

RESUMO DAS APRESENTAÇÕES EXIBIDAS  
DURANTE O ROAD SHOW  
EM SÃO PAULO NO DIA 12.11.2024.

ESTA APRESENTAÇÃO NÃO É  
COMPLETA SEM OS COMENTÁRIOS  
VERBAIS FEITOS PELOS PALESTRANTES.










**DBK** | **CCM**  
DEALERSHIP BROKERS

# ROAD SHOW

**ASSOCIAÇÕES  
DE MARCA**

- A DBK é pioneira no Brasil em assessorar as transações de compras e vendas de concessionárias de forma ágil e personalizada.
- A CCM oferece uma gestão inteligente em soluções de nuvem e dados para concessionárias.
- Unimos nossas forças para capturar e qualificar dados, extrair inteligência de mercado e compartilhar esta expertise com todos os *players* do segmento.

## PRINCIPAIS INTERMEDIações

<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>SPERANDIO MOTORS</b>  CHAPECÓ/SC</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO CarHouse</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>UNION</b> <b>Jeep</b> JUIZ DE FORA/MG PETROPOLIS/RJ</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO AGUIABRANCA</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>BRÜCKE MOTORS</b>  VITÓRIA/ES</p> <p>PARA:</p> <p><b>MOTOR GROUP</b> VITÓRIA</p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>MAVIMOTO</b>  IPATINGA/MG CORONEL FABRICIANO/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>MOTO MANUQUE</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>HMB   MOVE</b>  DIVINÓPOLIS/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>Grupo Tecar</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>VENEZA</b> <b>Jeep</b> ITUMBIARA/GO</p> <p>PARA:</p> <p><b>URCA</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>PACIFIC MOTORS</b>  BELO HORIZONTE/MG CONTAGEM/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>BDG</b> BRASIL DEALER GROUP</p>
<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>MALLON</b>  LAJES/SC VIDEIRA/SC</p> <p>PARA:</p> <p><b>Mercosul</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>ZUCAVEL</b> <b>Jeep</b> MARABÁ/PA IMPERATRIZ/MA</p> <p>PARA:</p> <p><b>Grupo Parvi</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>ALPAVEL</b> <b>FIAT</b> ADAMANTINA/SP</p> <p>PARA:</p> <p><b>Grupo ENZO</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>DIVVA</b> <b>Jeep</b> IPATINGA/MG GOVERNADOR VALADARES/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>Orletti</b> Sem negociações sempre</p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>CENTER FORTALEZA</b>  FORTALEZA/CE SÃO LUIS/MA</p> <p>PARA:</p> <p><b>PGprime</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>MALLON</b>  CANOINHAS - SC</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO BARIGUI</b></p>	<p><b>DBK</b> ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>02 BH</b>  BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO VALENCE</b></p>



## PRINCIPAIS INTERMEDIações

<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>HIRO MOTORS</b> VITÓRIA/ES</p> <p>PARA:</p> <p><b>LAGUNA MOTOS</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>O2 BH</b> <b>DUCATI</b> BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO VALENCE</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>VALBORG</b> BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>BDG</b> BRASIL DEALER GROUP</p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>O2 BH</b> BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO VALENCE</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>BORDEAUX</b> BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>automax</b> O máximo por você.</p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>TRIAMA NORTE</b> MONTES CLAROS/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>VALENCE</b> MAQUINAS</p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>PROESTE</b> PRESIDENTE PRUDENTE/SP</p> <p>PARA:</p> <p><b>V. MUCHIUTT</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>TECAR</b> BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO ROMA</b></p>
<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>NATIVE</b> UBERABA/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>SAN MARCO</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>NATIVE</b> UBERABA/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>SAN MARCO</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>SBADERCAR</b> CANOAS/RS GRAVATAI/RS CAMAQUÁ/RS CACHOEIRINHA/RS</p> <p>PARA:</p> <p><b>Grupo Betiolo</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>VALBORG</b> VITÓRIA/ES</p> <p>PARA:</p> <p><b>LAGUNA MOTOS</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>GRANDE NORTE</b> MONTES CLAROS/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO PRIMA VIA</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>ORANGE BH</b> BELO HORIZONTE/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>GRUPO VALENCE</b></p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>MOTOSMAR</b> MONTES CLAROS/MG</p> <p>PARA:</p> <p><b>AntaresMotos</b> HONDA</p>	<p>DBK ATUOU NA VENDA DA:</p> <p><b>CONCESSIONÁRIAS</b></p> <p>EM PROCESSO DE APROVAÇÃO NAS MONTADORAS</p>

# PRINCIPAIS VALUATION

**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**RENAULT**

**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**HONDA**

**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**HONDA**

**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA



**YAMAHA**

**DBK**  
EXECUTOU O PROJETO DE VALUATION  
EM CONCESSIONÁRIA DA MARCA

**DUCATI**

- Panorama da Distribuição de Autos no Brasil
- O Momento no Setor
- Valor das Bandeiras
- Tendências do Valor das Concessionárias
- Dados da Distribuição – Ranking DBK & CCM
- Case CDK – Anatomia de um Ataque Cyber Segurança
- Perguntas e Respostas

# Panorama da Distribuição de Autos no Brasil

# 1ª Pesquisa do Setor de Distribuição de Autos



- Levantamento feito em Abril/Maio 2024.
- Pesquisado os titulares de grandes grupos brasileiros.
- Comandam 10% das concessionárias de autos no Brasil.
- Foco:
  - A compra e venda de concessionárias
  - O momento no setor de distribuição

