenho>

Ou seja, o mercado das *startups* tem um alto potencial de crescimento em termos de valor econômico e números de *startups*, assim representa uma excelente, porém arriscada, oportunidade de investimento.

2.3 VALUATION: AS ABORDAGENS DE AVALIAÇÃO DE STARTUPS NO MERCADO

É natural que quando surge uma nova demanda, se utilize as ferramentas à disposição para atendê-la, até que se compreenda a sua natureza e novos instrumentos sejam criados. Com as *startups* não é diferente. Apesar de se tratar de um modelo econômico bastante diverso do tradicional, as ferramentas de análise utilizadas pelo mercado investidor são basicamente as mesmas utilizadas na velha economia.¹⁰

O mercado aplica as mais diversas técnicas de análise, contudo se apresenta, ao mesmo tempo, carente de metodologias objetivas e documentadas para análise, por exemplo, daquilo que se poderia chamar MVE (*Minimum Viable Entrepreneur*), termo cunhado pelos autores brasileiros André Telles e Carlos Matos em seu livro “O Empreendedor Viável”. Segundo Telles e Matos:

MVE: do inglês Minimum Viable Entrepreneur, (...) O MVE, grosso modo, compreende um perfil mínimo para que um empreendedor possa conduzir e gerenciar um negócio com boas possibilidades de sucesso ou o conjunto de características imprescindíveis para que qualquer empreendedor possa passar pelo crivo de investidores e também do mercado. (MATOS; TELES. 2013, p. 156.)

Para Teles e Matos, a pessoa por trás de uma ideia de empreendimento é tão ou mais relevante que a própria ideia em si, quando se trata do desenvolvimento do negócio e das suas possibilidades de sucesso como compreendido no universo das startups. (TELLES; MATOS, 2013)

Segundo o economista Aswath Damodaran, em seu livro “*Valuation – Como avaliar empresas e escolher as melhores ações*”, em se tratando de *valuation* muitos são os modelos, porém apenas duas são as abordagens:

No cômputo geral, há dezenas de modelos de avaliação, mas apenas duas abordagens de avaliação: intrínseca e relativa. Na avaliação intrínseca, partimos de uma

¹⁰ Termo utilizado para se dirigir as empresas constituídas no modelo econômico anterior ao movimento *startup*. Portanto, todas as empresas que não se enquadrem na definição de *Startup*.

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. Ativos com fluxos de caixa altos e estáveis devem valer mais que ativos com fluxos de caixa baixos e voláteis.

(...) Na avaliação relativa, estima-se o valor do ativo com base nos preços de mercado de ativos semelhantes. Assim, ao determinar quanto pagar por uma casa, verifica-se por quanto são vendidas casas semelhantes no bairro. Quando se trata de ações, compara-se seu preço ao de ações similares, geralmente em seu “grupo de pares”.

(...) A avaliação intrínseca oferece visão mais ampla dos fatores determinantes do valor de uma empresa ou ação, mas há ocasiões em que a avaliação relativa proporcionará estimativa mais realista do valor de mercado. Em geral, não há razão para escolher uma ou outra, pois nada impede que se adotem ambas as abordagens na avaliação do mesmo investimento. Na verdade, é possível melhorar as chances de sucesso investindo em ações subavaliadas sob os dois pontos de vista, intrínseco e relativo. (DAMODARAN, 2012, versão digital).

Portanto, essas duas avaliações denominadas intrínseca e relativa são as mais tradicionais para a aferição do valor da empresa. Ou seja, “*Valuation*” é o termo geralmente utilizado para um processo que consiste na análise do valor de um ativo de uma empresa, baseado na interpretação de informações sobre a atividade, situação patrimonial, fluxo de caixa, perfil de liderança, valor relativo de mercado etc.

Para falar sobre modelos de avaliação, tomamos como exemplo um trecho de um informativo institucional da *ACEstartups*, aceleradora que já foi eleita por três vezes como a melhor da América Latina, segundo a revista Exame:

“A ACE avalia uma composição de **negócio, funding, time, produto, tração e mercado** para tomar decisões de aporte, além da adequação do business à tese de investimento que acreditamos. Muitos destes crivos e critérios são compartilhados com os principais fundos de venture capital do País. (...)

(...) Sobre o **negócio**, observamos **indicadores financeiros como cap table, burn rate, runway** e demais métricas relacionadas a gestão e também **fundraising**. Podemos co-investir com outros players ou entrar em um round posterior. (Disponível em: <<https://acestartups.com.br/por-dentro-da-ace-startups-escolhendo-startups-para-investir/>> acesso em 07 out. 2020)

Segundo o autor “Negócio, funding (financiamento), time (equipe), produto, tração (operação em andamento) e mercado”, aqui vemos os pilares da avaliação segundo o processo da ACEstartups, pautado fortemente na análise de elementos intrínsecos ao negócio. Quanto a avaliação do time observa-se a experiência dos empreendedores, seu perfil e suas capacidades técnicas; em relação ao produto procuram entender a maturidade e o estágio em que está o desenvolvimento do produto; em se tratando da tração, os objetos de análise são a receita e o crescimento, realizado até o momento e qual a sua tendência a curto, médio e longo prazo; quando se trata de avaliar o mercado, a ACEstartups avalia o tamanho desse mercado, competição e cenário dos concorrentes.

Vale ressaltar que, em virtude da contemporaneidade do tema, é difícil estabelecer definições claras, objetivas e gerais sobre métodos e processos de avaliação de startups, uma vez que, além de diversos, são muito dinâmicos. Enquanto escrevemos este trabalho, novas realidades surgem nesse mercado e talvez não estejam aqui observadas. Contudo, o que podemos perceber é que, dos diversos modos de fazer, todos os elencados até agora tratam da análise (em parte subjetiva e em parte objetiva) de fatores intrínsecos dos negócios, e externos ao sujeito investidor.

2.4 A ONTOPSICOLOGIA

A Ontopsicologia é uma ciência interdisciplinar e epistêmica, que pode ser aplicada nos demais campos do conhecimento, inclusive na empresa, e na obra “Manual de Ontopsicologia” o Acadêmico Professor Antonio Meneghetti, formalizador e maior expoente da ciência ontopsicológica, traz em seu prefácio este trecho quando apresenta a ciência ao leitor:

A Ontopsicologia, conhecimento da psique ou inteligência coincidente com o ser das coisas, é elaborada no êxito clínico do desaparecimento da *noxa* patógena e na realização da pessoa segundo a objetiva intencionalidade do projeto de natureza concreta, tanto individual quanto sistêmico (economia, técnica e política).”(MENEGHETTI, 2010, p.13)

Ou seja, é possível conhecer o nexos causal de qualquer fenômeno humano, individualizar a relação causa-efeito e agir sobre essa relação em antecipação, a fim de modular o efeito de acordo com a intenção daquele que age sobre a sua causa. Nesse sentido vale ressaltar o que afirma Meneghetti:

Com o conhecimento ontopsicológico, um indivíduo, primeiramente, está em condições de compreender a totalidade da estrutura do próprio inconsciente, que é a maior parte do próprio quântico de inteligência, de vida. Em segundo lugar, pode conhecer os impulsos, as dinâmicas e os determinismos que o sujeito inconscientemente opera nas pessoas e com as pessoas que estão em seu ambiente. Enfim pode ter a sensibilidade acerca das interferências que as outras pessoas fazem em sua vida, na sua realidade em âmbito inconsciente. Portanto, pode conhecer as atividades, os módulos quânticos que opera ou sofre de modo inconsciente. Por meio da instrumentação ontopsicológica um operador pode conhecer a ordem-base, a *arché* formal e dinâmica de todo o inconsciente e de todo o ambiente em que vive. O problema é que, ainda que o ser humano não compreenda a dinâmica formal dos eventos, é obrigado a vivê-los como efeito. Que tipo de realidade transmite a quem está próximo, à pessoa com quem trata um negócio ou trabalha ou tem uma relação de *feeling*? Qual é a realidade que o outro transmite a ele? Ou a conhece e a controla ou, se não a conhece, inevitavelmente, a sofre. Sobretudo, pode-se isolar a intuição da escolha mestra. (MENEGHETTI, 2013, p. 37)

A Ontopsicologia traz um contributo de complementariedade à aplicação de qualquer ciência, por se tratar de um conhecimento que possibilita ao sujeito operador de determinada situação (seja em pesquisa científica, desenvolvimento econômico, relações humanas, etc.) agir sobre os dados precisos da realidade daquele evento, e ser, portanto, um operador do real, capaz de gerar e entregar resultados concretos e reversíveis com a realidade.

Em outras palavras, o técnico que aplica o método ontopsicológico com precisão é capaz de ler a realidade de uma determinada situação e antecipar seus fenômenos. Tal leitura é possível pois a Ontopsicologia descreveu e decodificou o código-base, segundo o qual a vida comunica ao interno das suas individuações (MENEGHETTI, 2010). Essa informação derivada da natureza, se bem compreendida, pode ser aplicada *in progress* em todos os campos da vida humana.

No que concerne às aplicações da Ontopsicologia, em especial na esfera empresarial, o autor afirma:

Hoje, aplicando na consultoria empresarial a estratégia ontopsicológica, *avaliando e verificando a sinalética semântica e onírica* por como exposta pela fenomenologia do inconsciente segundo os vetores do Eso, e sabendo distingui-las das interferências do monitor de deflexão, não somente se tem a exatidão dos dados, a projeção da recuperação ou de investimento, mas também a infalibilidade dos efeitos projetados (se o Eu se homologa voluntariamente ao quanto indicado pelo Eso). Em caso contrário, não obstante o apoio de experiências, estatísticas, apoios políticos e bancários, indiscutíveis confianças familiares, heranças próximas etc., a depauperação e falência do negócio já é certa.

