

IPO ou Venda da Empresa?

PO (Initial Public Offering)

Sigla para Oferta Pública Inicial (ou OPI)

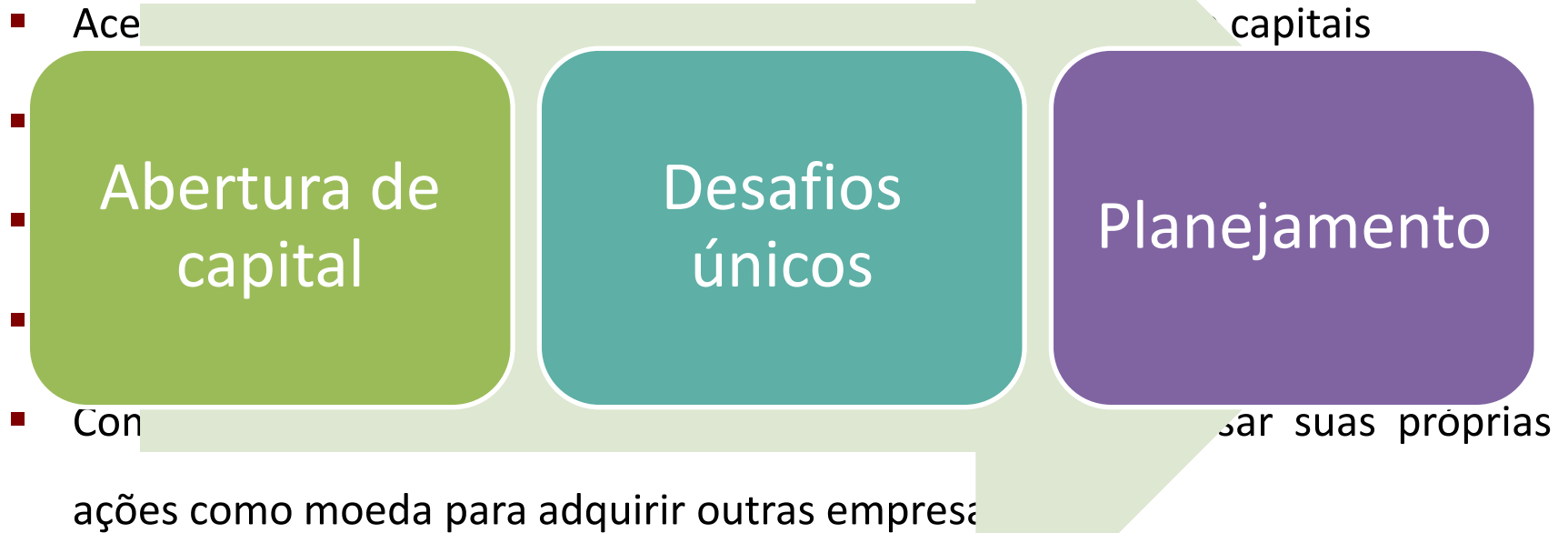
Quando uma **empresa** vende **ações** para o público pela primeira vez