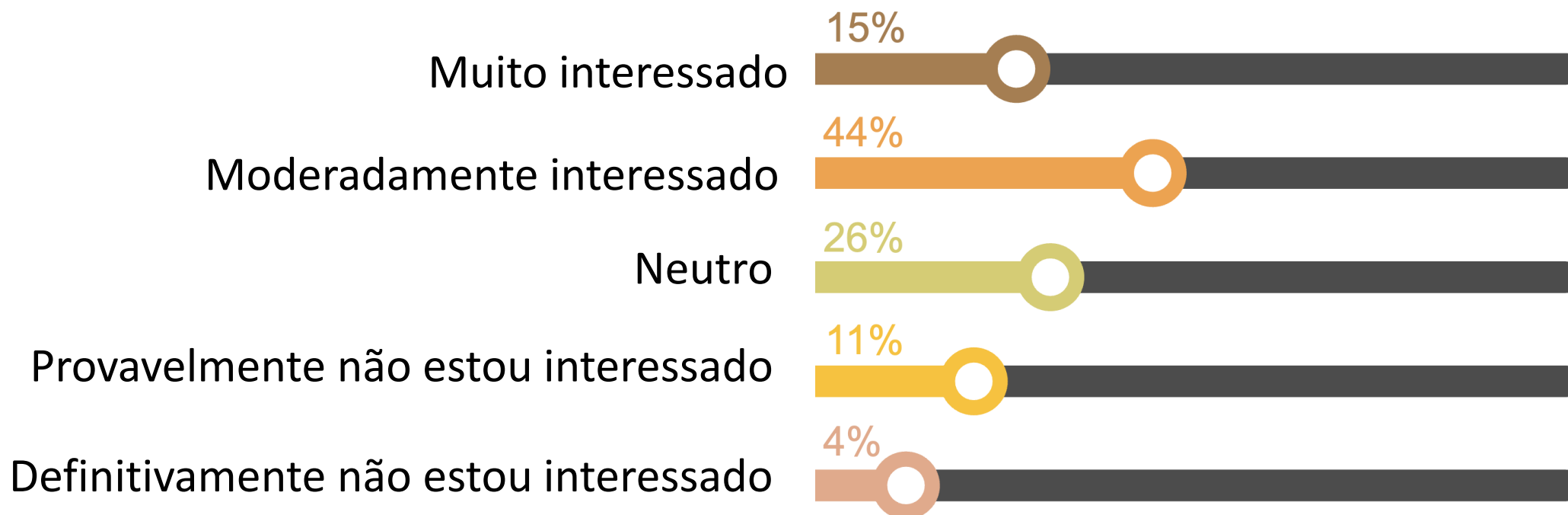


# Interesse em Comprar

Qual é o seu nível de interesse em comprar uma ou mais concessionárias em 2024?