O profissionalismo de saber ler a fenomenologia do Eso dá o parâmetro certo de êxito ou não.” (MENEGHETTI, 2013, p. 90-91)

Podemos afirmar que, no âmbito econômico, a possibilidade da exatidão sobre o investimento não só existe como pode ser obtida através da aplicação precisa do método ontopsicológico. Para tal o autor se refere a alguns conceitos (sinalética onírica e sinalética semântica) e as três descobertas da Ontopsicologia: Eso (Em si ôntico), Campo semântico e Monitor de deflexão. A seguir serão analisados mais detidamente esses pontos.

2.5 AS TRÊS DESCOBERTAS

A Ontopsicologia, enquanto ciência, aporta ao conjunto do conhecimento humano, três descobertas que se provaram fundamentais na compreensão integral do homem, pois quando vistas como chaves de leitura dos fenômenos humanos, permitem uma análise precisa, em reversibilidade com o real.

A primeira descoberta, em ordem cronológica, foi o campo semântico. Segundo Meneghetti:

O campo semântico é qualquer mediação de informação: *é um transdutor de informação*. O contexto em que a informação acontece é um campo. Determinado um campo (uma gestalt, um conjunto), verificam-se algumas operações, que implicam algumas formas que se evidenciam segundo o modo no qual a energia se exprime. O campo semântico é *um transdutor informático sem deslocamento de energia*: transmite uma informação, uma imagem, um código que, quando chega, estrutura em emoção qualquer coisa vivente, ou organizada em vida, comportando uma variante psicoemotiva orgânica. Quando a informação transmitida chega sobre a unidade de ação receptora, a energia do receptor muda, formaliza-se em consequência da informação sofrida. “Transdução informática” significa que o *módulo dá a forma de passagem da energia*, não dá a passagem de energia. (MENEGETTI, 2010, p.39-40)

Ou seja, o campo semântico é a via por onde transita a informação. Por meio dele é possível ter contato direto com a realidade do aqui e agora, sem a mediação de sistemas de signos como a linguagem verbal, por exemplo. É através, principalmente, do campo semântico que é possível ter contato direto com o Em si ôntico de outra individuação. Ou seja, é possível colher a informação de natureza das demais individuações e o seu contexto.

Antonio Meneghetti, teve como sua segunda principal descoberta, o Em si ôntico, que é fundamental para a ciência ontopsicológica, e assim o descreve:

O Em Si ôntico é o critério elementar, o iso que dá o iso a todos os comportamentos psicorgânicos. “Iso”, do grego, significa “igual”. A longa indagação, feita de diversas óticas, consentiu – dentro da Escola Ontopsicológica – individuar o critério de sanidade, da vida, que é igual seja para a célula, seja para a estrutura orgânica, seja para o organismico, seja para os comportamentos cerebrais, seja para a fantasia etc.: para qualquer comportamento humano, o iso é o mesmo. Este critério base é igual para todos, mas se especifica diversamente em cada indivíduo. Os modos de aplicação definem-se historicamente, na ecceidade do acontecimento. Cada diversidade (nascer na Rússia, na Itália, no Brasil, com um tipo de lugar, ter um tipo de mãe, de pai, de amigos etc.) cria uma variante nos modos do iso, que individua um Em Si ôntico ecceico. A dificuldade está em aprender a ecceidade do Em Si ôntico naquele momento. Essa ecceidade varia a cada situação em cada um de nós. (MENEGETTI, 2010, p. 151)

Para a Ontopsicologia, o Em si ôntico é o critério de natureza do humano. Ele é a realidade do sujeito e se manifesta sempre em ecceidade, ou seja, no aqui, agora e assim. Esse critério aponta a realidade do sujeito e do seu ambiente circunstante, se seguido corretamente, leva sempre à escolha ótima do sujeito.

Porém, quase sempre, não é com base a ele que o sujeito administra a própria existência. Na consciência ocorre a projeção de uma imagem distorcida, projetada por um mecanismo psicoplástico chamado Monitor de deflexão. Este mecanismo desvia as pulsões projetadas pelo Em Si ôntico (através de imagens, na forma de instintos) e induz à consciência um panorama equivocado sobre a realidade que ela presencia.

O Monitor de Deflexão, foi descoberto durante a prática clínica do Prof. Meneghetti, que assim o definiu:

No interior da operacionalidade psíquica, antes do plano definido racional, a Escola Ontopsicológica evidenciou um estabilizador obsessivo que determina o universal da psicopatologia no interior e no exterior do sujeito: o monitor de deflexão. (...) O Monitor de deflexão (ou grelha de deformação) é um dispositivo psicodélico que deforma as projeções do real à imagem. Em vez de repetir a imagem referente ao objeto, altera qualquer sinal que reflete o real segundo um programa prefixado. Em vez de projetar especularmente (refletir), desvia segundo uma temática imposta no receptor (deflete).

“Monitor” é uma palavra que deriva do Latim *moneo* que quer dizer “que sugere, que corrige, que censura, que notifica”.

“Deflexão” deriva do latim *deflecto*, que significa “desviar, mudar estrada, dirigir-se para outro lugar”. (MENEGHETTI, 2010, p. 172)

O monitor de deflexão distorce as pulsões do Em Si, tornando o sujeito incapaz de entrar em contato com a própria realidade, e, portanto, incapaz também de compreender a realidade que o cerca, daí o conceito de esquizofrenia, segundo a Ontopsicologia:

(...) Em Ontopsicologia, distinguem-se duas formas de esquizofrenia: patológica e existencial.

- 1) A primeira é toda a fenomenologia segundo a verificação psiquiátrica e psicológica;
- 2) A segunda é própria da consciência aporética da cultura humana: a mente não sabe o que é, o porquê do próprio ser, de onde vem e para onde vai. A mente se encontra dividida da razão do ser por causa da interferência do monitor de deflexão prevaiente. (MENEGHETTI, 2012, p. 98)

Ou seja, para Ontopsicologia existem duas formas de esquizofrenia, a primeira é como descrita pela psiquiatria. Na segunda, a existencial, o sujeito não se encontra capaz de colher os dados precisos da realidade, não tem capacidade naquele momento de escolher de acordo com aquilo que é e ser bem sucedido naquilo que empreende, seja um negócio ou simplesmente a gestão da própria vida.

Dessa forma, com base nas três descobertas da Ontopsicologia é possível afirmar que existe uma informação de natureza (Em si ôntico), uma via de comunicação natural dessa informação (Campo semântico), e que se colhida pode levar o indivíduo à escolha ótima para si mesmo. E há um desviante dessa informação natural, que é o Monitor de deflexão e que leva à incompreensão do indivíduo em face das informações naturais. Portanto através do método ontopsicológico de análise é possível saber se aquele projeto de empresa, aquele negócio, existe para aquele sujeito que o propõem e faz identidade com o seu Em Si Ôntico; é possível distinguir as informações e as imagens que modulam a sua atividade psíquica e é possível saber

quando o sujeito está sob interferência do monitor de deflexão a ponto de comprometer o projeto no qual está envolvido.

2.6 O LÍDER NA VISÃO ONTOPSICOLÓGICA

Segundo Antonio Meneghetti, autor da obra “Psicologia do Líder”, o líder é aquele que através do próprio egoísmo, realiza também o interesse público. Líder indica a pessoa que dá a direção, que controla as operações. O autor define:

Substancialmente, o líder é um hierarca de funções: constrói essas funções, controla-as, desenvolve-as, dirige-as sempre com referência a um escopo definido. Centro operativo não significa que é um indivíduo que se coloca sobre os outros e comanda; essa é uma projeção infantil. O líder é alguém que constrói a função, repara-a quando necessário e aperfeiçoa-a, portanto, é um artesão. É alguém que sabe fazer a relação com vantagem, com ganho. É um vetor proporcional de diversos pontos-força. *É uma pessoa que, estabelecido um escopo, busca e cria os meios e as pessoas funcionais ao escopo. (...)* (MENEGHETTI, 2013, p. 22)

Observando a definição de líder, segundo a Ontopsicologia, podemos encontrar elementos substanciais sobre aquilo que poderíamos buscar ao avaliar o empreendedor. Um determinado modelo de atitude e impostação que resultam em providência de sucesso para o negócio e para o contexto no qual está inserido.

Além disso o líder dá unidade à empresa em que está à frente, pois as suas ações refletem diretamente nas atividades da empresa e dos indivíduos que a compõe, nesse sentido Meneghetti afirma:

O líder é o centro operativo de diversas relações e funções, é aquele que sabe individuar proporção de como se movem as relações da vida e saber aplicar, situação a situação, a fórmula justa para resolver e realizar econômica, política. (MENEGHETTI, 2012, p. 150)

Um líder, enquanto empreendedor, cria e administra relações em função de um escopo, pelo qual provê meios e pessoas funcionais, capazes de serem válidos colaboradores de um projeto. O líder tem uma determinada formação cultural e sobretudo um estilo de vida característico que, associado a vários outros fatores, lhe confere a possibilidade da exatidão racional sobre a intuição.

Dessa forma, o líder é a figura fundamental para o sucesso de uma organização, e é constatável, que as grandes empresas, bem sucedidas, sempre tiveram uma mente líderística como sustentáculo. Portanto, o líder enquanto empresário, em conjunto com as demais variáveis internas e externas do negócio é o que possibilita o sucesso da empresa, e para o investidor, é necessário avaliar todas essas condições na figura de liderança que o empreendedor representa.

2.7 COMO A ONTOPSICOLOGIA PODE AJUDAR O INVESTIDOR

O líder, em qualquer seara que atue, seja como empresário, investidor ou em qualquer outra posição, atua diariamente em diversas problemáticas e relações no seu cotidiano, que demandam uma atenção acurada, pois caso não sejam bem executadas podem custar muito em diversos campos, principalmente no âmbito empresarial. Caso o líder atente-se somente aos aspectos fenomenológicos de si e do seu ambiente circunstante, conseguirá compreender até certo ponto, porém para compreender a totalidade da sua existência é preciso chegar às causas dos fenômenos.