Abertura de capital em Bolsa de Valores

IPO



A empresa de capital aberto



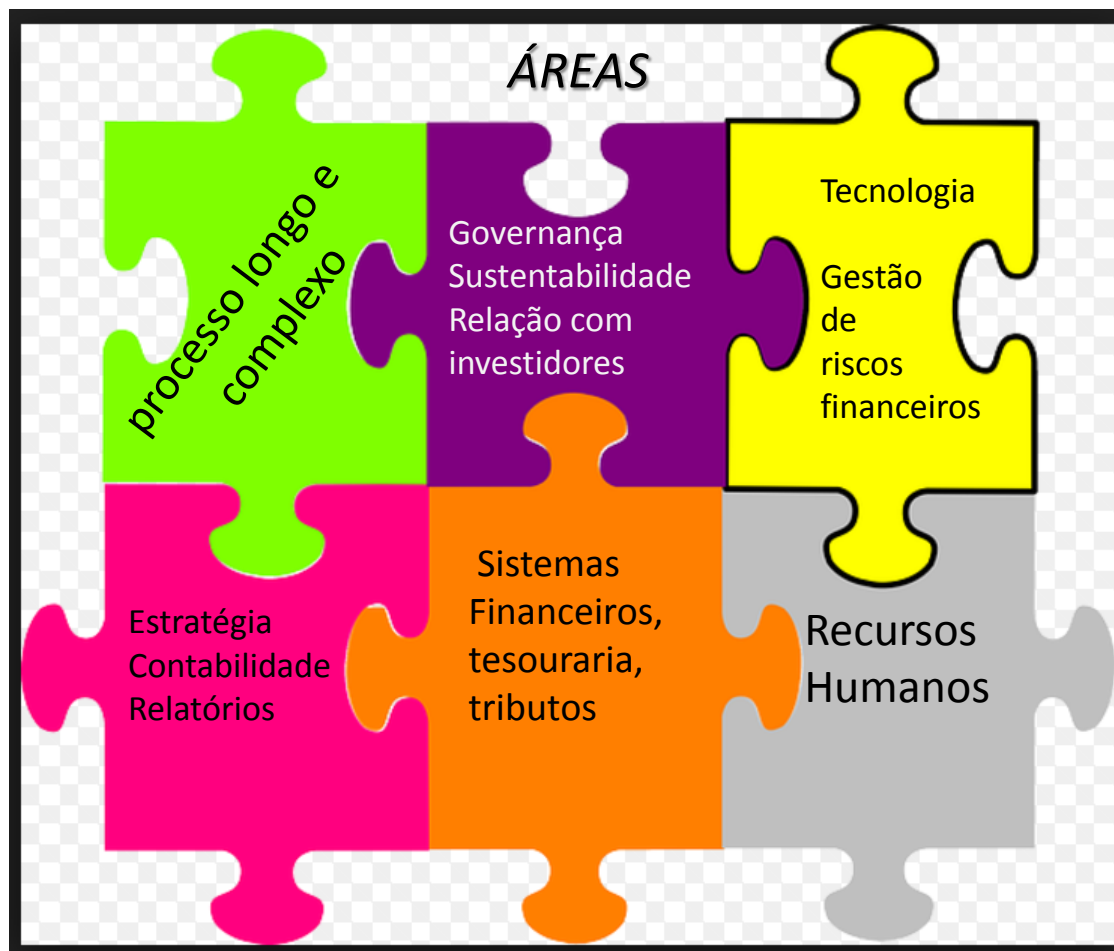
- Escolher em que mercado pretende negociar suas ações.
 - Bolsas de valores nacionais, internacionais ou até a dupla listagem.
- A decisão afetará:
 - valorização da empresa
 - o relacionamento com os investidores
 - impacto na estrutura, nos processos e na estratégia no futuro próximo.
- Fazer a escolha de forma cuidadosa, levando em conta as ambições de curto e longo prazos.

Fonte: PwC|BM&F Bovespa

- A valorização desejada.
- Tamanho e a amplitude da base de investidores.
- Tendências de liquidez de longo prazo no mercado e o apetite atual por novas listagens.
- Os requisitos regulatórios do mercado, inclusive obrigações de *compliance* pós-listagem.
- As escolhas feitas pelos concorrentes.
- As condições econômicas locais da indústria.
- O grau de prestígio do índice.
- Velocidade e oportunidade corretas de entrada no mercado.
- Diferenças de cultura, idioma, fuso horário etc.
- Custo da listagem.

Fonte: PwC|BM&F Bovespa

Cada mercado tem suas próprias regras e seus próprios riscos, além de um ambiente regulatório a ser respeitado.



