

IPOs

IPO do Grupo Soma

Publicado em 23.07.2020



+ soma

Resumo

Neste relatório, trazemos a análise sobre o IPO do Grupo Soma (**GSOM3**), dono de marcas conhecidas no país, como Animale, Farm, Fábula e Maria Filó.



IPO Grupo Soma (GSOM3)

Características da oferta

O Grupo Soma está realizando um IPO de cunho misto, ofertando ações ordinárias de distribuição primária e secundária sob o código GSOM3. A proposta é que a empresa integre o Novo Mercado, segmento que reúne as empresas com os maiores níveis de governança corporativa da bolsa.

A oferta base contará com a emissão de 136.363.636 novas ações ordinárias (com direito a voto) de emissão da companhia. Ela ainda poderá ser acrescida em 20% da quantidade base pelo lote adicional e em 15% também da quantidade base pelo lote suplementar, o que representa cerca de 27,2 milhões e 20,45 milhões de ações ordinárias, respectivamente.

As ações dos lotes adicional e suplementar são de titularidade dos já acionistas da companhia, o que confere a característica secundária da oferta. A seguir, podemos observar como será a distribuição do quadro acionário considerando apenas a oferta base.

Acionista	Antes da Oferta		Após a Oferta	
	Ações Ordinárias ⁽¹⁾	%	Ações Ordinárias	%
Roberto Luiz Jatahy Gonçalves...	91.435.146	26,83%	91.435.146	19,16%
Claudia Jatahy Gonçalves	88.741.444	26,04%	88.741.444	18,60%
Gisella Jatahy Gonçalves	29.397.874	8,63%	29.397.874	6,16%
Marcello Ribeiro Bastos	25.196.424	7,39%	25.196.424	5,28%
Katia Ferreira de Barros.....	25.089.174	7,36%	25.089.174	5,26%
Nézio Nogueira de Barros.....	20.989.782	6,16%	20.989.782	4,40%
Ações em Tesouraria.....	4.000.392	1,17%	4.000.392	0,84%
Outros	55.927.652	16,41%	55.927.652	11,72%
Ações em Circulação	–	–	136.363.636	28,58%
Total	340.777.888	100%	477.141.524	100,0%
Total Ex-Tesouraria	336.777.496	98,83%	473.141.132	99,16%

⁽¹⁾ Considerando o desdobramento de ações ocorrido em 2020.

Fonte: Prospecto Preliminar

Se considerarmos a colocação do lote adicional e do lote suplementar, a quantidade de ações em circulação será de aproximadamente 184 milhões.

Acionista	Antes da Oferta		Após a Oferta	
	Ações Ordinárias ⁽¹⁾	%	Ações Ordinárias	%
Roberto Luiz Jatahy Gonçalves.....	91.435.146	26,83%	78.466.979	16,45%
Claudia Jatahy Gonçalves	88.741.444	26,04%	76.155.322	15,96%
Gisella Jatahy Gonçalves.....	29.397.874	8,63%	25.228.399	5,29%
Marcello Ribeiro Bastos.....	25.196.424	7,39%	21.622.837	4,53%
Katia Ferreira de Barros	25.089.174	7,36%	21.530.799	4,51%
Nézio Nogueira de Barros.....	20.989.782	6,16%	18.012.819	3,78%
Ações em Tesouraria	4.000.392	1,17%	4.000.392	0,84%
Outros	55.927.652	16,41%	48.033.069	10,07%
Ações em Circulação	–	–	184.090.908	38,58%
Total	340.777.888	100%	477.141.524	100,0%
Total Ex-Tesouraria	336.777.496	98,83%	473.141.132	99,16%

⁽¹⁾ Considerando o desdobramento de ações ocorrido em 2020.

Fonte: Prospecto Preliminar

A faixa de preço por ação estimada pela companhia é de R\$ 8,80 e R\$ 11,00, sendo o preço médio de R\$ 9,90. Considerando o valor médio, a companhia busca captar aproximadamente R\$ 1,35 bilhão e estreará com um valor de mercado de R\$ 4,72 bilhões. Descontado as despesas com comissões (cerca de R\$ 69,5 milhões), a companhia terá R\$ 1,28 bilhão de recursos líquidos para alocação.

De acordo com o prospecto, os recursos serão destinados à aquisição de novas marcas, ao pagamento de dividendos referentes a exercícios sociais passados, amortização ou liquidação, investimento em tecnologia e omnichannel, abertura de novas lojas físicas, além da modernização e *retrofit* de suas lojas atuais. A imagem a seguir apresenta de que maneira os recursos serão alocados.