A ciência ontopsicológica é capaz de contribuir muito para que o investidor possa chegar ao sucesso, na medida em que estuda e evidencia as causas dos fenômenos na atividade psíquica, a realidade das relações e interferências incidentes no projeto do indivíduo, nesse sentido Meneghetti afirma:

Com o conhecimento ontopsicológico, um indivíduo, primeiramente, está em condições de compreender a totalidade da estrutura do próprio inconsciente, que é a maior parte do próprio quântico de inteligência, de vida. Em segundo lugar, pode conhecer os impulsos, as dinâmicas e os determinismos que o sujeito inconscientemente opera nas pessoas e com as pessoas que estão em seu ambiente. Enfim pode ter a sensibilidade acerca das interferências que as outras pessoas fazem em sua vida, na sua realidade em âmbito inconsciente. Portanto, pode conhecer as atividades, os módulos quânticos que opera ou sofre de modo inconsciente (MENEGETTI, 2008, p. 37).

Desta feita, o investidor, com a Ontopsicologia, tem uma ferramenta muito funcional à sua disposição para compreender mais de si e das suas relações. Isso desde a esfera individual até o aspecto social. “O discurso dos determinantes psíquicos inconscientes não é limitado exclusivamente ao âmbito microscópico do mundo individual, mas também aos fenômenos microscópicos sociais.” (MENEGETTI, 2008, p. 37). Dessa maneira, os fenômenos econômicos, possuem sempre uma causa (positiva ou negativa) na esfera interior, psicológica do indivíduo.

Qualquer erro econômico ou de relação é sempre dependente de uma situação diádica no interior do indivíduo, que se desenvolve no setor afetivo e dos colaboradores e, enfim, explode no setor econômico. O fato de ter sucesso ou errar é sempre uma fenomenologia da causalidade interna da estrutura do businessman, (MENEGETTI, 2008, p. 37)

A ciência ontopsicológica, após anos de estudo e experiência prática com muitos líderes, empresários, dirigentes, etc. analisou que “Para ser um dirigente eficaz, um indivíduo deve ter uma proporção entre quatro dimensões: 1) a esfera individual pessoal; 2) a esfera familiar,

portanto afetiva; esfera dos colaboradores; 4) setor social.” (MENEGHETTI, 2008, p. 39). Logo, para ser um empresário líder, o indivíduo não deve tão somente se preocupar com os aspectos do seu negócio, pois em muitos casos os problemas empresariais advêm da esfera individual pessoal e afetiva.

A esfera individual pessoal compreende o sujeito em sentido físico, absoluto de existência. A esfera afetiva é constituída pelo ambiente de referência emotiva, sexual, de amor: as referências de valor absoluto. A esfera dos colaboradores compreende as pessoas físicas por meio das quais o líder opera: os mediadores de atividade econômica, legal, etc. Enfim, temos a esfera social, da atividade no mundo dos negócios, do ambiente, da explícita atividade econômica: relações, diplomacia e todo o vasto mundo que a arte do líder compreende. (MENEGHETTI, 2008, p. 39).

Em todas essas esferas o líder deve estar atento, e a metodologia ontopsicológica com base nas suas três principais descobertas, já mencionadas Em Si ôntico, Campo semântico e Monitor de deflexão, investiga através dos processos psíquicos do indivíduo como estão cada uma dessas esferas. “A Ontopsicologia reencontrou o modo como a natureza escreve, faz o projeto e a projeção da reflexão do fato, os percursos de atividade e informação que a natureza usa no interior das próprias individuações” (MENEGHETTI, 2008, p. 37). Ou seja, a partir da própria informação de natureza do sujeito é possível compreender toda a sua realidade existencial.

Por meio da instrumentação ontopsicológica um operador pode conhecer a ordem-base, a arché formal e dinâmica de todo o inconsciente e de todo o ambiente em que vive. O problema é que, ainda que o ser humano não compreenda a dinâmica formal dos eventos, é obrigado a vive-los como efeito (MENEGHETTI, 2008, p. 37)

A Ontopsicologia, em primeira pessoa e/ou com o auxílio de um técnico pode ajudar o líder em todos os campos da sua vida, e principalmente no aspecto do seu negócio e nas suas relações empresariais, obviamente que trabalha o ser humano na sua globalidade, porém, traz uma chave de compreensão da própria vida, e, por consequência, dos empreendimentos em que participa.

2.8 CONSULTORIA ONTOPSICOLÓGICA EMPRESARIAL E ANÁLISE ONÍRICA

Um dos instrumentos de intervenção da Ontopsicologia é a consultoria em âmbito empresarial. Consiste na demonstração de como a ciência pode ser utilizada para auxiliar o líder em âmbito operativo. A dinâmica desse instrumento propõe duas linhas de operação, de um lado *examina os fatores externos* e de outro *centra a intervenção na pessoa do Líder*, como afirma Meneghetti (MENEGHETTI, 2013).

Externamente, a consultoria intervém sobre fatores organizacionais instrumentais, tais como recursos humanos, produção, administrativo, comercial, logístico etc. E restitui a funcionalidade à máquina empresarial.

Na pessoa do Líder, a consultoria busca verificar se as ações e intenções do dirigente são funcionais ou não ao escopo da empresa, ao ganho. Portanto trata-se de “*analisar se ele é completamente funcional e se a sua estrutura de inteligência é capaz de vencer.*” (MENEGHETTI, 2010, p. 331).

Sobre os aspectos específicos da aplicação ontopsicológica, o autor define:

Os aspectos específicos da aplicação ontopsicológica à consultoria do líder e competência da empresa consistem em:

1) Individuar a posição causal e operativa do líder, enquanto cérebro de toda a empresa, partindo do seu interior como Eu, monitor de deflexão, inconsciente, complexos, memes, influxo semântico e Em Si ôntico. Com essa supervisão obtém-se, com exatidão, a causalidade capaz ou não do cérebro responsável da empresa. Em caso de erro, são dadas diretivas concretas para atualizar a empresa em eficiência aberta.

2) Evidenciar e configurar as coordenadas históricas da intuição de modo constante. A formação da empresa ou os vários tipos de atividade inerentes à estrutura do *manager* líder (bancária, *marketing*, administração, fisco, planejamentos, informática, sindicatos, estoque de materiais e reserva de mercado) é remetida aos conselhos e prestações clássicas das várias instituições estatais e privadas.

No empreendedor, o Em si ôntico explicita as categorias operativas ao momento (pessoas, gestão, meios, burocracia, etc.), explicita a gestão que o empreendedor age de fato, fornece seus valores, e segundo esses, dá as causas e indica com exatidão os módulos de mudança e de intervenção para sanar ou crescer. (MENEGHETTI, 2010, p. 331-332)

Em âmbito externo, a Consultoria Ontopsicológica propõe, metodologicamente, vários pontos de análise do negócio, segundo seus meios e o mercado em que se insere, dessa forma, aplicando-o sobre a empresa já é possível estabelecer um critério de análise acerca das potencialidades da *startup* como modelo de negócio. Em nível interno, a consultoria Ontopsicológica se interessa pela capacidade criativa do Líder.

Desta feita, através da Ontopsicologia é possível individuar e analisar os vetores da intencionalidade que põem a dinâmica sobre a qual se estrutura a empresa e qual a reversibilidade entre a realidade da empresa e a realidade do investidor. A partir daí é possível inferir quais projetos podem auferir ganho para o investidor e quais não. A análise dessa vetorialidade são dados de informação objetiva, externa ao investidor, mas que depois constituem-se como elementos de realidade na relação entre investidor e empresa. O método diagnóstico da Ontopsicologia pode ser utilizado como ferramenta no processo de avaliação da oportunidade de negócio para o investidor, analisando objetivamente os gestores do projeto e a própria realidade do investidor em relação com o objeto de negócio.

E em conjunto com esse instrumento de intervenção é de suma importância a análise das imagens, em especial, o sonho. Segundo Meneghetti (2010, p. 296) “o sonho é o espelho holístico da atividade orgânico funcional do nosso existir”. Ou seja, a partir da análise onírica é possível compreender a realidade existencial do indivíduo, e documentar todo o processo no seu exposto químico-fisiológico, e, sobretudo a ligação formal da causalidade ao próprio efeito ou fenômeno.

A atividade onírica é o exposto contínuo das variáveis do sujeito nos seus interesses fundamentais. O sonho é uma subatividade da consciência. Também neste momento a atividade onírica está em ação, só que é inconsciente. Basta também um segundo para ter uma imagem onírica, da qual podemos ter uma informação completa, como para um bom cirurgião é necessária apenas uma radiografia para saber a situação dos órgãos internos do corpo. (MENEGETTI, 2013, p. 43).

Dessa forma, para o processo de decisão sobre o investimento em uma *startup*, em que se analisa o líder e o seu potencial de sucesso, a análise onírica contribui para a compreensão da situação real do indivíduo em relação à empresa. Toda a fenomenologia já analisada no método tradicional através do *valuation*, pode ser mais bem compreendida e validada com a análise da atividade onírica. “O núcleo de atividade e de interpretação de qualquer fenômeno está dentro do sujeito” (MENEGETTI, 2013, p. 43).

O sonho é o código que documenta a realidade físico-orgânica e histórica do sujeito, com a sua linguagem própria, não sendo determinada pelo aspecto cultural de determinada sociedade, mas sim pela própria identidade biológica do ser humano.

Se a nossa unidade de ação, a nossa realidade existencial física escreve, faz projetos reais, toda a nossa capacidade consciente cientificamente deve saber ler estes projetos, porque, do contrário, permanece paralisada [...] Portanto, é importante colher o código de interpretação dos sinais oníricos (MENEGETTI, 2013, p. 43)

Desse modo, é indispensável uma pessoa capaz de ler esse código, para que se possa ter um diagnóstico exato acerca da realidade individual analisada, nesse caso um Ontopsicólogo. Este técnico, quando bem preparado, analisa o sonho como uma espécie de *biópsia histológica* da existência do sujeito e seu ambiente circunstante (MENEGETTI, 2010). Logo, para a análise da viabilidade de um negócio na personificação do líder, com a utilização da metodologia ontopsicológica, o sonho é uma grande ferramenta, uma vez que aponta quais fatores compõem a realidade do sujeito naquele momento.

