

PROCESSO DE VENDA DE EMPRESA OU NEGÓCIO

METODOLOGIA NEGOTIUM

METODOLOGIA NEGOTIUM

A decisão de alienar uma empresa ou negócio não pode ser entendida como um sinal de fraqueza. A turbulência da economia, a evolução rápida da tecnologia, a entrada de novos *palyers* no mercado, a escassez de capital para investir, estratégias de fusão ou cisão, são algumas das situações que podem determinar a alienação de partes do capital social.

Page | 1

Todas as empresas ou negócios têm um valor intrínseco associado à sua actividade que resulta de factores como clientela, produtos, marcas, patentes, ou outros activos tangíveis ou intangíveis.

O valor de transacção deve reflectir não só o património actual como o potencial de geração futura de negócio (*goodwill*).

FACTORES CRÍTICOS NO PROCESSO DE VENDA

- ❖ Identificar objectivos da venda
- ❖ Identificar potenciais compradores
- ❖ Avaliar preço justo de transacção

OBJECTIVOS DO PROCESSO DE VENDA DESENVOLVIDO PELA NEGOTIUM

TRANSPARÊNCIA Desenvolvemos um processo de venda que permite à entidade vendedora ter conhecimento do ponto de situação do processo em todas as suas fases. Esta abertura permite efectuar correcções na estratégia de venda consoante as contingências encontradas.

FUNDAMENTAÇÃO Uma parte importante no processo de venda é a avaliação. É determinante que o valor de avaliação seja encontrado de uma forma coerente e fundamentada que inspire confiança e credibilidade não só à entidade vendedora como compradora. Sobre este assunto, sugerimos a leitura da nossa brochura sobre o processo de avaliação, disponível no nosso site.

SATISFAÇÃO Este objectivo é o corolário dos anteriores e pretende resultar de um processo transparente, fundamentado e credível.

METODOLOGIA NEGOTIUM

FASES DO PROCESSO DE VENDA

FASE 1

- ❖ Conhecer objectivos da alienação
 - angariar novos sócios
 - fusionar empresa
 - cindir empresa
 - reestruturar empresa
 - financiar outras operações
- ❖ Delinear estratégia de pesquisa de potenciais adquirentes
 - procura cega
 - procura direccionada
 - short list
- ❖ Fixar valor indicativo de venda
 - preço definido pela entidade em venda
 - avaliação financeira a realizar pela NEGOTIUM
- ❖ Elaborar memorando de venda
 - actividade recente
 - principais indicadores de performance
 - demonstrações financeiras recentes
 - mercados, produtos, clientes

Nesta fase preliminar, só é disponibilizada informação não confidencial ou estratégica
- ❖ Promover oportunidade de venda
 - portal NEGOTIUM na internet
 - anúncios em jornais

- cartas a entidades alvo pré seleccionadas

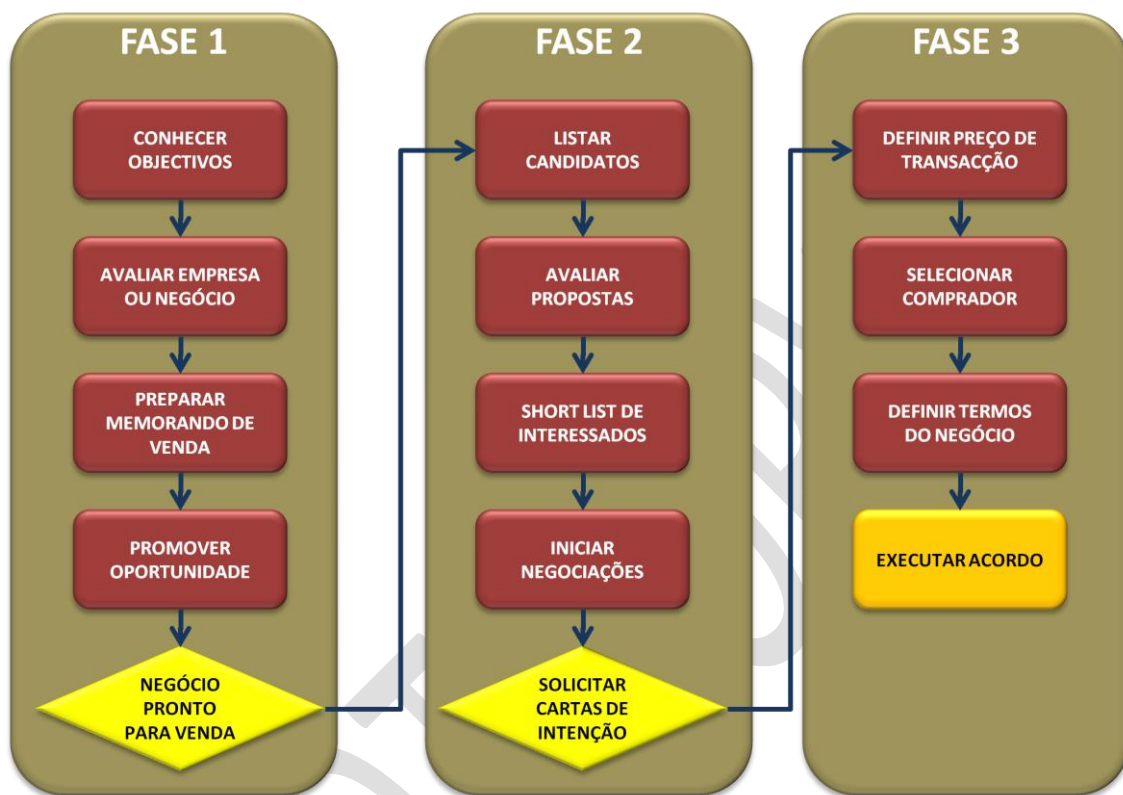
FASE 2

- ❖ Listar candidatos
- ❖ Avaliar credibilidade, intenções e ofertas manifestadas
 - ofertas atractivas
 - candidatos fantasma
 - candidatos credíveis
 - candidatos desejáveis
- ❖ Hierarquizar propostas e elaborar short list
 - Valor
 - Credibilidade dos candidatos
 - Interesse no candidato
- ❖ Iniciar negociações com base na short list
 - cartas de intenção e confidencialidade
 - memorando de informação detalhado (*data room*)

FASE 3

- ❖ Definir preço final de transacção
- ❖ Seleccionar potencial comprador
- ❖ Definir termos do negócio
 - preço
 - prazo e meio de pagamento
 - outras condições ou termos
- ❖ Executar acordo

METODOLOGIA NEGOTIUM



| 2