



Imagem de Werner Heiber por Pixabay

PONDERAÇÃO



O QUE TODO EMPRESÁRIO PRECISA SABER ANTES DE VENDER UMA EMPRESA

Todo empresário deve se deparar, em algum momento, com a seguinte questão: qual é o melhor momento para vender uma empresa? Independente do tamanho do seu negócio, é importante avaliar esse timing para que não haja perda de valor na negociação. Mas antes de decidir se você quer ou não vender sua empresa, é preciso dar alguns passos importantes.

Primariamente, é necessário avaliar qual a motivação para a venda do negócio, podendo estar entre elas: dificuldades financeiras; captação de dinheiro; problemas na sociedade; estratégia do negócio; ou aposentadoria. Esses são apenas alguns motivadores que levam um empresário a colocar sua empresa à venda. Mas ainda assim, antes de afirmar qual é o momento certo para a venda, alguns questionamentos precisam ser feitos:

- Quais são as principais opções de compra e venda de empresas do mesmo porte que a minha?
- Quais as categorias e tipos de investidores que compram empresa?
- Como vender cada tipo de empresa?

Avaliação do negócio – Levantar essas informações é essencial para fazer um bom negócio. Afinal, na hora de vender a empresa, o vendedor precisa saber como está sua situação e conhecer as diversas opções de venda disponíveis no mercado. O primeiro passo, então, é calcular o valuation da companhia, podendo ser esse cálculo feito: Pela Renda – Fluxo de Caixa Descontado; Pelo Mercado – Múltiplos ou Cotação; Pelos Ativos – Valor Patrimonial de Liquidação ou Valor Patrimonial Contábil.

Opções de venda – Com essas informações em mãos, é possível fazer um exercício junto aos investidores para que eles tenham interesse no negócio ao reconhecer o seu valor. Assim, o próximo passo é identificar as opções possíveis para vender a empresa:

1 Venda para investidores estratégicos – Esse tipo de venda é realizado para uma empresa que opera no mesmo segmento ou um segmento próximo. O investidor, nesse caso, deve atuar em uma organização concorrente à sua; estar interessado



Imagem de Free-Photos por Pixabay

em entrar em um novo segmento; ou ser um estrangeiro que quer entrar no Brasil. Esse perfil de investidor também usualmente compra uma participação majoritária na empresa, normalmente 100% do negócio.

2 Venda para fundos de investimento – Já nesse caso, é mais comum que seja feita a venda de parte de uma empresa. Esse é o caso de um negócio que precisa captar recursos para crescer e melhorar sua rentabilidade, podendo ser vendida integralmente no futuro. Esse tipo de venda é o ideal para o empresário que está confiante no potencial de seu negócio.

3 Venda para um sócio – Se você for vender a participação de uma empresa para um sócio, esse tipo de negociação deve ser encarado da mesma maneira como se fosse uma alienação para terceiros. Nesse caso, uma consultoria em M&A pode auxiliar no cálculo do valor justo para essa transação, podendo ainda contatar investidores interessados e obter uma referência real do valor.

4 Venda para terceiros – A contratação de uma assessoria também se faz essencial neste caso, pois assim é possível buscar no mercado a melhor proposta para aquisição do negócio.

5 Venda pelo tamanho da empresa – Você também pode avaliar qual a melhor opção de venda do seu negócio de acordo com o porte. A venda de uma pequena empresa normalmente não conta com assessoria financeira.

Já uma empresa média ou grande, consegue contar com um suporte e ajuda de especialistas, assessores especializados em fusões e aquisições, desde a organização até o fechamento do negócio, com o intuito de lhe ajudar a obter os melhores valores de venda possíveis.

Há outras opções para vender uma empresa que podem ser consideradas: por abrangência de roadshow; pelo estágio do negócio; pelo crescimento; pela rentabilidade; entre outros. Se você já estiver decidido a vender o seu negócio, saiba quais são as melhores alternativas para encontrar investidores e receber boas ofertas.

Fonte: Capital Invest - assessoria em fusões e aquisições (<https://www.capitalinvest-group.com/pt/>).

EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

#tenhacatrizes

Transformação Digital e Agilidade são a nova Reengenharia?

Yuri Lazaro de Oliveira Cunha (*)

Na década de 90, as duas principais tendências que estavam na moda nas empresas eram a Reengenharia e o Downsizing. Em comum, elas tinham a visão radical em mudar processos e operações... Eliminar era a palavra chave!

Estas iniciativas falharam miseravelmente em gerar valor para as empresas. A reengenharia se tornou um sinônimo negativo de iniciativa empresarial, pois, a ela foram atribuídos inúmeros desastres empresariais.