Para a execução do IPO

Exposta à avaliação do público

plano de
negócios

- Bem elaborado
- Consistente

estrutura
corporativa

- Sólida
- Pronta para exigências
- *Compliance*

Gestão
do
negócio

- operações,
- gestão de riscos
- investidores
- relatórios

Universo maior de *stakeholders*

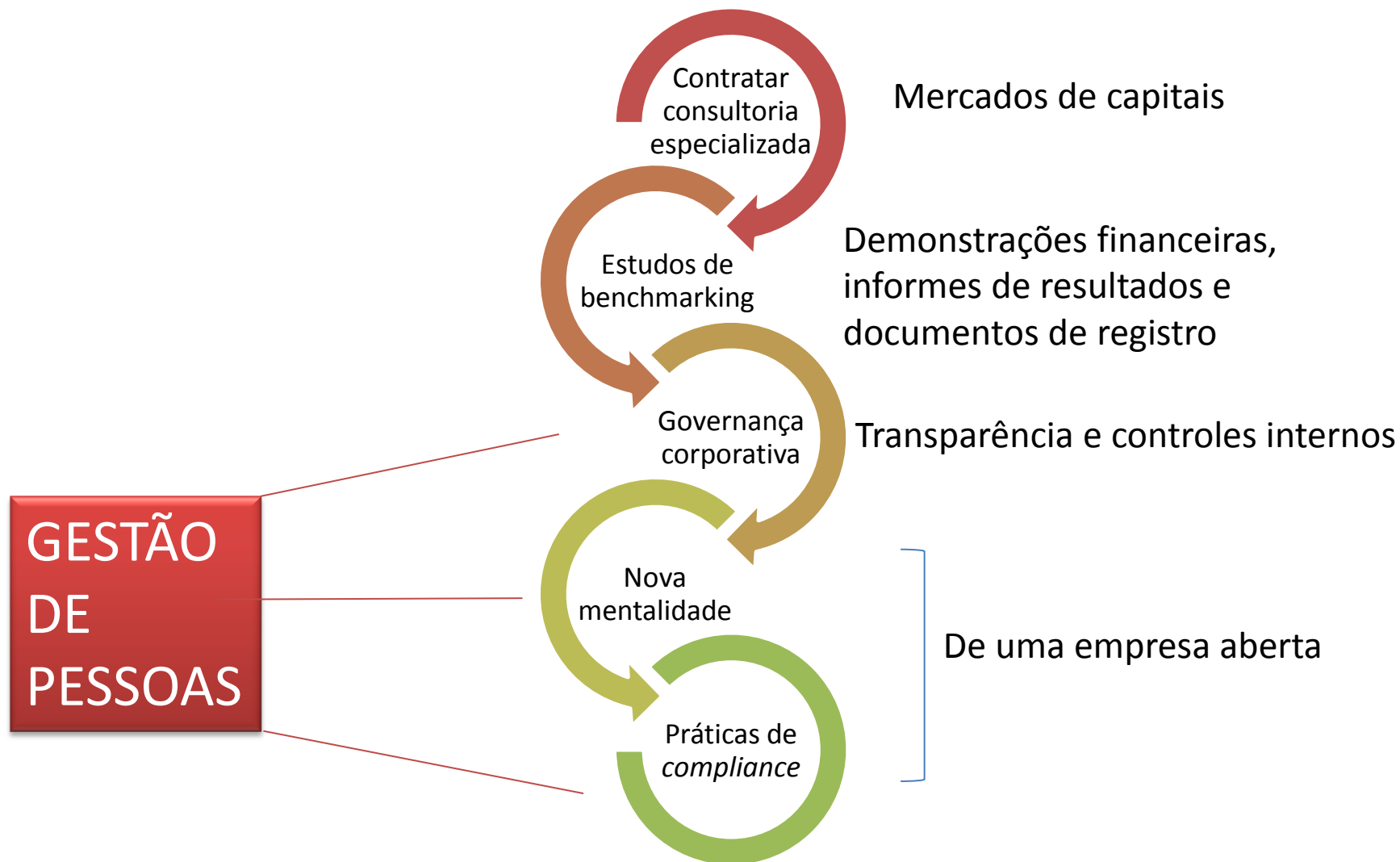
Qualquer fragilidade
nos seus sistemas

ou

falha no cumprimento
de normas
regulatórias

- perda da confiança dos investidores,
- danos à reputação,
- possíveis prejuízos monetários para a organização e seus líderes.

De diferentes maneiras, a percepção do público terá um efeito direto sobre o valor das ações da empresa.