No contexto do presente trabalho, na maioria das vezes o investidor não será um técnico ontopsicólogo, para fazer com precisão a análise dos sonhos dos sócios e líderes da empresa que irá investir. No entanto, é possível se utilizar de um técnico para esse fim, inclusive, no

caso específico que será avaliado no item n. 4 deste trabalho, o investidor, se serviu de um técnico, contratando-o para que realizasse um diagnóstico baseado na análise onírica dele próprio (investidor) e dos empreendedores da startup em questão, para ter mais elementos no seu processo decisório.

No intuito de dar maior concretude ao presente argumento, foi realizado um estudo de caso, entrevistando um empresário que atua como investidor em *startups* e que detém conhecimento ontopsicológico, se utilizando dos conceitos e ferramentas mencionados, na prática e três empresários que estão à frente de uma empresa *startup* e que passaram pelo processo de seleção do investidor que utiliza o método ontopsicológico de diagnose. A análise do caso busca evidenciar como a Ontopsicologia, em uma de suas aplicações, pode contribuir para a seleção e aferição de possíveis investimentos nessa modalidade empresarial.

3 METODOLOGIA

A estratégia de pesquisa utilizada no presente trabalho foi a do estudo de caso, que consiste em um método de pesquisa estruturado, e que pode ser aplicado em diversas pesquisas para contribuir com o conhecimento dos fenômenos individuais ou grupais. Trata-se de uma pesquisa empírica, que investiga fenômenos contemporâneos dentro de um contexto de vida real, utilizado para evidenciar os limites e características entre fenômeno e contexto (YIN, 2001).

Além disso, utilizou-se como complemento à metodologia a pesquisa bibliográfica como alicerce teórico e embasamento do conteúdo. Gil (2007) entende que a pesquisa bibliográfica busca a resolução ou embasamento por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica.

Em razão de tratar-se de uma pesquisa de cunho exploratório a análise dos dados merece uma abordagem qualitativa. Nesse sentido, Godoy afirma:

Quando estamos lidando com problemas pouco conhecidos e a pesquisa é de cunho exploratório, este tipo de investigação parece ser o mais adequado. Quando o estudo é de caráter descritivo e o que se busca é o entendimento do fenômeno como um todo, na sua complexidade, é possível que uma análise qualitativa seja a mais indicada. Ainda quando a nossa preocupação for a compreensão da teia de relações sociais e culturais que se estabelecem no interior das organizações, o trabalho qualitativo pode oferecer interessantes e relevantes dados. Nesse sentido, a opção pela metodologia

qualitativa se faz após a definição do problema e do estabelecimento dos objetivos da pesquisa que se quer realizar (GODOY, 1995, p. 63).

Nessa modalidade de abordagem há uma interação dinâmica e direta “entre o mundo real e o sujeito, isto é um vínculo indissociável do mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzida em números” (SILVA; MENEZES, 2005, p. 20). Justamente pelo fato do tema e objetivos do trabalho estarem relacionados à seleção de uma *startup* para receber aportes de investimento, a verificação da importância do líder nesse processo deve ser analisada de modo qualitativo.

Após as definições do tema, objetivos, geral e específicos, de pesquisa e abordagem, a estratégia de pesquisa do estudo de caso possui algumas etapas e características próprias com o intuito de chegar ao melhor resultado do estudo. Essas etapas são: delineamento da pesquisa; desenho da pesquisa; preparação e coleta de dados; análise do caso ou casos e elaboração de relatórios.

Na primeira etapa, que é o delineamento de pesquisa, foi definido o tema que é a seleção de investimentos para *startups* e a consultoria empresarial ontopsicológica, o que possibilitou a pesquisa bibliográfica relacionada. O objetivo geral do presente estudo é apontar como a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial *startups*, complementado pelos seguintes objetivos específicos: analisar o que são *startups* e a forma tradicional do *valuation* dessas empresas, evidenciar a teoria ontopsicológica e seus principais aspectos no âmbito empresarial; analisar um caso prático com um empresário investidor que se utiliza do método ontopsicológico. Por fim a pesquisa se elucida através do problema de pesquisa: “*Como a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial startups?*” o qual é respondido, no entendimento do autor, ao longo do trabalho.

O desenho da pesquisa se deu através da proposição de que o líder é fundamental para a empresa (MENEGHETTI, 2008). Nesse sentido, a criação, desenvolvimento, sucesso, insucesso e perspectivas de futuro da empresa, são completamente influenciadas pela figura de liderança que a conduz. A partir dessa proposição, é possível investigar a influência do líder como elemento para o *valuation* das empresas, em especial as *startups*, e para tanto, foi identificado um investidor, denominado “A”, que constantemente investe em *startups*, possui uma vasta experiência empresarial em primeira pessoa, e é profundo conhecedor do método ontopsicológico, o qual demonstrou interesse e disponibilidade para a realização da pesquisa. Além disso também foram entrevistados três empresários, sócios-proprietários, de uma *startup*

do ramo de gestão de satisfação dos clientes, e que para conseguir investimento passaram por um processo de avaliação com o uso da metodologia ontopsicológica. O roteiro das entrevistas foi composto de perguntas abertas e dado aos entrevistados a possibilidade de discorrer livremente sobre o conteúdo das perguntas.

4. DISCUSSÕES E RESULTADOS: ANÁLISE DE EXPERIÊNCIA PRÁTICA COM ACELERADORA, INVESTIDOR E EMPRESÁRIO SOBRE O “QUANDO INVESTIR”

O intuito do presente item é analisar, na prática, algumas características do processo de escolha para o investimento em *startups*, faremos isso primeiro analisando o processo de seleção aplicado por uma aceleradora aqui referida como “V”, por meio de uma entrevista com seu gestor, o empresário “S” e que não se utiliza do método ontopsicológico. Depois, faremos a análise por meio de um profissional que é atuante no segmento de investimentos em *startups* e que conhece os pormenores da análise ontopsicológica, tendo formação nessa área do conhecimento e por se servir de um consultor ontopsicólogo em alguns dos seus processos de escolha. O investidor entrevistado, denominado “A.” é empresário e investidor, que frequentemente investe em *startups*. Obviamente, que existe uma série de propostas e projetos que surgem para sua avaliação, no entanto, não é viável fática e economicamente investir em todos os projetos. Portanto, é preciso escolher, e evidentemente selecionar bem as *startups* que decide investir, e nesse sentido a entrevista realizada se pauta nesse processo de escolha e na experiência desse profissional.

Posteriormente serão analisadas as experiências de três empresários, denominados “J.”, “C.” e “E.” que são sócios proprietários de uma *startup*, denominada “P.” atuante no setor de gestão de satisfação do cliente. Essa experiência consiste no processo de seleção para investimento em que foram utilizados os instrumentos e ferramentas da ciência ontopsicológica.

4.1. ANÁLISE DO PROCESSO DO PONTO DE VISTA DE UMA ACELERADORA

No intuito de dar maior concretude ao processo histórico das *startups* e o seu funcionamento, é importante destacar o papel do *venture capital*¹¹ e o seu contexto em relação as *startups*, com o enfoque nas chamadas “aceleradoras”. Atualmente existe uma gama de empresas que trabalham nesse cenário em que colocam em contato *startups* disponíveis a

¹¹ “Venture Capital” é o termo utilizado para se referir ao capital investido em negócios que representam alto risco, geralmente empresas em fase embrionária ou com alguma dificuldade financeira. Também é chamado de “capital de risco”.

receber aportes financeiros com os investidores propriamente ditos, como já mencionado, acelerando o crescimento desses empreendimentos.

Dessa forma, o pesquisador autor do presente trabalho entrevistou o empresário gestor de uma aceleradora brasileira consolidada, a qual iremos nos referir por “V”. e que é uma das pioneiras nesse mercado no Brasil. O empresário, denominado no presente estudo, “S”, trouxe um pouco da história da fundação dessa empresa, que iniciou, ela própria, como uma *startup*, e da metodologia utilizada nas seleções das *startups* que na sua avaliação estão aptas a receber investimentos.

O empresário S. antes de adentrar no mercado das *startups* propriamente dito, atuava como consultor no ramo de pequenas empresas, em diversos projetos, inclusive em parceria com o SEBRAE, e naturalmente, por vocação, gostava e queria ajudar essas pequenas empresas, que não eram necessariamente *startups* à época, a se desenvolver e a crescer, nesse sentido elucidada:

(...) eu via que esses aqui eu gostaria de ajudar, esses empreendedores eu gostaria de ter um trabalho mais próximo e, quem sabe, mais do que ser um consultor, poder fazer parte desse negócio, ganhar junto, tá? Então isso veio me motivando e já lá em 2008 eu acabei criando uma outra empresa de consultoria, junto com um sócio e tinha então alguns projetos de alavancagem de pequenas empresas de base tecnológica, onde tinha essa lógica de se tentar participar junto do resultado etc. e tal. Mas a gente acabava sendo uma empresa de consultoria, a gente não conseguiu sair do modelo de consultoria.

Como relatado, intuitivamente visualizou que o seu trabalho já não era o que lhe trazia mais satisfação, gostaria de ajudar mais essas empresas a se desenvolverem, de forma ativa, de forma que pudesse trazer mais resultados, e então começou a buscar e estudar o mercado do *venture capital*: “Final de 2012, ou melhor, no começo de 2012 eu vi... Na verdade, eu me dei conta que eu não estava seguindo no meu propósito, que era esse de realmente participar junto do resultado. E comecei, já tinha ouvido falar [...] do mundo do *venture capital* e não conhecia, não estava inserido nele. Tinha contato com *startups*, com incubadoras, com parque tecnológico, mas como consultor.”