Destinação	Percentual Estimado dos Recursos Líquidos	Valor Estimado Líquido ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ (em R\$ milhões)
Aquisição de novas marcas	47,0%	601,4
Pagamento de dividendos devidos referentes à exercícios sociais passados	23,8%	304,8
Amortização ou liquidação de dívidas vigentes	14,2%	182,1
Investimentos em tecnologia e <i>omnichannel</i>	8,0%	102,4
Abertura de novas lojas físicas bem como a modernização e <i>retrofit</i> de suas lojas atuais	7,0%	89,6
Total	100,0%	1.280,4

⁽¹⁾ Com base no Preço por Ação de R\$9,90, que é o ponto médio da Faixa Indicativa.

⁽²⁾ Considerando a dedução das comissões e despesas estimadas para a Companhia na Oferta.

⁽³⁾ Sem considerar as Ações Adicionais e as Ações Suplementares.

Fonte: Prospecto Preliminar

Em relação à aquisição de novas marcas, o Grupo Soma destacou que até a data de publicação do prospecto, não havia celebrado qualquer acordo vinculante para a aquisição de qualquer tipo de marca. Também chama bastante a atenção o fato de que aproximadamente $\frac{1}{4}$ de toda a captação será para o pagamento de dividendos referentes a exercícios passados e não para o investimento do próprio negócio da companhia.

Adicionalmente, é importante destacar que a oferta não institucional será de, no mínimo, 10% do total de ações, considerando as ações adicionais e suplementares, e, no máximo, 30%. Essa oferta compreende a oferta de varejo e a do segmento private.

A oferta de varejo é aquela em que o investidor pode fazer um pedido de investimento na companhia entre R\$ 3 mil e R\$ 1 milhão. Já o segmento private é aquele em que o pedido de investimento fica entre R\$ 1 milhão e R\$ 10 milhões.

Vale destacar que a oferta de varejo e a do segmento private se dividem em *Lock-up* e sem *Lock-up*. Assim, os que optarem pela oferta *Lock-up* não poderão oferecer, vender, emprestar, contratar a venda, dar em garantia ceder ou alienar as suas ações.

O período de *Lock-up* é de 90 dias para o segmento private e de 45 dias para o varejo. Além disso, a companhia, seus administradores e acionistas vendedores se comprometeram com um período de *Lock-up* de 180 dias.

Principais datas dos eventos relacionados à oferta

Início do período de reservas	15 de julho
Encerramento do período de reservas	27 de julho
Fixação do preço por ação	29 de julho
Início das negociações na B3	31 de julho

História e perfil corporativo

A história do grupo de moda Soma teve início em 1991, quando a família Jatahy decidiu criar a marca Animale, com foco em moda feminina de alto padrão. Paralelamente, em 1997, os sócios Kátia Barros e Marcelo Bastos criaram a marca Farm, com a proposta de traduzir o estilo de vida carioca em seus modelos, trazendo estampas e cores originais.

As empresas tiveram uma trajetória de sucesso no mercado. Isoladamente, já estavam consolidadas em 2009, quando a Animale adquiriu participação relevante na Farm. Depois, as empresas trocaram ações e se tornaram uma única companhia, dando início ao que viria a ser o Grupo de Moda Soma.

A união da Farm com a Animale proporcionou ganhos recíprocos para as empresas, pois houve uma grande troca de experiências entre as marcas, que já atuavam no mesmo mercado. A proposta do Grupo Soma era manter a identidade visual das marcas, de modo que as áreas Estilo, Visual Merchandising, Marketing, Branding e Estratégias Comerciais não sofreriam influência.

No entanto, as marcas se beneficiariam com melhores práticas de logística, *sourcing*, inteligência digital e tecnológica. Além disso, também teriam mais acesso à crédito, poder de negociação com locadores e fornecedores, atração, desenvolvimento e retenção de profissionais qualificados. Com essa ideia (chamada de plataforma de marcas pelo grupo), a companhia foi se expandindo pela aquisição de novas marcas e, hoje, opera por meio de oito marcas com foco em moda premium:

- **Animale / Farm / Cris Barros / Brand**
- **Fábula / Foxtton / Off Premium / Maria Filó**

Atualmente, a companhia está presente em 23 estados brasileiros, além do Distrito Federal, com 282 lojas – em shoppings centers e na rua.

Além disso, possui um e-commerce bastante consolidado, que figura como umas das 50 maiores empresas do e-commerce brasileiro, de acordo com a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC). Nesse sentido, o Grupo Soma também atende seus 1,1 milhão de clientes através de nove websites proprietários de e-commerce e de um aplicativo móvel.

Atualmente, a companhia opera com três fábricas e nove centros de distribuição. Por fim, vale destacar que a companhia internaliza os processos relacionados à parte criativa, da definição da coleção e concepção dos produtos às validações de design.

Vantagens competitivas

Na Suno Research, gostamos de chamar de vantagens competitivas apenas aquelas que têm uma característica estrutural no negócio, permitindo que os retornos da companhia sejam protegidos perante os concorrentes.

