



O nono episódio da nona temporada de “Shark Tank” estreou na ABC em 5 de novembro de 2017, para uma audiência de 3,32 milhões de pessoas, de acordo com as classificações de visualização da Nielsen Media Research. O segundo dos quatro arremessos apresentados naquela semana foi para o Bravo, um aplicativo para facilitar a gente de genra dos trabalhadores do setor de serviços. Embora alguns dos tubarões estivessem céticos em que Bravo pudesse oferecer qualquer coisa que Venmo e seus concorrentes não pudessem, a fundadora Maria Luna parecia mudar de mente, explicando que seu aplicativo baseado em proximidade não exigia a troca de informações pessoais (como números de telefone ) a maneira como Venmo e outros o fazem. Com isso separando-o da competição, o segmento foi fechado com o Bravo garantindo um acordo de dois tubarões a uma avaliação bastante justa, embora por menos do que seu preço inicial e excessivamente ambicioso.

## Anúncio

No entanto, não parece que o acordo fechado oficialmente depois que o episódio foi filmado. Bravo permaneceu por mais alguns anos, eventualmente girando para um estilo de pagamento de estilo de pagamento relacionado, mas diferente. Renomeado Famigo, é uma plataforma no estilo Patreon para criadores de conteúdo, focada em seu aplicativo da Web (em oposição aos [aplicativos móveis](#) nativos) enquanto segmentava consumidores e



criadores hispânicos. Famigo cresceu além de onde Bravo estava, com uma base de usuários maior e mais investimentos, mas não está claro o quão grande é o que se obtém ou pode ficar. Vamos dar uma olhada mais detalhada da jornada de Bravo através de “Shark Tank” em Renasing como Famigo.

O que você vai ler:



- [O que aconteceu com o Bravo no Shark Tank?](#)
- [O que aconteceu com Bravo depois do Shark Tank?](#)
- [Bravo ainda está no negócio?](#)
- [O que vem a seguir para a Famigo e seus fundadores?](#)

## O que aconteceu com o Bravo no Shark Tank?

Hector Rodriguez-que mal falou-e Maria Luna entrou no proverbial tanque em busca de US \$ 150.000 por uma participação acionária de cinco por cento na Bravo, sua empresa de aplicativos de pagamentos móveis que eles esperavam que se tornassem a maneira preferida para dar uma ponta dos trabalhadores do setor de serviços. Em um mundo cada vez mais sem dinheiro, a idéia é que o Bravo ajuda a encontrar a pessoa que você deseja girar, detectando os usuários próximos, criando uma maneira sem atrito de enviar pagamentos eletrônicos. Luna afirmou que, até o tiroteio do episódio, Bravo havia “reivindicado 25 % da indústria de serviços no Arizona”. Naquela época, o Bravo havia processado quase US \$ 1 milhão em dicas com base em seu marketing de teste no Arizona, com receita proveniente de uma taxa de conveniência de dois por cento que está prevista para o que o tipper está pagando para que o trabalhador seja pago a dica completa e os planos para vender dados do usuário e publicidade direcionada.

### Anúncio

Mark Cuban perguntou por que isso era melhor que Venmo ou produtos similares, aos quais Luna explicou que esses aplicativos não são suficientemente seguros para lidar com estranhos, enquanto o Bravo é construído para isso. Barbara Corcoran optou pela primeira vez, sentindo que Bravo precisava de muito dinheiro para atingir a adoção em massa, enquanto o tubarão convidado Alex Rodriguez seguiu, confuso com o campo. Cuban e Lori Greiner ofereceram US \$ 150.000 combinados por 15 %, aos quais Luna rebateu com 10 % mais ações consultivas de dois por cento. Aumentar as ações consultivas para quatro por cento selou o acordo.



## O que aconteceu com Bravo depois do Shark Tank?

O que vemos no “Shark Tank” é uma negociação informal e um acordo que é apenas um prelúdio para um processo muito mais formal, e parece que o acordo de Bravo com Mark e Lori nunca fechou após esse processo. Mark e Lori mantêm as páginas da web que listam seus investimentos no “Shark Tank” e nem menciona o Bravo. Para as temporadas posteriores, isso nem sempre é infalível, pois, por exemplo, o investimento de Mark em Grouphug nunca apareceu em seu site, mas para episódios mais antigos, tende a ser um bom títulos.