A tão esperada transformação não ocorria, pois, os projetos eram conduzidos de modo superficial, mal planejados e implementados, desconsiderando aspectos culturais e a gestão da mudança, que virou "digestão da mudança".

Tinha tudo para dar errado! E deu!

70% das iniciativas de Reengenharia fracassaram em atingir os resultados esperados, segundo Michael Hammer, o "Pai da Reengenharia".

O que a Agilidade e a Transformação Digital têm com isso?

Tudo! Muitas empresas, mal assessoradas tem utilizado a Agilidade como desculpa para a "anarquia organizacional" e a Transformação Digital, que muitas vezes só digitaliza/automatiza processos ruins ou sem repensá-los.

Quer um exemplo? Um grande banco estatal, criou uma "fila digital" para acessar o aplicativo no celular. Isso mesmo, pegou um conceito das agências físicas e o transportou para o digital, da pior maneira para seus clientes. Ou seja, a Transformação Digital na sua pior visão.

O contexto da pandemia impulsionou a Transformação Digital e a Agilidade, como "emergenciais". Isso gera o efeito manada, as empresas assistem as outras fazendo, não querem ficar de fora e resolvem também aderir à moda!

No centro e como pivô desse "Terrorismo da Agilidade e da Transformação" a arrogância e prepotência de alguns evangelizadores do tema com o prognóstico: a sua empresa tem que se transformar ou se tornará a nova Kodak... Será mesmo? Penso que esse slogan alarmista, além de batido é superficial!

O Medo potencializa vendas!

Se aproveitam de pessoas confusas em meio a avalanche de acontecimentos, do excesso de informação sem uma curadoria, para vender o terror descompromissado em busca de dinheiro fácil com treinamentos e consultorias, muitas vezes superficiais, que focam muito no "o que" fazer e não no "como fazer". Agem como vendedores oportunistas, gerando desconforto como gatilho principal de vendas.

E muitas empresas cobaias, vão direto para os projetos de Transformação e Agilidade, sem estudar o tema de modo responsável. Sem realizar a pergunta chave: Projetos de Transformação Digital e Implementar a Agilidade, vão levar a empresa mais próxima da sua

visão de futuro? Da sua estratégia?

Como um engenheiro ao planejar um prédio precisa definir o seu uso e finalidade para ser construído, assim também, precisa ser o emprego da Agilidade e da Transformação Digital.

A agilidade é sobre adaptação e aprendizado, mas não podemos trair o que nos trouxe até o dia de hoje! O que nós somos e o que faz de nós únicos!

O físico, não vai morrer, nem desaparecer. Precisamos de uma casa para viver e ainda nos alimentamos de comidas físicas e não virtuais.

O seu setor, não vai evaporar da noite para o dia. Tome cuidado se te falaram isso!

Não é um chamado para resistir à mudança, mas estamos atentos com elas e nos adaptamos de modo saudável, condizente com quem somos. Sobrevive aquele que se adapta melhor!

Adaptar não é copiar o que o concorrente faz, que aliás, pode ser o caminho para o precipício. Segui-lo pode te levar para o mesmo destino, que talvez não seja o lugar aonde você deseja chegar.

A empresa precisa ter clareza nos seus anseios de modo sensato (o que queremos e o conseguimos atingir), sem a ilusão romântica de que nosso negócio é igual ao Uber, Netflix ou Airbnb (essa última passou por uns sérios problemas esse ano, com as drásticas mudanças).

Por isso, não se compare as plataformas digitais. Aliás, não se compare. Crie o seu próprio caminho!

Precisamos encontrar a vocação clara do negócio, em que arenas queremos ser excepcionais e quais processos podem ser padrões de mercado (sem a necessidade de serem os melhores processos do mun-



Yuri Lazaro de Oliveira Cunha

do, pois, quanto maior excelência, maior o custo). Por isso, cuidado com a sua dieta de informação! Com seus conselheiros, quem você lê e quem você ouve!

Tenha o pé no chão, mudar sim! Mas sem desespero! Com consciência e responsabilidade! Vamos juntos?

(*) É Membro dos Empreendedores Compulsivos. Mestre e Doutorando em Administração de Empresas pela EAESP/FGV. Fundador da YLX – Boutique de Treinamento e Consultoria em Gestão. Professor e Coordenador do MBA em Gestão de Inovação, MBA em Estratégia Corporativa e da pós em Gestão de Projetos da BSP – Business School São Paulo. Professor da ESPM, Belas Artes, Metodista, UNIFACS, Sustentare e Senac. Nos últimos anos conduziu projetos e iniciativas de algumas das mais prestigiadas organizações empresariais do mundo.