Entendemos que, no ramo da moda, existe uma certa fidelização do público em relação às marcas. Portanto, como o Soma já possui uma base de clientes consolidada no segmento que é o seu foco, podemos considerar que suas marcas configuram uma vantagem competitiva.

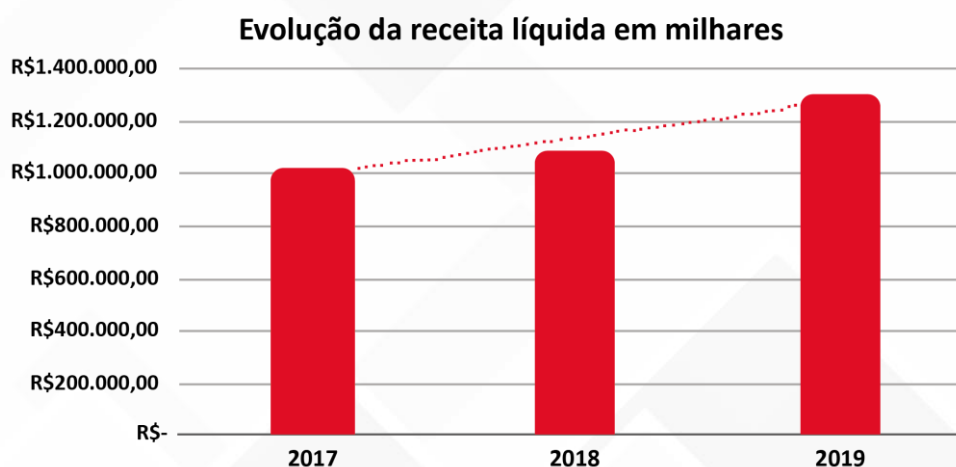
Além disso, podemos citar alguns outros pontos positivos do negócio, mas que não apresentam uma característica estrutural:

- Cultura digital, com foco no desenvolvimento do *e-commerce* e presença marcante nas redes sociais.
- Estratégia *omnichannel* com soluções que integram o varejo físico ao *e-commerce* para uma melhor experiência do cliente.
- Os fundadores das marcas participam ativamente dos negócios.
- Bom histórico de crescimento por fusões e aquisições.

Histórico de resultados e perspectivas

Vamos focar a nossa análise sobre o histórico de resultados entre 2017 e 2019, pois o 1T20 foi cercado de eventos não recorrentes por causa da pandemia, que afetaram bastante a companhia. Destacamos que o resultado do 1T20 foi um prejuízo de R\$ 43,4 milhões, algo natural em função da dependência da empresa pelo fluxo de pessoas nas lojas.

O histórico de resultados da companhia de 2017 até 2019 é positivo, contando com a evolução tanto do *top line* (Receita), quanto do *bottom line* (Lucro Líquido). Crescimento de receita da companhia de 2017 a 2019:



Fonte: Suno Research / Prospecto

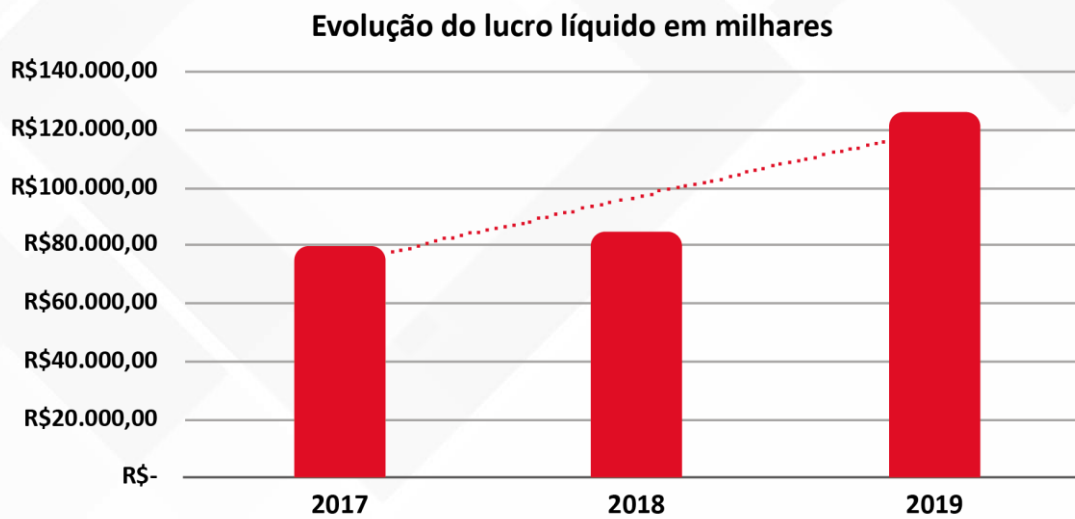
O crescimento da receita foi, em média, de 8,5% nos três anos, bem acima da inflação. Um indicador importante ao analisar empresas de varejo é o SSS (*Same Store Sales* ou “Vendas nas Mesmas Lojas”). O indicador mostra quanto a receita evoluiu excluindo o efeito de novas lojas. Com ele, vemos se a companhia tem implementado maior eficiência em sua operação.