DBK  
DEALERSHIP BROKERS

CCM

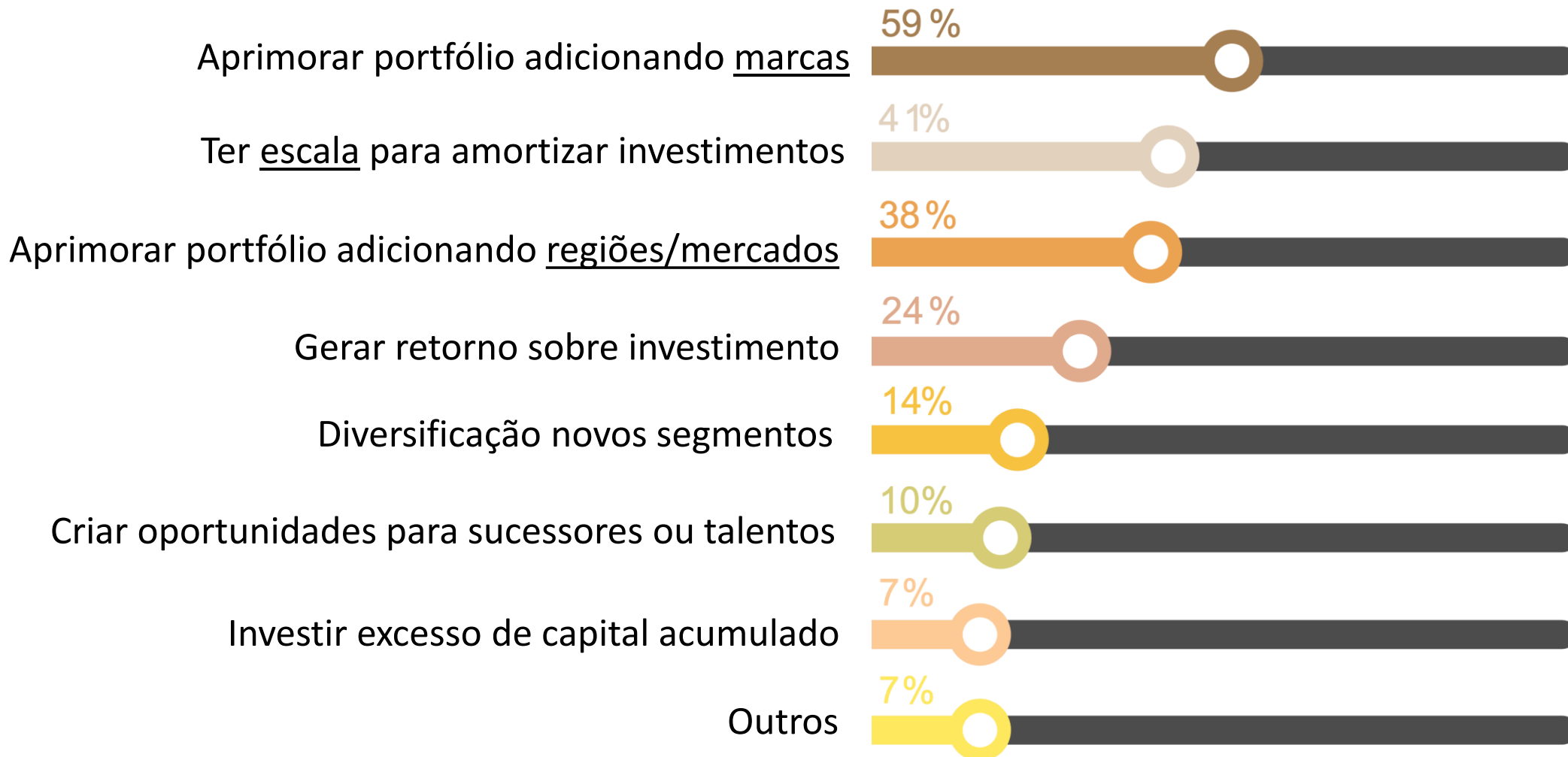


# Motivos para Comprar

Caso tenha interesse em comprar concessionárias em 2024, quais seriam os motivos decisivos para a aquisição?

DBK  
DEALERSHIP BROKERS

CCM

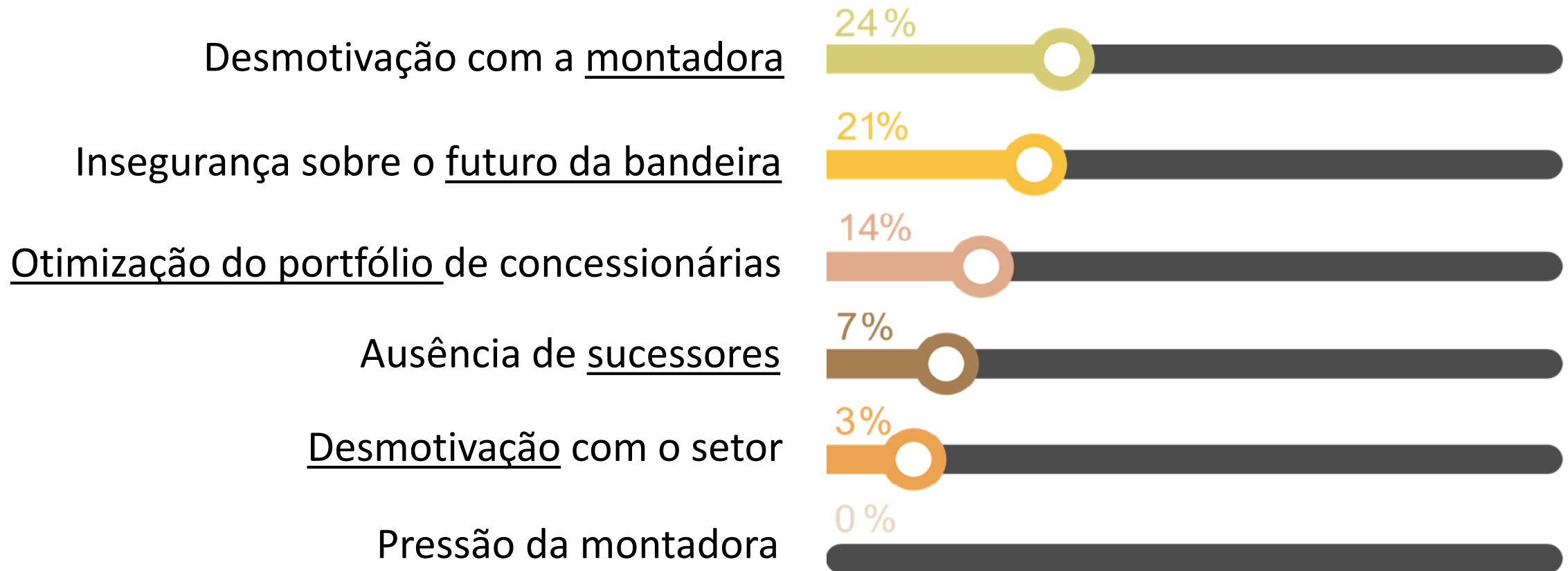


# Motivos para Vender

Caso pense em vender alguma das suas concessionárias em 2024, quais seriam os motivos decisivos para a venda?

DBK  
DEalership Brokers

CCM



## Modelo de Análise SWOT

- Forças
- Fraquezas
- Oportunidades
- Ameaças



- Grandes grupos rentáveis, maduros, capitalizados e com apetite.
- Várias redes e montadoras fortes e capitalizadas.
- Há recursos para investir nas novas redes chinesas: GWM, BYD, etc.
- Setor ágil e em constante evolução.
- Lei Ferrari resistiu a mais uma tentativa de esvaziamento.
- Encolhimento da Ford abalou minimamente o setor.

- Algumas concessionárias de pequeno porte fracas e desmotivadas.
- Algumas redes e suas montadoras estão fracas e desmotivadas.
- Pressão de montadoras para saída de concessionárias com pouca estrutura e governança.
- Montadoras continuam sem conseguir equilibrar oferta e demanda.
- Juros altos implicam em custos altos de estoques VN e VSN.
- Montadoras impõem investimentos altos nos PDV's com retorno duvidoso.
- Riscos novos em segurança cibernética.