Anúncio

Após a exibição imediata do episódio, o Bravo foi apresentado em um artigo publicado pela ASU News da Arizona State University. Nesse artigo, Luna age como se o acordo fosse fechado. “É o trabalho deles, são tubarões e é o direito deles de negociar”, disse ela. “Foi uma experiência muito positiva e nos dará acesso a recursos que não tínhamos antes”. Enquanto isso, o Bravo fazia parte do Programa de Venture Devils da ASU, um acelerador baseado no Escritório de Empreendedorismo + Inovação da Universidade em Scottsdale. “Temos o espaço compartilhado onde podemos ter reuniões de equipe e apenas estar em outras empresas que estão em nosso mesmo estágio que nós é tão inspirador”, acrescentou Luna. “Você aprende muito com outras empresas que estão passando pelas mesmas dores. Apenas esse ambiente é super útil”. Na mesma época, Luna também foi entrevistada pela KPNX-TV, a afiliada da NBC do mercado de Phoenix.

Anúncio

## Bravo ainda está no negócio?

O Bravo, a plataforma para os trabalhadores do setor de serviços de gorjetas, parece estar morto há muito tempo. O aplicativo não está mais disponível na Apple App Store ou na Google Play Store, embora não esteja claro quanto tempo tem sido o caso. No entanto, a empresa ainda existe e girou Bravo em uma área relacionada, mas também muito diferente: a Famigo, uma plataforma para pagar criadores de conteúdo. Com base em quando a Bravo/Famigo emitiu um comunicado à imprensa sobre a mudança, aconteceu por volta de setembro de 2021.

Anúncio

“A missão da Famigo é permitir que os criadores de conteúdo alavancem seu conteúdo para



construir comunidades, criar conexões mais profundas com os fãs, compartilhar seus presentes com o mundo e reunir pessoas”, explicou Maria Luna no comunicado à imprensa. “Nosso novo aplicativo da web é a plataforma de criação de conteúdo baseada em assinatura mais avançada para músicos, artistas, podcasters, personalidades esportivas, instrutores de fitness, influenciadores de beleza e outros criadores”. Desde então, esse aplicativo da web foi complementado por um aplicativo iOS, embora o único aplicativo Android chamado “Famigo” na Play Store não tenha relação e desatualizado o aplicativo de planejamento financeiro.

Várias semanas após a marca, Al Dia publicou um artigo sobre Luna e Famigo. Lá, Luna disse que até agora, a Famigo tinha 3.000 criadores de conteúdo e 300.000 fãs se inscreveram, embora o artigo não dissesse quantos fãs estavam pagando por assinaturas ou haviam pago pelo conteúdo à la carte. A partir de um comunicado à imprensa de março de 2023, a Famigo tinha mais de 1,7 milhão de usuários e concluiu recentemente uma rodada de sementes bem -sucedida.

Anúncio

## **O que vem a seguir para a Famigo e seus fundadores?**

Exatamente o que vem a seguir para Famigo é difícil de definir. Seu nível de atividade de mídia social varia de acordo com a plataforma, de semi-ativo ([Instagram](#), com postagens aproximadamente uma vez por mês) a menos ativo (Facebook, onde não houve postagens em seis meses até o momento da redação após um cronograma de postagem anteriormente ativo ) para indiscutivelmente adormecido (X, a plataforma anteriormente conhecida como Twitter, sem linha do tempo/não-reprodução nos dois anos antes da redação deste artigo). Nem as páginas sociais nem o site da Famigo fazem algum esforço real para vender a plataforma como superior a alternativas mais estabelecidas como o Patreon, por isso parece que a peça da empresa é atrair mais consumidores e criadores de conteúdo de língua hispânica e espanhola. Quanto aos números de usuários e notícias de investimento, não parece que houve atualizações desde o comunicado de imprensa de 2023 acima de Maria Luna, dizendo ao TheSuccessfulfounder.com em junho daquele ano que o Famigo estava vendo 20 % de crescimento mês após o mês.

Anúncio

Enquanto isso, Luna mantém presenças no LinkedIn, Instagram e Facebook, que ainda a listam como CEO da Famigo. Parece que ela é mais ativa nas duas plataformas de mídia social de propriedade meta, mas principalmente publicando conteúdo que não seja da família fora de postagens em co-autoria com a conta do Famigo no Instagram. Ao todo, parece que ela está all-in no Famigo como seu foco profissional a longo prazo, não está claro



o quanto a plataforma penetrou no mercado ou se é mostrado crescimento mensurável desde 2023.