

Como avaliar a sua empresa

| Valuation sem fórmula pronta

As metodologias de valuation explicadas em linguagem simples, e o que aumenta ou limita o valor do seu negócio.





ÍNDICE

Como avaliar a sua empresa: Valuation sem fórmula pronta

As metodologias de valuation explicadas em linguagem simples, e o que aumenta ou limita o valor do seu negócio. Escrito pela equipe da AIDA Empresas a partir de casos reais, em linguagem direta e sem juridiquês. Use-o para chegar mais preparado à primeira conversa.

01	Por que o número na sua cabeça costuma estar errado	03
02	As três metodologias, em linguagem simples	04
03	O que compradores e investidores olham primeiro	06
04	Direcionadores que aumentam o valor (e os que o destroem)	07
05	Como se preparar para a negociação	09
06	Exercício prático: estime o intervalo de valor	10
+	Próximo capítulo: fale com a AIDA	12





Por que o número na sua cabeça costuma estar errado

Quando um empresário pergunta quanto vale a empresa, quase sempre já tem um número na cabeça. Esse número costuma vir de três fontes: o faturamento multiplicado por algo, um múltiplo visto em uma notícia, ou o valor que ele precisaria para a vida que quer ter. Nenhuma delas é método.

Valuation é a tradução da capacidade futura de gerar caixa, ajustada ao risco, em um valor presente. Tudo o mais é opinião. Este e-book explica as metodologias que o mercado usa, como elas se aplicam a empresas de médio porte no Brasil e, principalmente, o que você pode fazer para que o resultado seja maior antes de sentar à mesa.

- Faturamento não é valor: uma empresa que fatura muito e lucra pouco pode valer menos que uma menor e mais rentável.
- Múltiplo de internet não é método: setor, porte, dependência do fundador e qualidade dos números mudam tudo.
- Valor depende de quem compra: concorrente, fundo e sócio que entra enxergam valores diferentes para a mesma empresa.



CAPÍTULO

02



As três metodologias, em linguagem simples

Fluxo de caixa descontado (FCD)

Projeta o caixa que a empresa vai gerar nos próximos anos e traz esse caixa a valor presente usando uma taxa de desconto que reflete o risco. É a metodologia mais completa e a mais sensível a premissas: crescimento, margem, investimentos e a própria taxa. Por isso, um laudo sério mostra cenários, não um número só.



Múltiplos de mercado

Compara a empresa com transações ou empresas semelhantes usando um indicador, em geral o EBITDA (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização). Se empresas parecidas são negociadas a 6 vezes o EBITDA, esse é o ponto de partida. Os ajustes é que fazem a diferença: porte, liquidez, concentração de clientes, dependência do fundador.

Avaliação patrimonial

Soma os ativos a valor de mercado e subtrai as dívidas. Serve para empresas intensivas em ativos, em liquidação ou como piso de valor. Quase nunca captura o valor de marca, carteira e time, que é onde a maior parte do valor das empresas de serviço está.

COMO A AIDA COMBINA

Para empresas de médio porte, o laudo da AIDA normalmente usa FCD como método principal, múltiplos como verificação de mercado e patrimonial como piso. O resultado é um intervalo de valor, com as premissas explícitas, e não um número mágico.



O que compradores e investidores olham primeiro

- Qualidade e recorrência da receita: contratos, churn, concentração nos maiores clientes.
- EBITDA normalizado: o lucro real depois de tirar despesas pessoais, retiradas fora de mercado e itens não recorrentes.
- Dependência do fundador: a empresa funciona sem você? Quanto menor a dependência, maior o múltiplo.
- Organização societária e documental: contrato social atualizado, acordo de sócios, livros, contratos assinados.
- Passivos ocultos: trabalhistas, fiscais, ambientais, contingências judiciais.
- Capacidade de crescer: mercado, time, tecnologia e capital necessário.



O comprador paga pelo futuro. O vendedor quer ser pago pelo passado. O valuation é a ponte.