**SSS do Soma nos
últimos três anos:**

2017	1,1%
2018	4,5%
2019	12,9%

Em 2017 e 2018, o desempenho do SSS foi, de certa forma, insatisfatório, mas melhorou muito em 2019. Podemos atribuir isso à melhora de eficiência da empresa, que implementou mais medidas de omnicanalidade em 2019, além de um ambiente mais favorável para o varejo neste último ano conforme a recuperação econômica do país ganhava forma.

Os ganhos de eficiência implementados e a recuperação econômica também contribuíram para o avanço do Lucro Líquido da companhia, que teve em 2019 um ano de forte expansão:

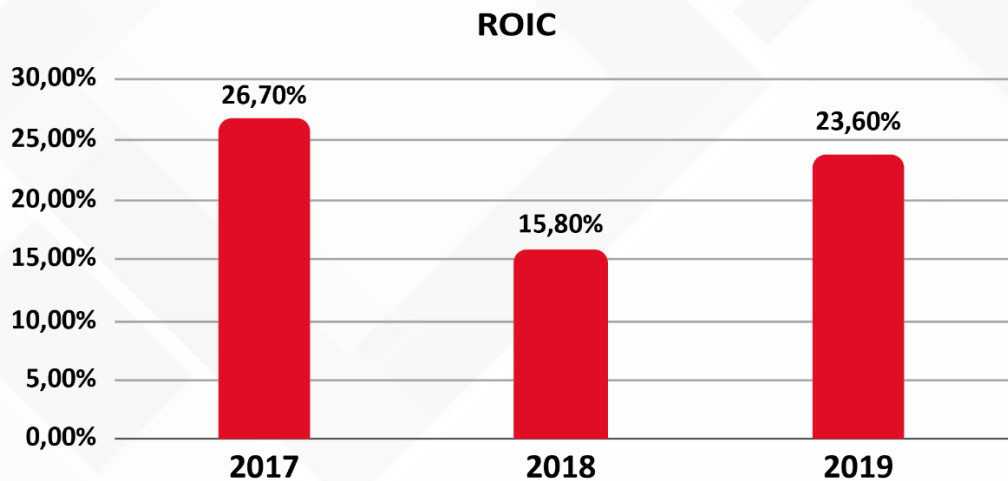


Fonte: Suno Research / Prospecto

O Lucro Líquido de R\$ 126 milhões em 2019, se comparado aos R\$ 80,5 milhões de 2017, nos mostra um crescimento anual médio de 16,33%, um valor expressivo. É importante ressaltar que os resultados da empresa evoluíram sem que ela abrisse mão de margens ou rentabilidade.

O próprio fato de o Lucro Líquido avançar mais do que a Receita Líquida mostra o uso da alavancagem operacional. Analisando mais a fundo os indicadores de rentabilidade, vemos o Grupo Soma como um destaque no setor, com indicadores bastante acima da média.

Por exemplo, o ROIC (Retorno Sobre o Capital Investido) da companhia se manteve em um patamar saudável nesses últimos três anos, conforme você pode verificar abaixo:



Fonte: Suno Research / Prospecto

Este é, inclusive, um dos indicadores de destaque da companhia, estando acima dos seus pares listados em bolsa. A média dos três anos do ROIC do Grupo Soma foi de 22,03%, enquanto este indicador para empresas comparáveis listadas hoje na B3 foi de apenas 12,5% em 2019.

A Lojas Renner, por exemplo, empresa de destaque no segmento de moda de varejo, teve ROIC de 16,5% no ano passado, consideravelmente abaixo dos 23,6% reportados pelo Grupo Soma, o que indica que a empresa tem obtido sucesso ao alocar capital.

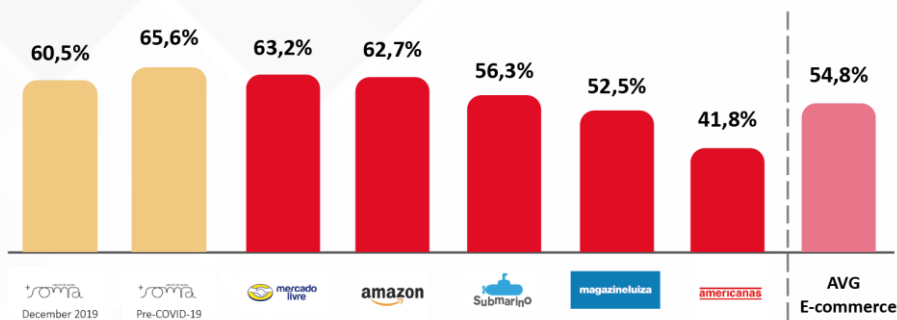
A Margem Bruta (de 66,1% em 2019) também está acima de todos os pares comparáveis, o que significa que ela tem um bom poder de preço em seus produtos e consegue adquirir matéria-prima a baixos custos.