O empresário participou de alguns eventos, estudou mais sobre o assunto e constatou o seguinte: “E aí eu comecei a ver e não tinha ninguém. Na verdade, para ser realista, não existia nenhuma aceleradora de São Paulo para baixo. Aí a veia empreendedora fala mais forte. Se não tem, vamos criar, né? Então a gente acabou - eu acabei - idealizando o que seria a V. Aceleradora.” Em um primeiro momento o empresário S. para validar e desenvolver a sua própria *startup*, se utilizou da bagagem de conhecimentos e contatos que possuía na sua atividade como consultor, o que foi muito importante para o início da V., é o que relata:

Então, aproveitei o nome do projeto, montei o meu MVP do que seria aceleradora, apresentei para um grupo de amigos e conhecidos, redes de pessoas que eu imaginava que poderiam ter interesses em ser investidores, porque precisava primeiro avaliar "será que tem investidor disposto a botar dinheiro pra investir em startup?". Isso tô falando de 2012, finalzinho de 2012. Então, apresentei para algumas pessoas e o interessante é que a resposta foi muito rápida.

E assim nasce V. uma consolidada aceleradora do Brasil, atualmente tendo acelerado e/ou investido em 53 *startups*, realizou até agora 3 *exit's*¹² (apresentando até agora um *exit* a cada 17, 6 empresas investidas) e atua não só como aceleradora e investidora, mas também promovendo eventos que aproximam investidores anjos de *startups* candidatas. Obviamente que surgem diversos empreendedores interessados em fazer parte desse processo, o qual infelizmente não pode abarcar todas as propostas, então é necessário realizar um processo seletivo, buscando uma maior efetividade para os futuros investimentos. Sobre esse processo S. afirma o seguinte:

O pessoal se inscreve, faz uma avaliação - uma triagem - dos projetos, e a gente tem uma etapa que a gente chama de "warmup". E depois a gente tem a fase da aceleração propriamente dita, que é o "go hard". Na verdade, são os dois processos principais que a gente tem desde aquela época, desde o primeiro projeto em 2013.
 [...]
 Então, sem entrar muito no detalhe ainda, na essência o que a gente coloca é a... Faz uma triagem, seleciona eles - em torno de vinte, vinte cinco, startups - pra uma warmup, e a gente acompanha eles por um mês e meio, dois meses, testando eles na prática - como é que eles respondem à alguns desafios que nós damos pra eles. E, no final do processo, a gente seleciona quatro, cinco, que efetivamente vão ser investidos.

Logo, as *startups* são amplamente avaliadas e analisadas para que possam demonstrar o mínimo de viabilidade para que os investimentos possam ser realizados, eis que a própria credibilidade da V., que também é uma empresa, estaria comprometida, pois os investidores, obviamente, querem que as empresas que eventualmente possam ser selecionadas, tenham o mínimo de possibilidade de êxito, para que aconteça o crescimento do capital investido. Por isso há esse processo seletivo, prático, por parte da aceleradora, haja vista que é o seu trabalho, colocar em contato as mais promissoras *startups*, aos investidores que possuem a vontade de trazer um aporte financeiro.

¹² "Exit" é o termo utilizado para descrever o processo de venda de sua participação acionária por parte do investidor. É uma das formas de auferir lucro com o investimento em Startups: compra-se a participação quando a empresa está em estágios iniciais de desenvolvimento, por um investimento "x" e depois vende-se essa participação quando a empresa tiver crescido e multiplicado seu valor de mercado.

Fator de extrema importância nesse processo, segundo S., são as pessoas que estão à frente do negócio, pois deixou claro que a análise dos fatores externos, de viabilidade, de mercado e funcionamento são minuciosamente analisados. Todavia o fator humano, de liderança e equipe, são a primeira análise dos profissionais da aceleradora.

Eu não tenho dúvida de que 50% da avaliação tem a ver com a capacidade empreendedora, a atitude empreendedora, a forma que ele responde aos desafios que a gente dá naquele período, e muito também do subjetivo de olhar como é que ele reage, né?

[...]

Eu costumo dizer que, se a gente for avaliar uma startup, a gente vai olhar modelo de negócios, vai olhar a solução ser inovadora ou não, vai olhar competidores, vai olhar mercado, vai olhar a tecnologia está sendo usada, vai olhar um monte de outras coisas. Tudo isso é importante, mas é secundário. Eu, 50% da minha avaliação está no empreendedor, no time, nas capacidades...

A este ponto, S. diz, que a principal problemática que determina o possível sucesso ou fracasso de uma startup é o fator humano. Aqui cabe ressaltar a relevância que o método de análise da Ontopsicologia tem, pois neste quesito ele é determinante, uma vez que apresenta a “radiografia” da realidade psíquica do sujeito analisado, e, portanto, aporta ao investidor um conjunto de informações que permite tomar a decisão correta em relação a investir ou não e ainda, de que forma o fazer.

Como o mercado ainda não dispõe amplamente de acesso a essa ferramenta, acaba se baseando em impressões e avaliações subjetivas, que ficam sempre a cargo das opiniões que os avaliadores têm dos candidatos, resultando em um processo difícil e com baixíssima taxa de retorno. Portanto é de suma importância, sobretudo para aqueles investidores que desejam fazer aportes nessas empresas, ter um critério de análise do fator humano, pois é o fator humano o aspecto determinante de sucesso ou fracasso empresarial. O processo de análise ontopsicológica em questão será mais bem evidenciado com o caso prático que será analisado a seguir no presente trabalho.

4.2. ANÁLISE DO PROCESSO DO PONTO DE VISTA DO INVESTIDOR

Em um primeiro momento é necessário destacar o processo pelo qual o investidor A. busca e encontra propostas de *startups* que estão à procura de investimento. Conforme já destacado no referencial teórico, os empresários “anjo”, frequentam diversos *hubs* de inovação, locais específicos para esse tipo de interação. Todavia, não fica restrito a esse espaço, pois a partir dos contatos e *networks* formados, as propostas também chegam através de contatos imediatos. Nesse sentido A. afirmou que “*Chega sempre uma ideia, [...] uma pessoa. Uma ideia*

que alguém acha interessante e diz assim: *Cara você tem que falar com ela!*”. E aí se inicia um processo de verificação e análise da ideia apresentada, que pode ocorrer em diversos locais, não necessariamente os *hubs* de informação.

Acerca da análise das *startups* restou claro que o investidor *A.* também se utiliza dos métodos convencionais de *valuation*, analisando intrínseca e extrinsecamente o negócio e a sua viabilidade de mercado, sobretudo as possibilidades de sucesso do negócio. É muito importante deixar clara essa informação, pois a ciência ontopsicológica não descarta a teoria e prática que ocorreu antes dela, mas sim, traz um complemento ao sistema tradicional, para dar mais elementos que possibilitem a melhor escolha para os que usufruem desse conhecimento.

Desse modo, o investidor *A.* questionado acerca das capacidades liderísticas dos que estão à frente das *startups* que escolhe investir respondeu categoricamente: *“O que tem valor é a pessoa”*, ou seja, existe uma inteligência humana por trás do negócio, e por mais importante que possa ser a solução oferecida pela empresa, em última análise sempre é a pessoa que opera. Ou seja, o elemento externo é apenas um dos fatores, e o fator da liderança é que possibilita ao indivíduo o poder de realizar, complementa *A.*: *“Então, tu tem o ambiente externo, tu tem tudo, mas é a capacidade do cara de buscar a nova saída, a nova solução, é que vai fazer o negócio andar ou não”*.

Essa visão advinda do conhecimento do conceito e prática de liderança se torna um valor importantíssimo para averiguar a viabilidade do investimento. E convergindo para o conceito de liderança, o investidor *A.* elucida que *“é a capacidade do jóquei, do empreendedor, de resolver tudo que vier pela frente, é sempre essa a discussão. [se] analisa uma base: tem negócios que são falimentares de nascença”*, ou seja, os fatores externos também são importantíssimos, pois existem as condições existenciais para a viabilidade de um negócio, porém a figura do líder aliada às condições de viabilidade é que possibilita avaliar uma empresa de modo positivo.

Todavia, o entrevistado *A.* traz uma informação preciosa, em relação a essa escolha, pois nem sempre os líderes já estão totalmente prontos, ainda mais em se tratando de empresas jovens, na qual ainda estão adquirindo experiência e solidez para o seu contínuo crescimento, dessa forma:

Assim ó: é o jóquei, é o empreendedor ou os empreendedores. Então o quê que a análise ontopsicológica faz? me ajudou em alguns casos: [...] esses caras não tem nenhuma esquizofrenia manifesta, tem um mínimo de disponibilidade, tem o mínimo... eles são preguiçosos, ou eles são lentos ou eles são cabeça dura, mas beleza, sempre vai ter os caras assim, mas eles não vão se matar, não tem o suicida, não tem o depressivo, não tem o alcoólatra, não tem... porque [...] a pessoa também muda. Hoje é uma, amanhã é outra [...] então, se eu entrar [...]nessa linha, nada funciona, nada vai. De querer ter a segurança. Por quê? É porque o ambiente externo muda.

Verifica-se através do conhecimento prático do entrevistado, que é necessária uma análise acurada no momento da escolha de uma *startup* para ser investidor, é preciso verificar a viabilidade do negócio externamente ao passo que também se deve ter uma minuciosa análise das pessoas que estão à frente do negócio e se o momento de vida dessas pessoas é positivo para o empreendimento que elas almejam. Ou seja, é necessária a verificação constante do ambiente externo e das peculiaridades internas da *startup*.

Assim sendo, sobre a proposta do presente estudo (a indagação acerca de como a Ontopsicologia nesse cenário pode auxiliar no processo de escolha) o entrevistado *A.* afirmou o seguinte:

E a Ontopsicologia, o que faz [...]? Ela te ajuda a dizer o seguinte: Esse cara tem chance? Esse negócio tem chance para esse cara? Não tem uma coisa contraditória? Tem um cara que tem uma racionalidade e quer fazer um negócio de arte: não casa, não vai. Porque também é um momento, tu tem que entender que é o momento, naquele momento isso funciona, então vamos. Agora tem que trabalhar pra seguir funcionando. (grifo nosso).

Essa análise é feita com base no critério da ciência ontopsicológica, em que o indivíduo tem uma percepção do externo, que é de suma importância, mas principalmente possui uma percepção interna, própria, que informa constantemente a escolha ótima. É um processo que demanda uma formação e *training* do próprio investidor, que pode se utilizar dos instrumentos de análise da Ontopsicologia para poder escolher o melhor modo, isso em primeira pessoa, ou com o auxílio de um técnico ontopsicólogo.