- Pressão de montadoras por consolidação entre concessionárias da suas marca.
- Consolidação entre os grandes grupos de concessionárias.
- Grandes grupos vem criando e desenvolvendo marcas próprias para usados.
- Grupos multibandeiras tem obtidos grandes sinergias ao construir Auto Malls.
- Novos open points abrirão nas redes das marcas chinesas.
- AUTOMOB continua como balizador de rentabilidade e de valor de concessionárias.

- O impacto da reforma tributária na distribuição é incerto.
- O futuro de longo prazo no Brasil das marcas chinesas oferece riscos.
- Adoção do modelo de Agency Model (Faturamento Direto) é incerto.
- Stellantis rompe com o passado ao invadir as áreas de competência das concessionárias: peças, oficinas, usados, etc.
- Grandes locadoras têm a capacidade técnica de virarem, sozinhas, importadoras, varejistas e rede de distribuição com marca própria, se quiserem.



- Concessionárias de autos continuam a ser um investimento desejado e investidores de fora do setor não conseguem entrar.
- A onda das marcas chinesas é real, mas é sujeita a forças imprevisíveis (barreiras dos Estados Unidos e Europa vs. dependência do Brasil das compras agrícolas chinesas).
- A consolidação de concessionárias, tanto da mesma bandeira como entre grupos de concessionárias, vai continuar. Ainda temos cerca de 700 concessionários com apenas 1 operação.
- O número de lojas vai aumentar, mas apenas por causa dos chineses.
- A dispersão da rentabilidade entre as bandeiras faz com que os grupos tenham que administrar com rigor seu portfólio de marcas.
- Auto Malls de grupos multibandeiras vão crescer mas isto exige expertise em imóveis que nem todos tem.
- Casos de quebra da segurança cibernética vão aumentar.