Por outro lado, a margem EBITDA ainda é um ponto negativo da empresa, sendo a sua média de 13,47%, abaixo da média de 20% dos pares em 2019. Isso indica que ela pode obter mais eficiência nas despesas operacionais.

Destacamos também que ela possui uma boa reputação com clientes, verificado por índices de satisfação acima da média:

Indicadores de Satisfação do cliente

Grupo Soma obteve classificação mais alta em indicadores de satisfação com seus pares, anteriormente ao COVID²:



Fonte: Suno Research / Prospecto

Além disso, as marcas da companhia têm notas melhores do que seus concorrentes no portal Reclame Aqui. Em entrevistas da Suno Research com pessoas que representam o público-alvo da marca, constatamos, em quase todas as ocasiões, um nível de satisfação bastante elevado com as marcas da companhia, principalmente as da linha premium.

Como último ponto do histórico de resultados, destacamos o fato de o Grupo Soma ter conduzido ao longo de sua história uma série de fusões e aquisições bem-sucedidas, tendo muito sucesso em integrar equipes e ganhar eficiência sem perder a característica única de cada marca.

A continuidade da integração será vital para o sucesso da empresa uma vez que o crescimento inorgânico (via fusões e aquisições) é um fator crucial do seu plano de expansão. Diante de todos os fatores apresentados, classificamos o histórico de resultados da empresa como positivo, no geral.

Perspectivas futuras

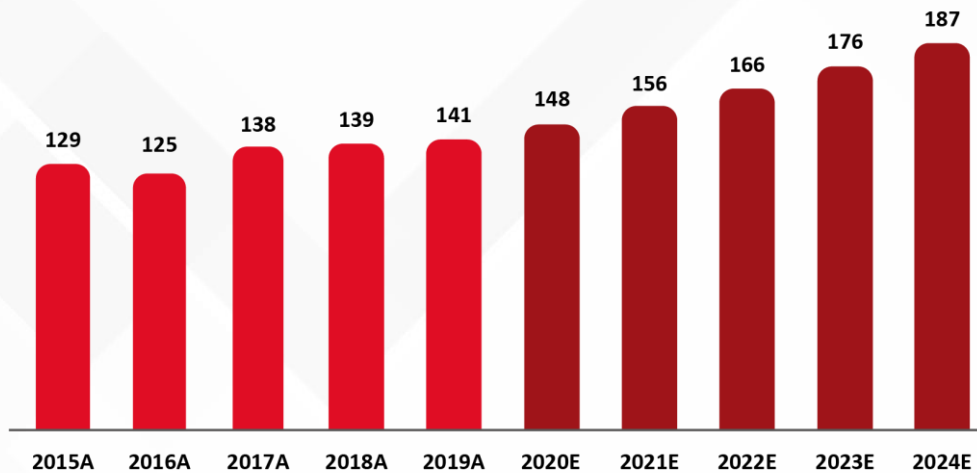
As perspectivas futuras para a companhia são boas e o quadro abaixo resume as oportunidades que o Grupo Soma pode explorar:



Fonte: Formulário de referência

Em nossa visão, os pontos 1 e 2 serão as principais alavancas de valor para o Grupo Soma. A expansão é, inclusive, o principal destino dos recursos arrecadados no IPO, com 47% dos recursos (cerca de R\$ 600 milhões) destinados à aquisição de novas marcas. Vale destacar que a estimativa é de um crescimento razoável para o setor de vestuário e calçados no Brasil, conforme podemos ver na próxima imagem.