No intuito de trazer maior praticidade ao presente estudo, o entrevistado *A.*, ao longo da sua fala, trouxe um exemplo muito valioso de uma empresa na qual hoje é investidor, trazendo alguns detalhes do processo de escolha. A empresa, nesse trabalho denominada *P.*, é uma *startup* que oferece como solução medir o grau de satisfação, lealdade e recomendação dos clientes para outras empresas. Indagado sobre como houve o primeiro contato, o investidor *A.* descreveu o seguinte: “*Eu conheci eles num evento da V. Me apresentaram, ouvi o pitch, gostei e, no final, falei com os caras: “olha cara eu gostei, se um dia vocês quiserem conversar a gente marca”, “não, vamos marcar”. Já marquei com os caras, dali já saiu, [...] começou um trabalho [...]*”. A *V.*, é uma aceleradora que conecta empresas e investidores com *startups* para impulsionar inovação. e que ocasionalmente promove eventos com esse intuito. Ou seja, o primeiro contato, externo, chamou a atenção do entrevistado, porém foi apenas o início do processo de escolha.

Indagado sobre como se dá o processo, é importante frisar que não é um processo instantâneo, requer um certo tempo, para que possa se concretizar. Não há um prazo específico para escolher investir em uma *startup*, depende muito da dinâmica e das condições históricas de cada caso. Neste em especial: “*Um ano de bate papo. Investiga, negocia! Atravessa, espera. Eles começaram com um pedido e demorei, negociei!*”. E no que se refere aos pormenores desse processo de escolha, o entrevistado *A.* trouxe o seguinte:

Primeiro, faço uma, duas reuniões, no caso da P., que é o caso mais completo, o que que eu fiz: Eu chamei o profissional X. ontopsicólogo para participar de duas reuniões de trabalho antes. Anunciei um estranho para eles. Então falei “O profissional X. trabalha comigo, ele faz parte da minha equipe. Quando eu estou avaliando as empresas, ele me ajuda com algumas informações e ele vai participar da reunião, para eu poder discutir eu e ele”. Ele participou de uma reunião aqui, fizemos uma reunião ali, batemos um papo no meu escritório.

O profissional *X.* é um técnico, ontopsicólogo que se utiliza do método ontopsicológico e auxilia o empresário *A.* em alguns trabalhos empresariais, dando o suporte para uma melhor avaliação. E na segunda etapa *A.* continua:

E aí depois eu falei para eles assim ó, agora, no meu processo cada um de vocês têm uma reunião individual, com o profissional X., que tem que levar um sonho para analisar. E eles fizeram. E depois eu combinei com o profissional X., para dar um feedback para eles, fez um processo completo, assim, então eles foram falar com ele e ele me acompanhou em duas reuniões antes, fez uma reunião com cada sócio, depois deu um feedback para cada sócio, mais uma com cada sócio e uma reunião de feedback comigo.

Ou seja, houve um processo de conhecimento e aplicação dos instrumentos da Ontopsicologia, que serviram como uma base muito importante para o investidor, que em paralelo analisou todos os fatores externos, de mercado, viabilidade etc. Nesse sentido *A.* ressaltou que: “*O profissional X. tem uma visão muito interessante, porque ele faz consultoria empresarial. Então ele faz a conexão: se existe o negócio. E não é só, esse cara é um cara válido é um cara que funciona, esse cara tem condição de tomar decisões em prol do negócio: Existe um negócio. Esse negócio faz sentido, ele existe, existe para essa pessoa*”. Ou seja, a análise psíquica e líderística do sujeito em conjunto com as suas potencialidades para o negócio em que está empenhado. Pois, em caso negativo, é extremamente complicado prosseguir, como em alguns casos, como afirma *A.*: “*A gente fez duas empresas com isso, com esse modelo, uma das empresas não andou*”. *A.* afirma que, aplicando o mesmo método a essa segunda empresa, concluiu que não seria um bom investimento. É interessante observar que, na empresa *P.* o investidor decidiu investir com a condição de que os sócios entrevistados permanecessem no

negócio, se algum deles se retirasse da sociedade a empresa *P.* deveria, por obrigação contratual restituir o aporte ao investidor *A.* integralmente.

Porém o investidor, nesse caso, em que se utilizou de um técnico ontopsicólogo, não pode delegar a responsabilidade da escolha para este profissional, deve se utilizar desses conhecimentos, para daí em primeira pessoa decidir se vale ou não a pena investir, também ele se utilizando da intuição, além dos meios externos de análise. É necessário também uma síntese intuitiva e um trabalho do investidor, como é dito por *A.*:

É uma informação que colhe a informação geral. “Sim”, “Não”, “é para mim”, “não é para mim” ... Então, tu busca todas as informações e faz a síntese: “vou” ou “não vou”. É uma síntese, não é assim: “tem uma imagem”, “sonhei com uma catástrofe...” não, não, não. É uma síntese. No caso eu decidi isso na presença do profissional X., falei: “nesta aqui eu vou” [...]

O processo de conseguir colher essa intuição depende de um training de autenticação também do investidor, ainda que este utilize um técnico alheio ao negócio para o auxiliar no processo de escolha. Mas o entrevistado, adverte para o fato que também há um fator importante para colher esse processo, que é a maturidade, senão vejamos:

Dependendo da maturidade do “Eu” resolvo melhor ou pior, a intuição. Tem a intuição, “tem que fazer”, “é por aqui”. Mas com o Eu maduro, com recurso, com experiência, tu resolve de maneira melhor. O piloto é o Eu no final. Então a intuição é: “aproveita”, “pega”, “entra”, “tira o cara”, “resolve”, e aí tu negocia! Saber negociar: é o Eu. Saber fazer isso em vantagem: é o Eu. Então, quanto mais maduro, mais experiente: melhor o argumento, melhor o posicionamento, mais tranquilo vai.

Assim sendo, através da experiência do empresário investidor *A.* relatada ao longo deste item, foi possível compreender que a Ontopsicologia através dos seus instrumentos de intervenção e do seu conhecimento acerca do ser humano, deve auxiliar no processo de escolha, no que concerne ao investimento em *startups*, verificou-se que em nenhum momento a teoria ontopsicológica conflitou com os meios de análise externa, pelo contrário, é uma ferramenta a mais que deve ser utilizada, contudo com potencial para ser determinante no processo. Obviamente que depende do uso correto da ferramenta e de um trabalho pessoal do investidor e/ou do técnico que o auxiliará, porém relatos como esse são de suma importância para os que desejam atuar na prática os conhecimentos da Ontopsicologia nessa seara empresarial.

4.3. ANÁLISE DO PROCESSO DO PONTO DE VISTA DA *STARTUP*

Passando a um outro viés, foi realizada uma entrevista aberta com um empresário que está à frente da *startup P.*¹³, a qual foi mencionada e analisada pelo investidor *A.* no item anterior, esse indivíduo denominado empresário *J.*, foi indagado sobre diversos aspectos de avaliação e *valuation* da empresa, o seu primeiro contato com o investidor, e o processo de seleção para investimento.

No que se refere ao primeiro contato com o investidor *A.* o empresário *J.* descreveu que o contato ocorreu em um evento da *V.*: *“A primeira conversa, muito rápido, nós tínhamos feito um pitch rápido da P.”* E assim como relatado na entrevista anterior, não se tratou de um processo rápido, houve toda uma análise para a decisão do investimento *“nós ficamos uns seis meses mais ou menos conversando, se conhecendo, para daí né, bater o martelo e assinar o contrato”*. Na visão de *E.* esse processo de aproximação foi muito relevante, segundo ele: *“Foi um bate papo bem legal, nós tínhamos até uma, eu tinha uma certa preocupação com o perfil do investidor,(...) por causa da natureza do negócio onde ele trabalhava [uma não startup], mas a partir dessa primeira conversa eu dissipei essa preocupação porque eu entendi que ele tinha muito a agregar(...)*

Quando a *startup P.* decidiu abrir a sua empresa para investimentos, obviamente que ouviu e teve abertura para mais de um investidor, mas intuitivamente o empresário *J.* se interessou pelo trabalho do investidor *A.* que como já visto anteriormente, utiliza a metodologia ontopsicológica. *J.* afirmou o seguinte a partir do primeiro contato: *“E aí o A., tinha nos chamado atenção naquela época né, porque olha, mais do que o recurso, a gente sentia, de fato, [que ele iria] entrar com know-how, participar ativamente do negócio, como acontece até hoje, enfim.”* Ou seja, perceberam que não se tratava de um investidor que apenas iria colocar dinheiro de maneira passiva, mas sim tinha o escopo de ver um resultado positivo e contribuir através da sua mentoria, algo que é chamado nesse mercado de *Smart Money*, um investidor que aporta além do recurso, também o seu conhecimento empresarial.

Por essa preocupação do investidor *A.*, várias reuniões ocorreram, a partir do primeiro contato, na visão de *J.* *“Mas aí ficamos então naquele primeiro contato e deixamos agendado uma conversa, aí ele foi então, depois de um tempo no nosso escritório, e aí ficamos lá durante*

¹³ A *startup* objeto dessa entrevista, é a mesma do item anterior mencionada pelo empresário *A.*, que é uma *startup* que oferece como solução medir o grau de satisfação, lealdade e recomendação dos clientes para outras empresas.

umas duas, três horas, mas muito tempo mesmo, conversando, e onde o A. fez vários questionamentos várias perguntas.”. Percebe-se que muitos dados coincidem entre o relato do investidor *A.* e o empresário *J.*, e esse é o escopo da pesquisa em apreço, pois é trazer ambas as visões acerca do processo de escolha do investimento com a aplicação da metodologia ontopsicológica.