# Valor das Bandeiras

# Índice de Valor da Bandeira

DBK  
DEALERSHIP BROKERS

CCM

28ª PESQUISA  
FENABRAVE DE  
RELACIONAMENTO  
COM AS MARCAS

**FENABRAVE**

**PESQUISA FENABRAVE: AUTOS E COMERCIAIS LEVES**

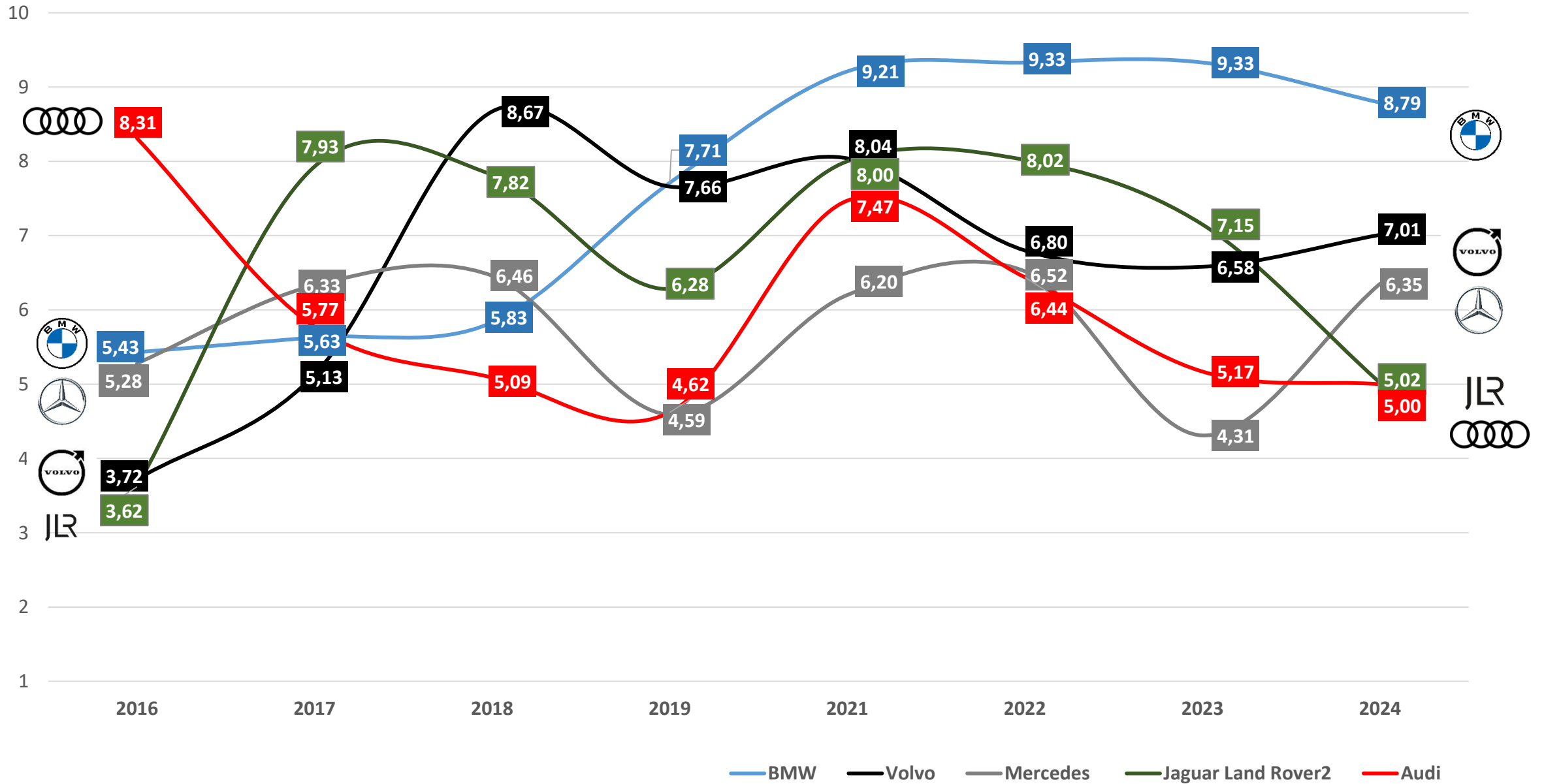
FENABRAVE  
Movendo o Brasil

SCHEUER  
CONSULTORIA

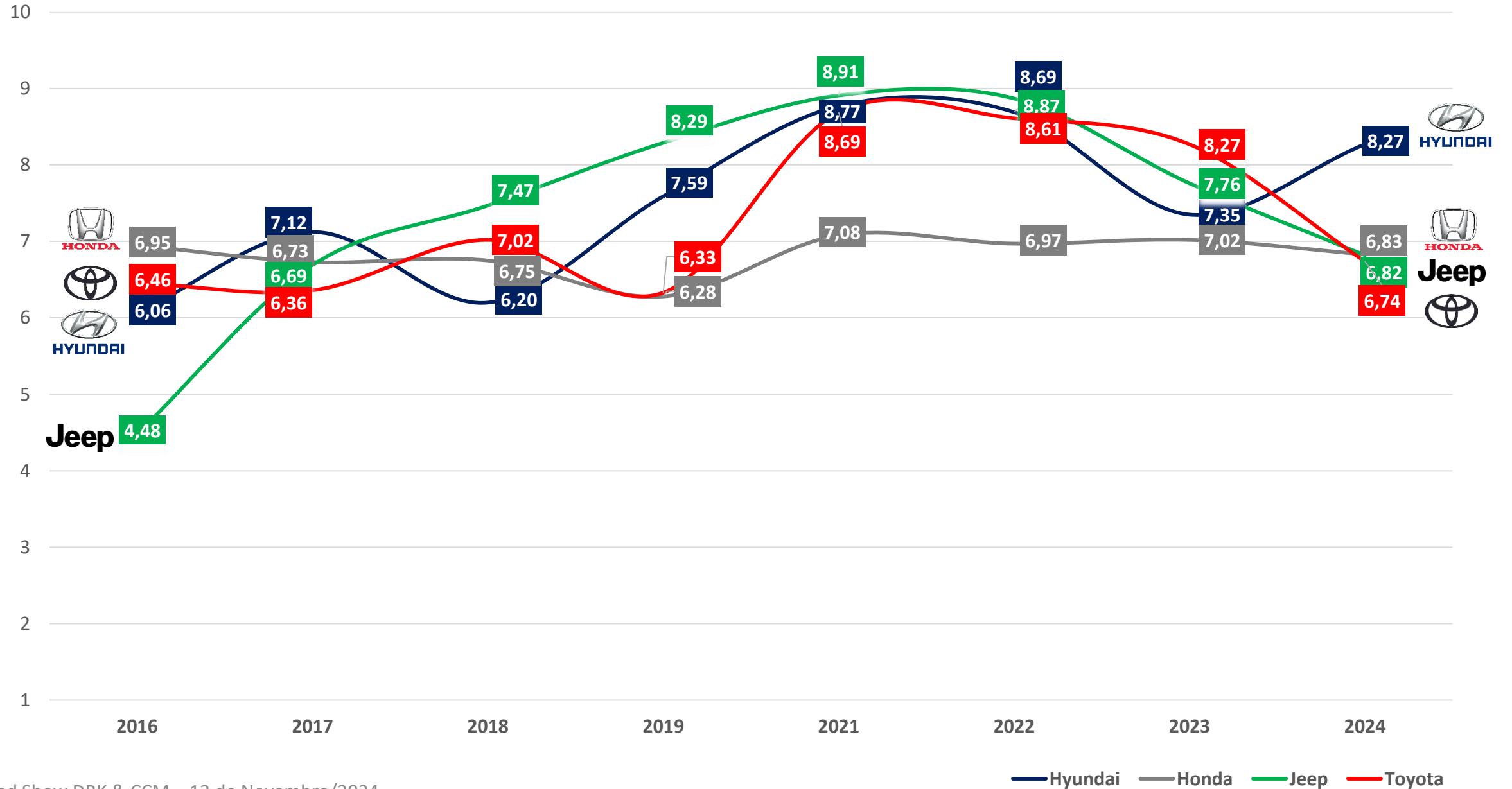
- O Índice de Valor resume a opinião dos concessionários sobre o valor total do negócio de concessionárias de veículos.
- É baseado na média das respostas dadas às perguntas 1, 2 e 3.
  1. O valor de minha concessionária cresceu nos últimos 12 meses.
  2. O valor de minha concessionária vai crescer nos próximos 12 meses.
  3. O resultado de minha concessionária atende minhas expectativas.