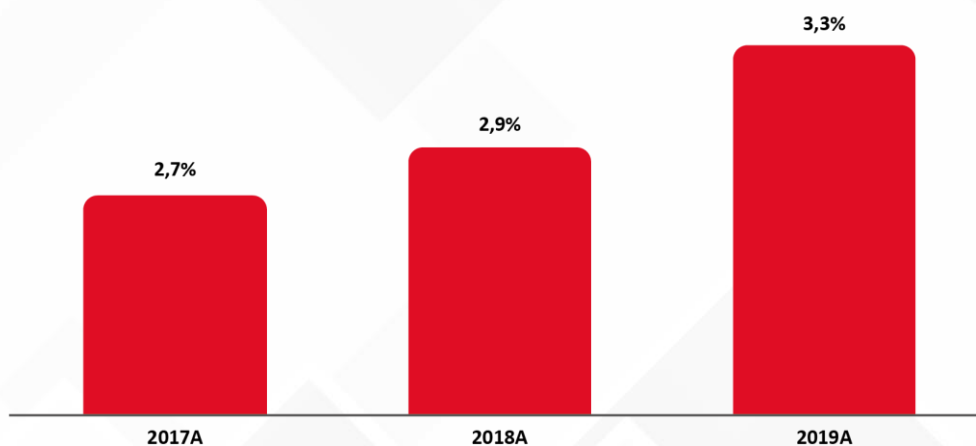
Vendas Históricas e Previstas da Indústria de Vestuário e Calçados do Brasil (em R\$ bilhões)



Fonte: EuroMonitor / Grupo Soma / Suno Research

Deste valor, estima-se que 45% seja destinado ao mercado feminino, justamente o foco do Grupo Soma. Embora o avanço anual de vendas previstas não seja tão relevante, vemos o Grupo Soma capaz de capturar *market share*. De fato, a participação de mercado da empresa vem crescendo nos últimos anos. Veja:

Market Share^s (em valor) do Grupo Soma no Setor de Vestuário Feminino no Brasil (%)

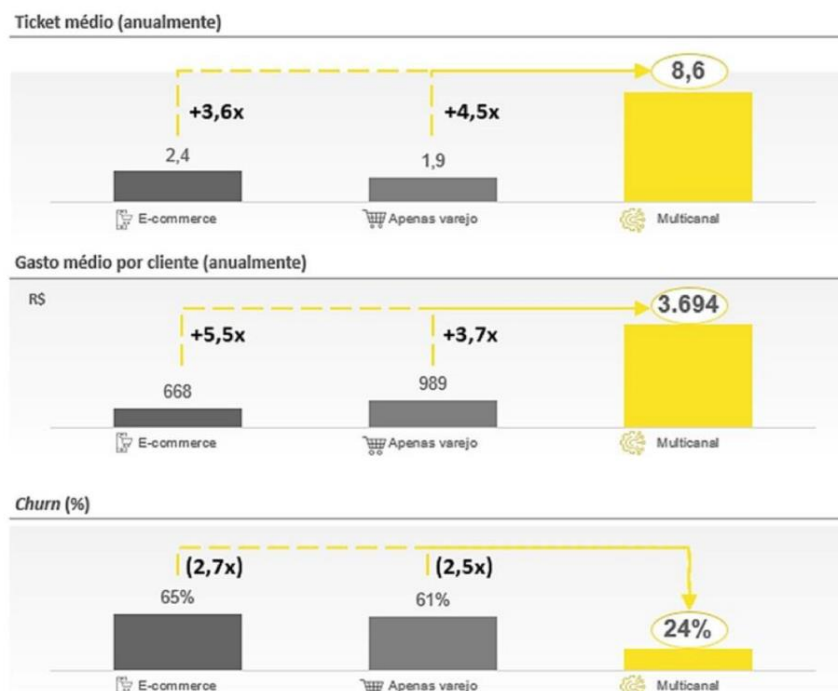


Fonte: EuroMonitor / Grupo Soma / Suno Research

Mas, por este mercado ser altamente fragmentado, essa participação ainda é muito pequena. Assim, vemos capacidade no Grupo Soma para ser uma das empresas responsáveis pela consolidação deste setor.

A segunda grande alavanca de valor que vemos para a empresa é o avanço da multicanalidade, isto é, a integração entre os canais físicos e digitais, seguindo, da sua maneira, a receita de sucesso implementada no passado pela Magazine Luíza.

A companhia percebeu que os clientes que frequentam ambos os canais têm um gasto médio anual maior, maior fidelidade à marca e maior nível de satisfação. A imagem abaixo quantifica as vantagens da omnicanalidade:



Fonte: Formulário de referência

A empresa vem obtendo sucesso em integrar ambos os canais, criando formas para que os vendedores das lojas físicas sejam remunerados pelas vendas virtuais, o que aumenta a eficiência do negócio. O *e-commerce* como percentual de venda no varejo para a empresa era de 20% no 1T19 e foi de 38% no 1T20, influenciado pela pandemia do coronavírus.

A empresa detém hoje boa presença digital com suas marcas em redes sociais. Vale ressaltar, porém, que os perfis de marcas possuem indicadores de engajamento, em média, muito menores que o de pessoas.

Dessa forma, vemos com uma avenida de crescimento o uso de *influencers* digitais para popularizar ainda mais as marcas do grupo. Esta é uma estratégia consolidada pela Revolve, um dos players de moda de maior relevância mundial. Considerando todos esses fatores, vemos como positivas as perspectivas futuras do Grupo Soma.