Como prova de que a Ontopsicologia vem como meio adicional para a valoração e escolha do investimento, e não excludente da metodologia tradicional, o empresário *J.* relata que também realizaram um *valuation* tradicional para quantificar e precificar um valor de investimento para a sua *startup J.*, vejamos:

Até tentamos encontrar outros métodos[...]de valuation, enfim de aplicação, mas é a mesma lógica: aplica o valor lá, por exemplo, dez por cento, quinhentos mil reais a tua empresa vale, teoricamente, cinco milhões, enfim, então nessa mesma lógica, e hoje está acontecendo assim também. nesse mesmo o processo.

Ou seja, a partir de cálculos objetivos o empresário *J.* e sua equipe encontraram um valor para investimento, pensando no futuro da *startup*, que poderia se escalonada no futuro. Inclusive a *startup P.* já possuía um certo funcionamento à época: *“Isso aí, tudo rodando. Já tinha clientes comprando... tudo... então esse foi meio nosso exercício, ‘o investidor que vem ele já sente o produto não é uma coisa que está no mundo das ideias, né’. Então, por isso que o nosso, nosso preço é um pouquinho mais caro pra investir.”* A partir deste ponto, fora colocado um valor para investimento, o qual foi amplamente discutido por empresário e investidor, sem nunca desprezar as questões jurídicas e de viabilidade do negócio, como menciona *J.* *“Porque primeiro teve o recolhimento de todos os documentos que nós tínhamos, então, tabelas financeiras, tudo, que daí ,claro, a área jurídica fez as análises, que é o que os investidores hoje fazem com a gente.”* Até essa fase, a metodologia tradicional de *valuation* foi de suma importância, como ponto de partida da discussão.

Porém, logo antes desse processo o investidor *A.* baseado na metodologia ontopsicológica fez a sua análise para verificação da viabilidade da *startup P.* e dos líderes que estavam à frente da empresa, sobre a formação da empresa *P.* na época a sócia *C.* nos contextualiza *“Éramos em cinco sócios, tinha o R. que o A. comprou a parte dele”*, ou seja havia um quinto sócio que participou do processo seletivo, contudo não permaneceu na empresa. É importante mencionar que o empresário *J.* e os demais integrantes da *startup* não conheciam a metodologia ontopsicológica, ou a ciência em si, porém, estavam disponíveis para passar por esse processo de avaliação: *“Tivemos reuniões de aproximação, pra gente se conhecer, quando ele sentiu, “que bom, acho que aqui dá, dá de fato para a gente sair do*

“namoro” e ir para um possível “casamento”, a gente precisa fazer uns exames aí com essa turma, com essa galera” e aí veio uma coisa muito diferente, assim, para nós que até para nós foi uma surpresa, assim do ponto de vista positivo. O empresário J. está se referindo ao início do processo de análises com a metodologia ontopsicológica.

A disponibilidade dos integrantes da P. em participar do processo de seleção foi um grande indicador para o investidor A. de que a aplicação da metodologia ontopsicológica poderia ser muito efetiva para a análise do investimento na *startup*. Na visão de J. “Só que ele fez um passo a mais e aí vem o a metodologia que ele aplicou, onde cada um dos sócios passaram por entrevistas junto com o psicólogo que ele indicou.”. E apesar de ser algo diferente do convencional, o efeito foi positivo perante os integrantes da empresa P., segundo J.

Aí "não, pô, tu vê só, tchê, que interessante", vamos lá, vamos ver o que que é isso né... e aí fomos, nós lá um por um, marcamos as datas e ficamos lá uma hora conversando com ele [...].

Nesse mesmo sentido, C. relata:

Uma coisa que me chamou a atenção foi a parte onde a gente ia passar por um psicólogo, que foi um diferencial e eu achei bem legal, eu gostei disso, eu achei inteligente isso da parte dele e era pra ele identificar como era o perfil de liderança de cada sócio né. Então foi legal até pra gente se conhecer um pouco mais.

Assim como já relatado no item anterior, cada um dos integrantes líderes da empresa P. foi convidado a participar de um processo junto a um técnico ontopsicólogo. No que concerne ao porquê da realização dessa atividade, J. respondeu: “Então a gente viu que era para ser esse investidor, e pra nós isso ficou mais claro ainda, como é importante a interrelação entre a equipe, e que isso na verdade era um fator que estava pesando muito para ele tomar a decisão.” C. ainda acrescentou: *Até para o investidor, fica mais transparente.* Ou seja, a utilização da metodologia ontopsicológica na visão de J. e C. foi algo que os fez também valorizar o investidor, pois demonstrou que este também se preocupava com a condição da *startup* P. ser bem sucedida, gerando uma reciprocidade.

A valorização dos líderes e das pessoas envolvidas na empresa para além dos aspectos objetivos externos e de viabilidade do negócio, também na visão de J. ficou claro pelo modo de trabalho do investidor A. e da metodologia aplicada: “Por mais que o negócio de repente pudesse ter uma viabilidade econômica financeira boa, ele estava apostando também muito nas pessoas né”.

Durante a entrevista, C. relatou como encarou a experiência do processo de consultoria individual: *[Foi] Diferente. [...] é algo que me instiga curiosidade, sim. Entender o “porquê”*

do sonho. Sim, cada um de nós levou um sonho. Além disso *J.* também relatou que no processo de consultoria individual com o técnico ontopsicólogo houve a orientação de levar alguns sonhos para a análise individual, “Então, entrou a questão dos sonhos também. Tanto é que previamente já havia uma orientação de a gente agendar [anotar] os sonhos, isso, então teve um processo de anotar o sonho e ver qual é a relação, aí eu tinha anotado meu sonho, passei para ele”. Nesse sentido procurou-se colher como *J.* viu essa novidade, pois não é convencional a utilização desse tipo de análise nos processos de investimento em *startup*:

Pra nós foi: "ó interessante, o cara tá indo um passo a mais", que tem a ver muito com a questão da consciência mesmo né, do estado alterado de consciência, como é que um estado alterado de consciência ele também pode estar ajudando na interpretação da capacidade dessa equipe. Foi essa leitura que a gente fez.

Mesmo sem conhecer a metodologia, fora verificado pelos integrantes da *P.* que houve um investimento na avaliação do aspecto humano da empresa, e a leitura feita por *J.* foi a de que além de conseguirem o investimento necessário para o escalonamento da *startup* também poderiam ter um ganho pessoal e coletivo com a forma de condução do processo. E a partir dessa avaliação, como restou claro no item anterior, o investidor *A.* decidiu aportar um valor na *startup P.*, além do fato de que os integrantes da *P.*, nesse caso, representados por *J.* também se sentiram seguros para receber o investimento e o trabalho de *A.*

Atualmente a *startup P.* se encontra mais organizada em diversos aspectos empresariais, com uma constante evolução e aprimoramento no seu campo de atuação. Indagado sobre a decisão e atuação do investidor *A.* frente à sua empresa, e se foi um fator positivo para o desenvolvimento da *startup*, *J.* respondeu: “Sim, sim, sim, com certeza uma porque assim, automaticamente, como o *A.* veio com o Smart Money, ele veio com a inteligência. Então... enfim, tudo, como ele diz, assim as dicas que ele vai dando, tu vai considerando, como ele mesmo diz: ‘eu vou falando vocês veem o que serve e o que não serve’”. E complementa *J.*: “Então, mas foi interessante por quê? Porque ele também, trazendo esse, esse olhar ele vai colocando a turma com pé no chão também pra ti nem ir pra um extremo, ou outro.” Ou seja, constatou-se que houve uma troca muito positiva entre *startup* e investidor.

E por fim, sobre o bom resultado do investimento e da empresa em si *C.* conclui: *Cresceu bastante, se não me engano no primeiro ano foram 400%.*

O caso em análise se passa entre 2018 e 2020, ainda segundo *A.* o valuation da empresa atualmente é o dobro do que era quando da efetivação do investimento feito por ele, atualmente a empresa se encontra em início de tração, tendo ainda grande potencial de rentabilização além do já realizado.

Dessa forma constatou-se a partir das entrevistas realizadas com *J. C. e E.* que o processo de seleção e o investimento realizado por *A.* foi muito importante para o crescimento e desenvolvimento da empresa *P.*, pois para ambos os lados ficou clara a viabilidade do aporte e trabalho dispendidos. Através dos meios convencionais de análise e *valuation* foi possível chegar a determinados pontos, que são importantíssimos, porém, com a aplicação em conjunto da metodologia ontopsicológica, a partir dos instrumentos aplicados, foi possível ter uma consciência real acerca do negócio, das pessoas que o compõe e da eficiência do investimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *startups* como modelos de negócio inovadores, escaláveis e flexíveis, trazem diversas soluções novas para demandas da sociedade, crescem constantemente no cenário atual. Conforme foi evidenciado, esse é um modelo de negócio que essencialmente parte de uma ideia inovativa, que é construída por um determinado grupo de pessoas e que necessitam muitas vezes, de um investidor que esteja disposto a dispendir dinheiro para levar a empresa adiante, obviamente que com um retorno financeiro compatível com o risco, na hipótese de sucesso e crescimento da empresa.

Os investidores denominados “anjo”, que fazem esses aportes financeiros nas *startups*, correm um grande risco de perder o dinheiro investido, caso a empresa não tenha sucesso, ou, ter um grande retorno financeiro com crescimentos escaláveis, portanto é preciso escolher muito bem onde e quando investir. Verificou-se que existem diversas maneiras de valorar as empresas, porém com duas principais abordagens, que são a intrínseca e relativa, levando em consideração os fluxos de caixa, vida útil do produto, graus de incerteza a ele associados e com base em ativos semelhantes no mercado, ou seja, avaliações externas para analisar o valor e a viabilidade das empresas, servindo também para as *startups*. Contudo, fica claro que o critério determinante dos investimentos em *Startups* não é o mesmo do mercado tradicional: quando se investe em *Startup* se investe prioritariamente nos líderes dos projetos. Ao passo que, se o investimento é nos líderes dos projetos, a análise do investidor precisa dar conta de revelar a realidade que causa aqueles sujeitos e se o negócio existe para eles ou não. Com essa informação associada as análises externas (MVP, mercado etc.) o investidor é capaz de elaborar uma síntese, uma Gestalt que aponta: “Sim” ou “Não”.