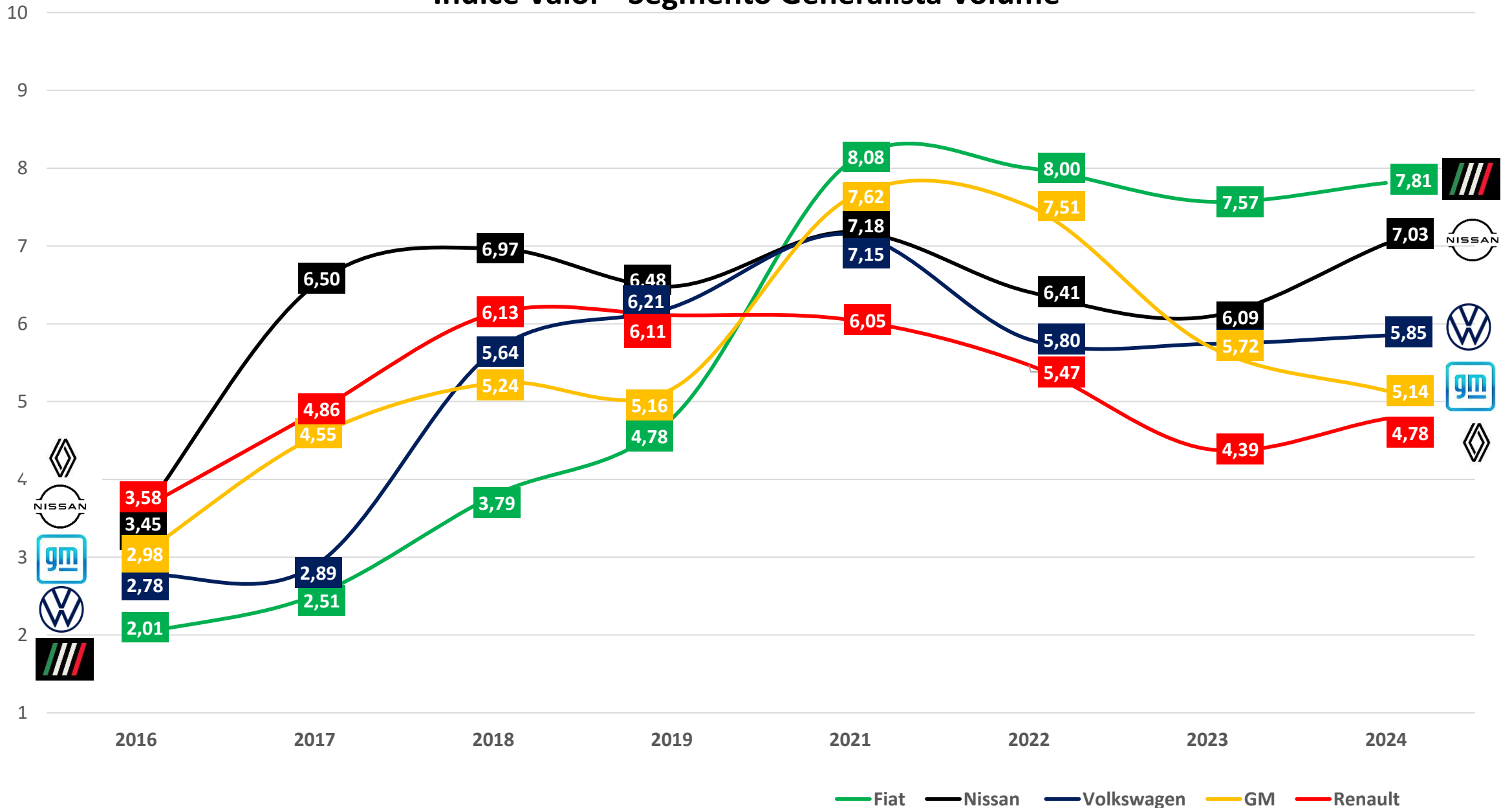
# Índice Valor - Segmento Premium



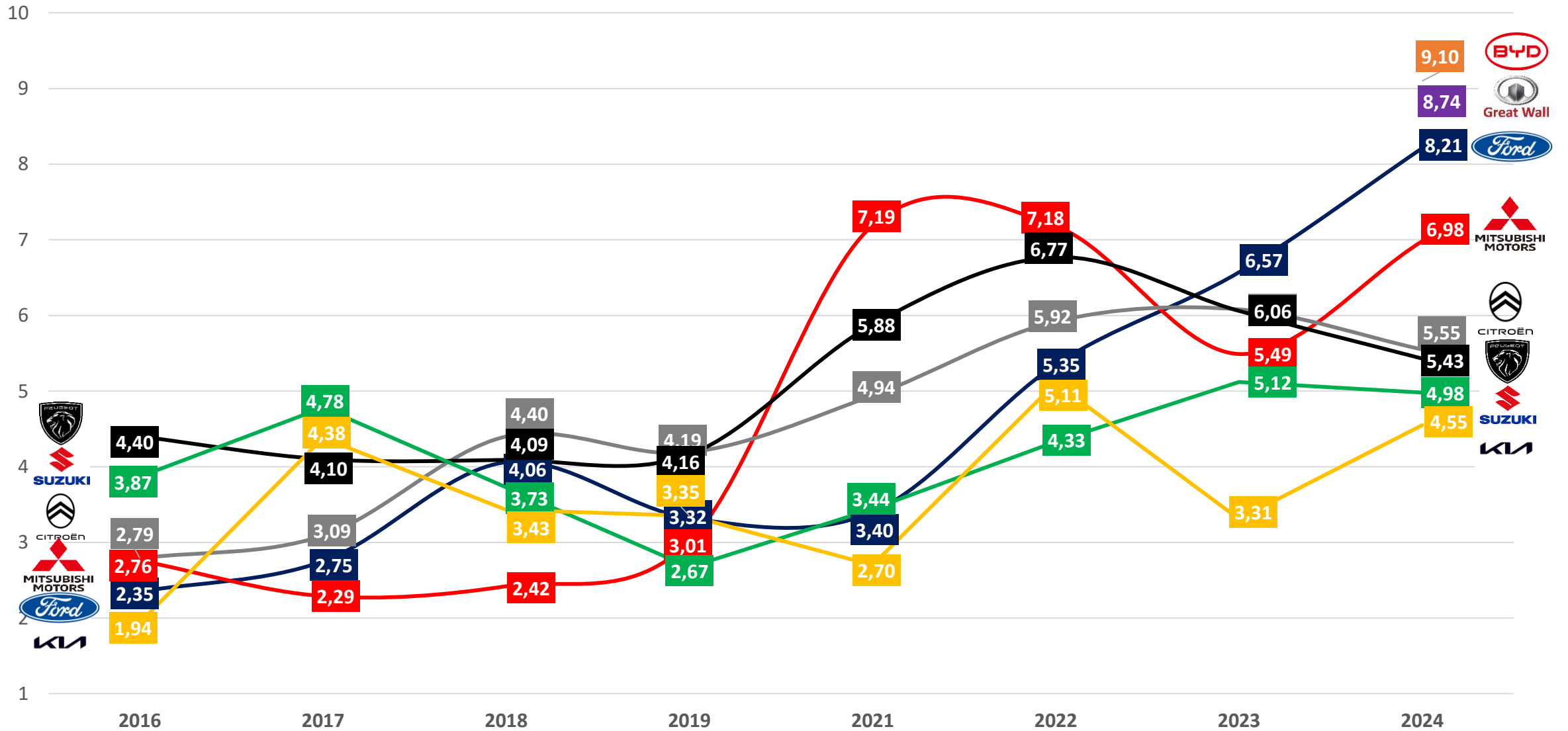
# Índice Valor - Segmento Generalista Top