Fatores de risco

- **Operação:** como o grupo atua no varejo de moda, é necessário que ele acompanhe as tendências do setor e consiga responder com rapidez aos anseios dos consumidores. Para isso, é importante que a companhia consiga prever as movimentações do mercado e disponibilize produtos que estejam de acordo com as necessidades dos consumidores.

Dada a rapidez com que essas tendências mudam, sendo muito voláteis e imprevisíveis, caso a empresa não consiga acompanhar o mercado, pode haver uma não aceitação das suas marcas e, conseqüentemente, gerar um forte impacto sobre os retornos.

- **Poder de compra:** além disso, o segmento de varejo de moda, principalmente o de vertente premium, no qual a companhia está inserida, depende do poder de compra da população. Com isso, os ciclos econômicos desfavoráveis impactam fortemente a companhia, pois os consumidores tendem a priorizar o consumo de produtos essenciais, deixando de lado os artigos de moda.
- **Vendas em shoppings:** é importante lembrar que, apesar de a companhia ter uma forte estratégia voltada para seu *e-commerce*, a venda em lojas físicas ainda é superior à venda nos canais digitais. A maioria das suas lojas físicas fica em shoppings centers e o fluxo de pessoas nelas depende diretamente do fluxo de pessoas dentro dos shoppings. Na pandemia, houve a necessidade de manter fechada a operação em grande parte dos shoppings. Assim, a companhia viu uma forte queda em suas vendas por meio desse canal. Assim, podemos considerar um fator de risco a forte dependência das vendas nas lojas localizadas em shoppings dada à imprevisibilidade de reabertura, bem como a retomada do fluxo de clientes aos níveis pré-pandemia.

- **Legislação:** um ponto que merece destaque é que a empresa é favorecida por benefícios fiscais do governo. No prospecto, ela destacou: “No período de três meses findo em 31 de março de 2020 e nos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2019 e 2018, os valores referentes ao benefício fiscal de ICMS gerados pela Lei Estadual da Moda no Estado do Rio de Janeiro afetaram positivamente a receita líquida da Cidade Maravilhosa em R\$ 26,1 milhões, R\$ 122,0 milhões e R\$ 103,7 milhões, respectivamente”. Há ainda alusão a outros benefícios fiscais, mas o favorecimento gerado pela Lei Estadual da Moda no Estado do Rio de Janeiro é o que apresenta maior relevância. Assim, alguma movimentação que altere os parâmetros dessa lei, algo que não depende da companhia, pode afetar bastante o seu resultado.
- **Aquisições:** quando analisamos a destinação dos recursos captados pela companhia na oferta, notamos que 47% dele, ou R\$ 600 milhões aproximadamente, será destinado à aquisição de novas marcas. Essa proposta faz bastante sentido dado o modelo de negócios pautado pela forte política de aquisições e fusões. No entanto, até a divulgação do prospecto, o Grupo Soma destacou que não havia celebrado qualquer contrato ou acordo vinculante para a aquisição de alguma marca. Consideramos tal situação como um fator de risco pois, nessas condições, é totalmente creditado à gestão da companhia a capacidade de alocar bem esses recursos captados.

- **Coronavírus:** por fim, mas não menos importante, devemos destacar questões gerais relacionadas à pandemia. Há ainda muita indefinição a respeito da duração, gravidade, distribuição geográfica, ações contra os impactos e previsões sobre quando será retomado os patamares operacionais e econômicos pré-pandemia. Nesse sentido, a companhia pode ser afetada de várias formas, com a redução no fluxo de pessoas em suas lojas, interferência na cadeia de suprimentos, alteração dos preços dos fornecedores, redução do poder de compra da população, priorização de bens essenciais não ligados à moda, necessidade de modificar a sua operação, dificuldade de acesso à crédito, etc.

Valuation

Como 2020 será um ano atípico para os resultados das empresas – mas que na perpetuidade não impactará significativamente – consideraremos em nossas premissas as estimativas para o final de 2021, quando acreditamos que o cenário de recuperação já estará instalado.

Consideremos, então, que a empresa manterá o ritmo de crescimento em sua Receita Bruta, além de uma Margem Líquida para 2021 que é a média das margens líquidas de 2017 a 2019. Tais premissas nos parecem razoáveis, pois devemos considerar que ela terá uma entrada de caixa que será parcialmente destinada a aquisições, que devem melhorar seus resultados significativamente, caso o seu bom histórico seja replicado.

Deste modo, temos um Lucro Líquido próximo de R\$ 145,5 milhões para 2021 e um EBITDA de R\$ 209,1 milhões para o mesmo período. A seguir, temos a tabela que contempla os múltiplos de Preço/Lucro e EV/EBITDA dos últimos 12 meses (LTM – *Last Twelve Months*) para as empresas mencionadas, bem como as estimativas para 2021.