VENDA DA EMPRESA

Reflexão

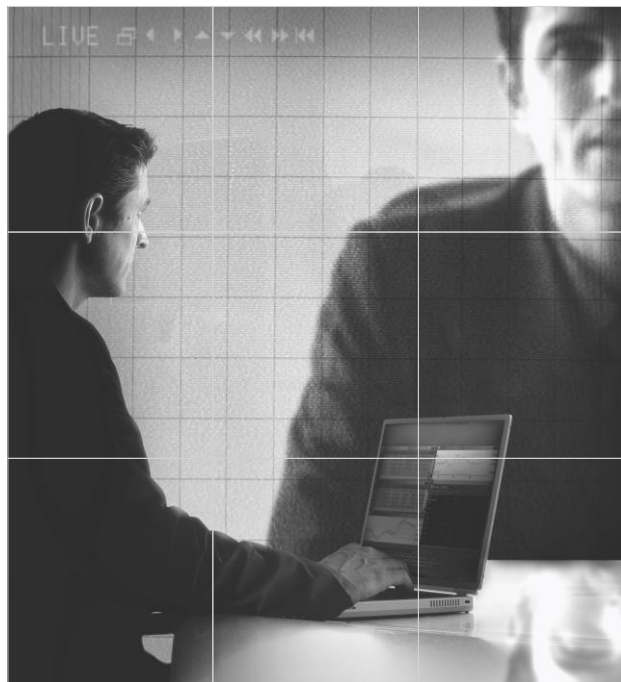
Perguntas

Respostas claras

Propósito evidente

Plano de vida

- Porque preciso de um Fundo de investimentos?
- Vender e sair (vender tudo) ou receber o \$\$ e acelerar a expansão?
 - Cenários distintos
- Se não quero crescer com lojas próprias, ou ter uma cozinha central, para que o Fundo em minha empresa?
- Entrada de fundo com propósito claro, transparente.



- Os fundos de investimento estão de olho em você e estudando todos os mercados.
- Mas, eles têm foco: alimentação, vestuário, saúde e educação + perfil de público alvo.
- E têm foco estratégico.
- Querem comprar barato e fazer render muito.
- Estratégias híbridas
 - Fundador continua
 - Tirar o fundador

- Processo transformacional
- Empresas familiares, ou sem o claro propósito da entrada de um fundo, entram em conflito com o fundo.
- Requer preparo.
- Fundadores devem vender quase 100%, ficar como executivos e depois sair.

Tendência



- Movimento dos fundos – M&A para abrir capital.
- Movimento inevitável faz parte do amadurecimento das Franqueadoras do Brasil.
- Empresas tem que ter um objetivo muito claro – qual o propósito.
- Estágio de amadurecimento dos franqueadores no Brasil

IPO:

- Pensou, foi atrás, pesquisou, começou auditoria e desistiu.

Porque?

- Processo caro.
- Pessoas que abrem capital mantém relacionamento com os investidores.
- Ibovespa é mais para empresas de \$100 milhões , exige crescimento
- Para Franqueadoras é muito difícil subir o capital.
- Expansão “a qualquer preço”.



Vendi da empresa

*E voltei atrás,
recomprei.*

- Vendi, cresci com lojas próprias.
- Crise brasil, cenário ruim.
- Não fazia mais sentido a permanência deles.
- Marcas de moda e alimentação: fundadores voltando a operar.
- Crise existencial: *Franqueados vendiam suas lojas; quando eu vou sair e fui buscar como sair, realizar o lucro.*
- É preciso estruturar a empresa e implantar uma boa governança que você consegue sair na boa ou ficar.
- Aceitar valuation e auditorias.

- Surge em 2015 como uma das maiores holdings de franchising no segmento de alimentação do Brasil.
- Fusão entre o Grupo J. Alves e o Grupo Ornatus Alimentação.
- Fundadores à frente do que possui marcas conhecidas nacionalmente e oferece suporte completo ao franqueado
- A presidência executiva da Halipar
- Ao todo a holding vai administrar mais de 400 lojas em 24 estados brasileiros e pode ter faturamento de R\$ 700 milhões este ano. Em médio prazo, a Halipar estima somar mil unidades franqueadas e faturar R\$ 1,3 bilhão.
- Marcas: - Grilletto - Montana Grill - Jin Jin - Jin Jin Sushi - Croasonho

“Desde a criação da Halipar, trabalhamos com os olhos atentos ao mercado à procura de marcas consolidadas no segmento de alimentação e que sejam complementares às operações que já temos.

A Croasonho atendia a esses requisitos, tanto em produto quanto em atuação geográfica, e houve o interesse de ambas as partes em unir forças”, afirmou Ricardo José Alves, CEO da Halipar

BFFC

FECHAMENTO DE CAPITAL



55 11 9 99724151
www.vecchiancona.com.br
ana@vecchiancona.com.br