# Índice Valor - Segmento Generalista Volume

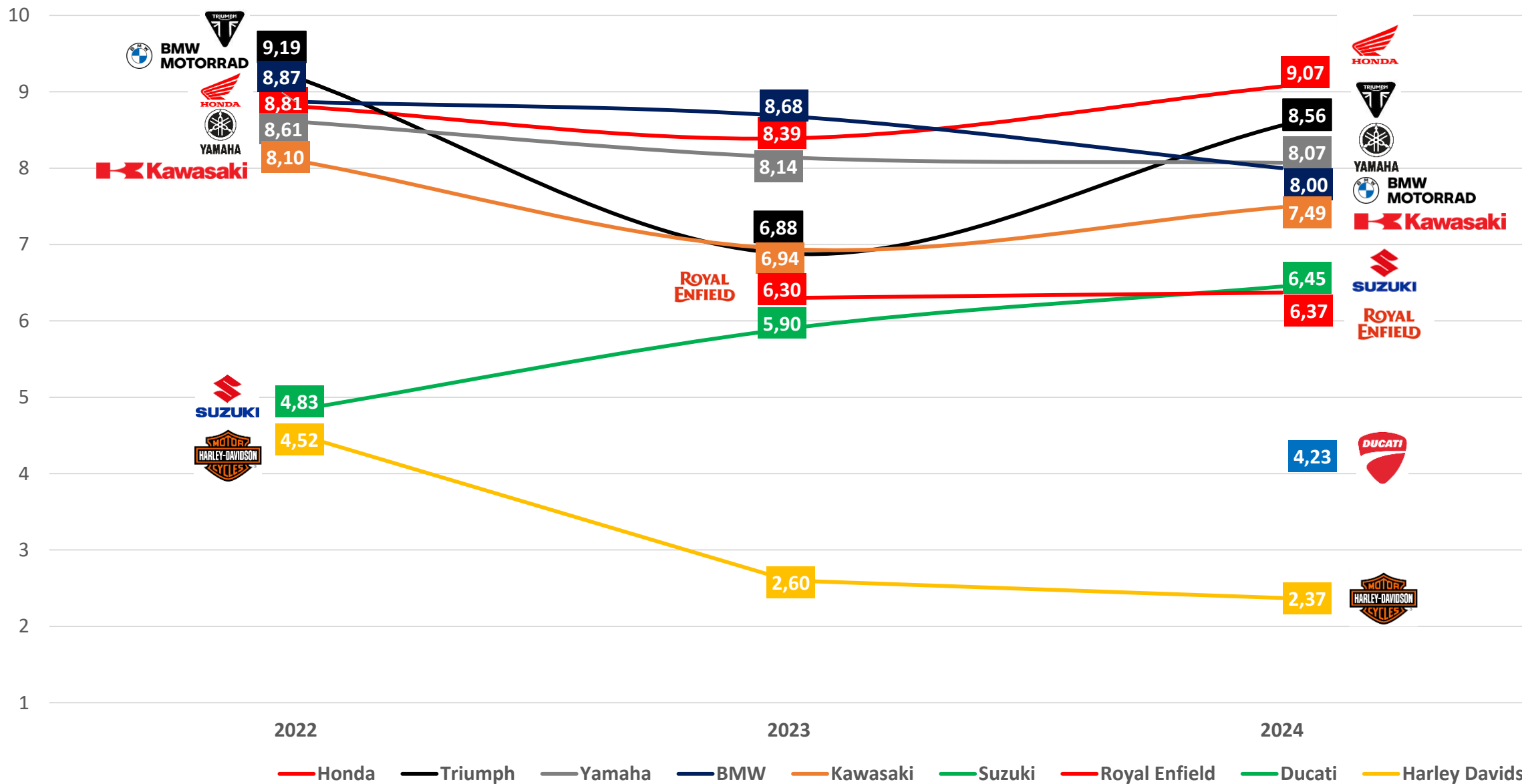


# Índice Valor - Segmento Generalista Nicho





# Índice Valor - Segmento Generalista Motos



- A média do valor das bandeiras varia conforme oscila o mercado de autos e motos e a economia do país.
- O valor das bandeiras de cada montadora varia conforme a força de seus produtos e de sua política comercial no tempo.
- As bandeiras cujo valor é estável no tempo, tem maior valor do que bandeiras que oscilam, mesmo se, em determinado momento, tenham lucros iguais.
- Dado uma bandeira, a qualidade da gestão do titular é que aumenta ou diminui sua rentabilidade e, conseqüentemente, o valor da sua concessionária.