Direcionadores que aumentam o valor (e os que o destroem)

Aumentam

- Receita recorrente e contratos de longo prazo.
- Margens consistentes e crescentes.
- Gestão profissional, com indicadores e rotina de reporte.
- Governança: conselho, regras de decisão, acordo de sócios.
- Marca registrada, propriedade intelectual protegida e processos documentados.
- Base de clientes diversificada e carteira com baixo churn.



COMO AVALIAR A SUA EMPRESA: VALUATION SEM FÓRMULA PRONTA

Destroem

- Informalidade fiscal e contábil: números que não fecham derrubam o múltiplo e, muitas vezes, o negócio.
- Concentração: um cliente com 40% da receita é risco precificado.
- Fundador que é o único vendedor, o único técnico e o único decisor.
- Conflito entre sócios, ou sociedade sem regras.
- Passivos não mapeados, que aparecem na diligência e viram desconto ou retenção de preço.



Como se preparar para a negociação

O valuation é tão bom quanto a preparação que o antecede. Entre seis e doze meses antes de qualquer conversa, há um trabalho que muda o resultado.

- Normalize as demonstrações financeiras e separe o que é da empresa do que é pessoal.
- Formalize contratos com clientes, fornecedores e time-chave.
- Reduza a dependência do fundador: delegue, documente, crie segunda linha.
- Organize o societário: contrato social, acordo de sócios, cap table limpo.
- Mapeie e trate passivos antes que o comprador os encontre.
- Construa a narrativa: por que a empresa vale o que vale e para onde pode ir.

ATENÇÃO AO USO

Valuation para vender, para trazer sócio, para sucessão ou para disputa judicial são trabalhos diferentes. Diga ao avaliador para que o laudo será usado: isso muda a metodologia, a profundidade e o formato.



Exercício prático: estime o intervalo de valor

Um exercício simplificado para ter uma primeira referência. Ele não substitui um laudo, mas mostra a lógica e, principalmente, onde mexer para valer mais.

- Passo 1. Calcule o EBITDA dos últimos 12 meses e normalize: some de volta despesas pessoais e não recorrentes, subtraia o salário de mercado do fundador se ele não se paga.
- Passo 2. Escolha um intervalo de múltiplos para o seu setor e porte. Para empresas de serviços de médio porte no Brasil, o mercado costuma trabalhar entre 4 e 7 vezes o EBITDA; setores com recorrência e tecnologia vão além, setores de baixa margem ficam abaixo.
- Passo 3. Ajuste para baixo por concentração, dependência do fundador e informalidade; ajuste para cima por recorrência, governança e crescimento comprovado.
- Passo 4. Multiplique e subtraia a dívida líquida. O resultado é uma faixa de valor para os sócios, não um preço.
- Passo 5. Liste os três direcionadores que mais pesaram para baixo. É neles que um plano de 12 meses gera mais valor.



COMO AVALIAR A SUA EMPRESA: VALUATION SEM FÓRMULA PRONTA • CAPÍTULO 06



PRÓXIMO PASSO

O Valuation da AIDA entrega laudo completo, mapa de direcionadores de valor e suporte na negociação. Fale com a AIDA pelo WhatsApp +55 (11) 99901-6898 ou por aida@aidabrasil.com.



PRÓXIMO CAPÍTULO

Quer ir além do e-book?

Uma conversa de 30 minutos, sem compromisso, para entender o momento da sua empresa.
Um sócio da AIDA responde em até um dia útil.

WHATSAPP

+55 (11) 99901-6898

E-MAIL

aida@aidabrasil.com

ENDEREÇO

Alameda Santos, 1165, cj. 819
Jardim Paulista, São Paulo, SP

SITE

aidaempresas.com

Este material tem caráter informativo e não constitui aconselhamento jurídico, contábil ou financeiro. As regras tributárias e societárias mudam; confirme a situação vigente antes de decidir. © AIDA Empresas.