Empresa	EV/EBITDA LTM	EV/EBITDA 2021E	P/L LTM	P/L 2021E
Guararapes	9,7	11,8	18,2	22,4
C&A	3,5	6,9	20,6	30,1
Renner	15,6	15,0	35,5	27,2
Hering	9,0	11,4	14,5	15,4
Revolve	20,3	16,8	40,8	30,9
Grupo Soma	25,9	17,4	37,2	32,5

Fonte: FactSet / Grupo Soma / Suno Research

Na tabela acima, utilizamos o Lucro Líquido e o EBITDA estimados para 2021, mencionados anteriormente, para o cálculo dos múltiplos estimados do Grupo Soma. Assim, utilizando o preço médio da faixa do IPO (R\$ 9,90) e o lucro estimado, chegamos a um P/L de 32,5. Por outro lado, utilizando também o preço médio da faixa e considerando a entrada de recursos do IPO, chegamos a um EV/EBITDA estimado de 17,4 para 2021.

Considerando as estimativas para 2021 relativa aos pares de mercado considerados, temos que o P/L médio do setor será cerca de 23,8 em 2021, enquanto o EV/EBITDA médio será de 12,4.

Deste modo, podemos notar que os múltiplos do Grupo Soma estão muito acima da média do mercado, figurando entre os maiores. Não enxergamos que as perspectivas para a companhia justifiquem este valuation. Portanto, não vemos margem de segurança para entrar no investimento diante dos preços estipulados no IPO de GSOM3.

Além disso, cabe ressaltar que o Grupo Soma já abrirá capital negociado a múltiplos próximos – em alguns casos superiores, vide EV/EBITDA – aos da Revolve, uma empresa de moda norte-americana com bastante destaque no segmento digital e que possui um modelo *asset light*.

Portanto, faz sentido que a Revolve tenha múltiplos altos, mas os do Grupo Soma deveriam ser inferiores, em nosso ponto de vista, por causa do seu modelo atual.

Por fim, vale mencionar que em nosso valuation pelo método do fluxo de caixa descontado, considerando premissas similares, também não verificamos uma margem de segurança que nos deixasse confortável para uma entrada no negócio.

Conclusão

Em geral, não podemos negar que gostamos do histórico de resultados da companhia e de suas perspectivas futuras. Ela apresenta números interessantes e possui alavancas de crescimento que vêm sendo utilizadas com sabedoria. No entanto, o preço é um fator determinante e não nos agrada, conforme mostramos no valuation realizado.

Entrar no IPO em qualquer valor da faixa de preços estabelecida significa confiar demasiadamente na execução das futuras aquisições (que ainda não estão mapeadas), sem qualquer existência de margem de segurança.



Viés negativo

Gostamos da empresa e a manteremos em nosso radar, mas aguardaremos as próximas aquisições e a melhora do cenário de incertezas. Assim, recomendamos ficar de fora do IPO do Grupo Soma neste momento.



Tiago Reis
Analista CNPI



Disclaimer

As informações constantes deste material podem auxiliar o investidor em suas decisões de investimento; porém o investidor será responsável, de forma exclusiva, pela verificação da conveniência e oportunidade da movimentação de sua carteira de investimentos e pela tomada de decisão quanto à efetivação de operações de compra e/ou venda de títulos e/ou valores mobiliários.

Este material apresenta informações para diversos perfis de investimento e o investidor deverá verificar e atentar para as informações próprias ao seu perfil de investimento, uma vez que as informações constantes deste material não são adequadas para todos os investidores. Quaisquer projeções de risco ou retorno potenciais são meramente ilustrativas e, portanto, não são e não devem ser interpretadas pelo investidor como previsão de eventos futuros e/ou garantia de resultados.

Além disso, não garantimos a exatidão das informações aqui contidas e recomendamos ao investidor que não utilize este relatório como única fonte para embasar suas decisões de investimento. Os investimentos realizados pelo investidor para sua carteira estão sujeitos a diversos riscos inerentes aos mercados e aos ativos integrantes da carteira, incluindo, sem limitação, risco de mercado, risco de crédito, risco de liquidez, risco cambial, risco de concentração, risco de perda do capital investido e de disponibilização de recursos adicionais, entre outros.

Os analistas responsáveis pela elaboração deste relatório declaram, nos termos da Instrução CVM nº 598/18, que as recomendações do relatório de análise refletem única e exclusivamente as suas opiniões pessoais e foram elaboradas de forma independente.

Este material destina-se única e exclusivamente aos assinantes da Suno Research. Sua cópia ou distribuição, integral ou parcial, sem a expressa autorização, acarretará multa de até 2.000 vezes o valor deste relatório, apreensão das cópias ilegais, além de responsabilização em processo civil.