Como observado no caso em estudo, para colher os dados sobre a realidade dos sujeitos analisados, o investidor aplicou os instrumentos de análise da Ontopsicologia. Primeiro identificou os perfis de liderança, se existiam, como existiam, se não eram acometidos de alguma questão existencial que pudesse de alguma forma eliminá-los ou eliminar o projeto, depois identificou as potencialidades dos indivíduos, colheu a realidade dos sujeitos também através da análise onírica e depois, em setting terapêutico analisou a si mesmo em relação ao negócio e elaborou uma síntese: “Vou”.

Contudo, é importante destacar que a aplicação dos instrumentos de análise da Ontopsicologia permitem colher a informação precisa da realidade daquele momento histórico, ou seja, naquele momento a realidade é aquela, em outro momento poderá ser outra, por isso é de suma importância para o investidor manter uma constante observação sobre o próprio mecanismo onírico, e estar muito atento aos dados da própria realidade, para assim ser capaz de se movimentar sempre construindo vantagem para si.

Contudo, o negócio não se resolveu nesse ponto. A essa altura o investidor tem uma direção, mas a construção da estratégia segundo a qual o negócio será materializado, operacionalizado, precisa ser elaborada segundo a expertise do investidor. E aqui surge o nó górdio que explicita de forma cristalina a importância da aplicação da Ontopsicologia a esse processo. O investidor, ao analisar os líderes da P. chegou à conclusão de que o investimento seria viável e potencialmente muito rentável, desde que um dos cinco saísse e os outros quatro permanecessem na empresa. Ou seja, durante a análise do sócio R. o investidor constatou que o negócio não existia para ele, a informação que R. atuava não fazia realidade com o negócio e portanto não havia possibilidade de sucesso com a participação dele no empreendimento. Dessa forma, o investidor A. comprou a parte de R., que então saiu do negócio. Por outro lado, cada um dos demais líderes da startup possuía um conjunto de características que atendia uma parte das necessidades da empresa, e, portanto, a saída de qualquer um deles configuraria a debilitação da empresa a ponto de inviabilizá-la como investimento. Essas informações, colhidas a partir da aplicação do método de análise da Ontopsicologia, é de suma importância, não só para a elaboração da síntese em si, mas para a elaboração da estratégia de negócio a ser adotada pelo investidor: não basta saber que “vou” é preciso acertar o “como”. Neste caso o investidor condicionou o investimento à saída de R. e ao compromisso de permanência de todos os demais sócios na empresa, sob pena de que, caso algum deixasse o projeto, a empresa P. deveria lhe restituir integralmente o aporte anteriormente concedido. Essa estratégia reduziu drasticamente o risco do negócio para A., pois além de motivar fortemente os sócios a se

comprometerem e perseverarem frente as dificuldades que ainda estariam por vir (afinal, do contrário seria necessário devolver o montante), garantiu que o maior risco que ele poderia correr (o risco das pessoas mudarem e desistirem) fosse mitigado pela obrigação contratual que lhe garantiria o direito creditício sobre seu aporte. Apesar de parecer um detalhe, este é, na visão do autor, o ponto fundamental sobre a mitigação dos riscos e a exponenciação do potencial de retorno do investimento. Obviamente a elaboração desta estratégia é fruto da expertise do investidor, adquirida em seus mais de vinte anos de atividades empresariais bem sucedidas. No entanto só foi possível elaborar tal estratégia uma vez que o investidor *A.* estava munido das informações exatas sobre a realidade dos líderes do projeto, informações estas colhidas a partir da aplicação dos instrumentos de análise da Ontopsicologia. A partir da análise das entrevistas e do caso em si, podemos apontar ainda algumas premissas para que seja possível a aplicação do método, como: 1) É necessário um técnico ontopsicólogo capacitado para a aplicação dos instrumentos, que tenha (preferencialmente) conhecimento sobre as dinâmicas e as lógicas empresariais; 2) É imprescindível que o investidor esteja disponível a fazer uma revisão crítica da própria consciência, colocando em “suspensão” suas opiniões sobre a situação e observando como a realidade se apresenta no “aqui e agora”; 3) É preciso que haja uma disponibilidade voluntária, uma espécie de “abertura”, por parte dos candidatos ao investimento, à participarem do processo de análise.

O problema de pesquisa que o presente estudo se propõe a resolver é: “como a Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial *startups*”, a este ponto a resposta fica evidente:

A Ontopsicologia pode contribuir na seleção de empreendimentos, em especial startups, ao aportar, através da aplicação de seus instrumentos de análise, informações acerca da realidade dos sujeitos empreendedores do projeto em questão, subsidiando a escolha do investidor, não só no que tange a investir ou não, mas também no que compete a elaboração da melhor estratégia para a concretização do negócio, a fim de mitigar ao máximo os riscos e potencializar ao máximo a rentabilidade possível do seu investimento.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Fábila Santos. **Um estudo das startups no Brasil**. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Faculdade de Economia da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 74p., 2013;
- BNDES. Desembolsos do sistema BNDES**
<<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/transparencia/estatisticas-desempenho>> Acesso em: 28/01/2020
- CCI FRANÇA BRASIL. **Coronavírus: Como a pandemia afeta o mercado de startups?** Disponível em: <<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FFGHMmEM-S8J:https://www.ccfb.com.br/noticias/impacto-do-coronavirus-nas-startups/+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em: 07 out 2020.
- CARRILO, Ana Flávia. **Crescimento das Startups: Veja o que mudou nos último cinco anos**. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/#:~:text=A%20evolu%C3%A7%C3%A3o%20das%20startups%20em%20n%C3%BAmeros&text=Esse%20n%C3%BAmero%20continuou%20crescendo%20gradualmente,26%2C75%25%20por%20ano>> Acesso em: 30 set 2020.
- DAMODARAN, Aswath. **Valuation: como avaliar empresas e escolher as melhores ações**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.
- ÉPOCA NEGÓCIOS. **74% das startups brasileiras fecham após cinco anos, diz estudo**. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/07/74-das-startups-brasileiras-fecham-apos-cinco-anos-diz-estudo.html>> acesso em: 07 out 2020.
- FONSECA, MARIANA. **Coronavírus: Os efeitos da pandemia, segundo startups e fundos brasileiros**: Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2020/04/coronavirus-os-efeitos-da-pandemia-segundo-startups-e-fundos-brasileiros.html>> Acesso em: 07 out 2020
- FREITAS, Tainá. **Em meio à pandemia, Zoom cresce 169% e tem receita recorde em um trimestre**. Portal *Startse*. Disponível em: <<https://www.startse.com/noticia/nova-economia/zoom-pandemia-crescimento>> acesso em: 30 set 2020.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007
- GODOY, A. S. Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, Mar-Abr. 1995.
- KEPLER, João. **Cresce o volume de investimentos em startups durante a pandemia**. Disponível em: <<https://startupi.com.br/2020/05/cresce-o-volume-de-investimentos-em-startups-durante-a-pandemia/>> Acesso em 30 set 2020.
- MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.
- MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. 4. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2010.

MENEGHETTI, A. **Psicologia do Líder**, A. 5ª. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica, 2013.

MATOS, Carlos.; TELLES, André. **O Empreendedor viável: uma mentoria para empresas na época da cultura startup**. Rio de Janeiro: LeYa, 2013.

RAMOS, Pedro Alencar. **O desenvolvimento de startups: um estudo de caso em uma empresa de alimentação**. Monografia (Graduação em Engenharia de Produção) – Escola Politécnica da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 129p., 2015.

SAGRADI, RENATA. **Por dentro da ACE startups: escolhendo startups para investir**. Disponível em: <<https://acestartups.com.br/por-dentro-da-ace-startups-escolhendo-startups-para-investir/>> acesso em 07 out 2020.

SALOMÃO, Karin. **Por dentro da ACE, uma das maiores aceleradoras da América Latina**. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/por-dentro-da-ace-uma-das-maiores-aceleradoras-da-america-latina/#:~:text=A%20ACE%20%C3%A9%20uma%20das,promissoras%20em%20programas%20de%20acelera%C3%A7%C3%A3o>> Acesso em: 7 out 2020.

SARFATI, GILBERTO. Quem (E como) investe em *startups* brasileiras. **Revista GVExecutivo**. N. 3, V. 17, mai-jun 2018, p. 13-16

SILVA, Edmilson Estevão. **O ciclo de vida das empresas startups**. Dissertação (Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas) – Faculdade Campo Limpo Paulista. São Paulo, 94p., 2017.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4 ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO AOS ENTREVISTADOS

Aos entrevistados, participantes da pesquisa, com o escopo de colher informações para o presente estudo foram aplicados questionários, em forma de entrevista aberta, os quais foram respondidos livremente e coletadas pelo pesquisador. É importante salientar que os entrevistados foram informados sobre o teor da pesquisa e da confidencialidade das informações para o uso estritamente acadêmico.

As perguntas aplicadas ao empresário S. foram as seguintes:

- 1 - Como começou a V.?
- 2 - Como a V. seleciona as suas *startups* para receber aportes de investimento?
- 3 - Quais os aspectos mais importantes para uma Startup ser escolhida?
- 4 - Dentro desse processo, quão relevante é o papel do “jôquei”, do líder, à frente desse processo, na sua perspectiva?

As perguntas aplicadas ao investidor A. foram as seguintes:

- 1 – Como se dá o processo de valoração de uma empresa para investimento?
- 2 – O que é mais importante para escolher realizar um aporte em uma *startup*?
- 3 – Qual a importância da figura do líder para o processo de decisão para o investimento?
- 4 – Como a Ontopsicologia pode contribuir nesse processo?

As perguntas aplicadas aos empresários E., J. e C. foram as seguintes:

- 1 - Como foi o primeiro contato entre vocês e o investidor?
- 2 - Como foi o processo de seleção que ele aplicou?
- 3 - Sobre as reuniões e as entrevistas com a ontopsicóloga, qual a opinião de vocês, como foi?
- 4 - Como vocês avaliam o resultado dessa experiência, enquanto empresa? Foi positiva? A empresa *p.* cresceu de lá para cá?