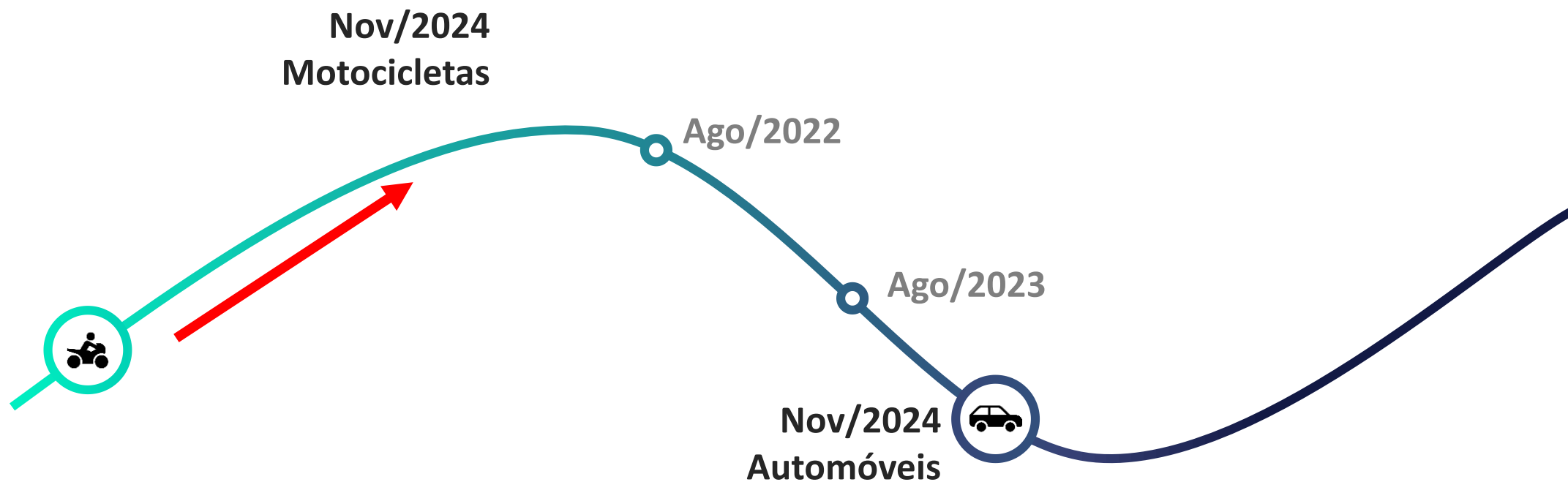


# Tendências do Valor das Concessionárias

- 1** Momento de Mercado – Valor das Concessionárias
- 2** *Valuation* e Precificação – Ajustes e Simulações
- 3** Momento Econômico da AUTOMOB e da SIMPAR

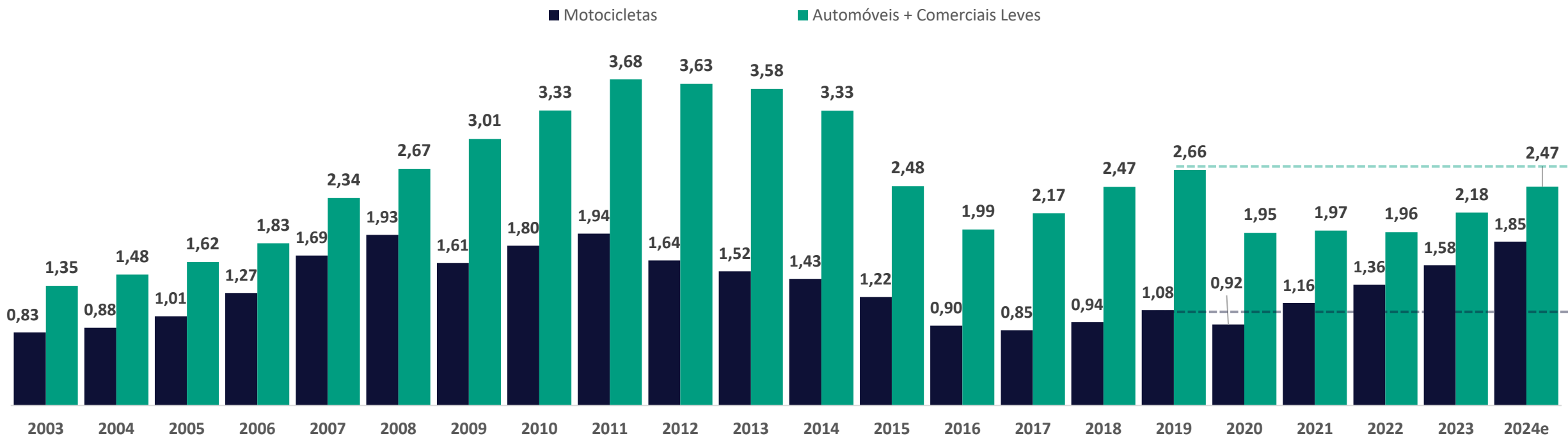


## CICLO DO MERCADO DE CONCESSIONÁRIAS – VISÃO DBK

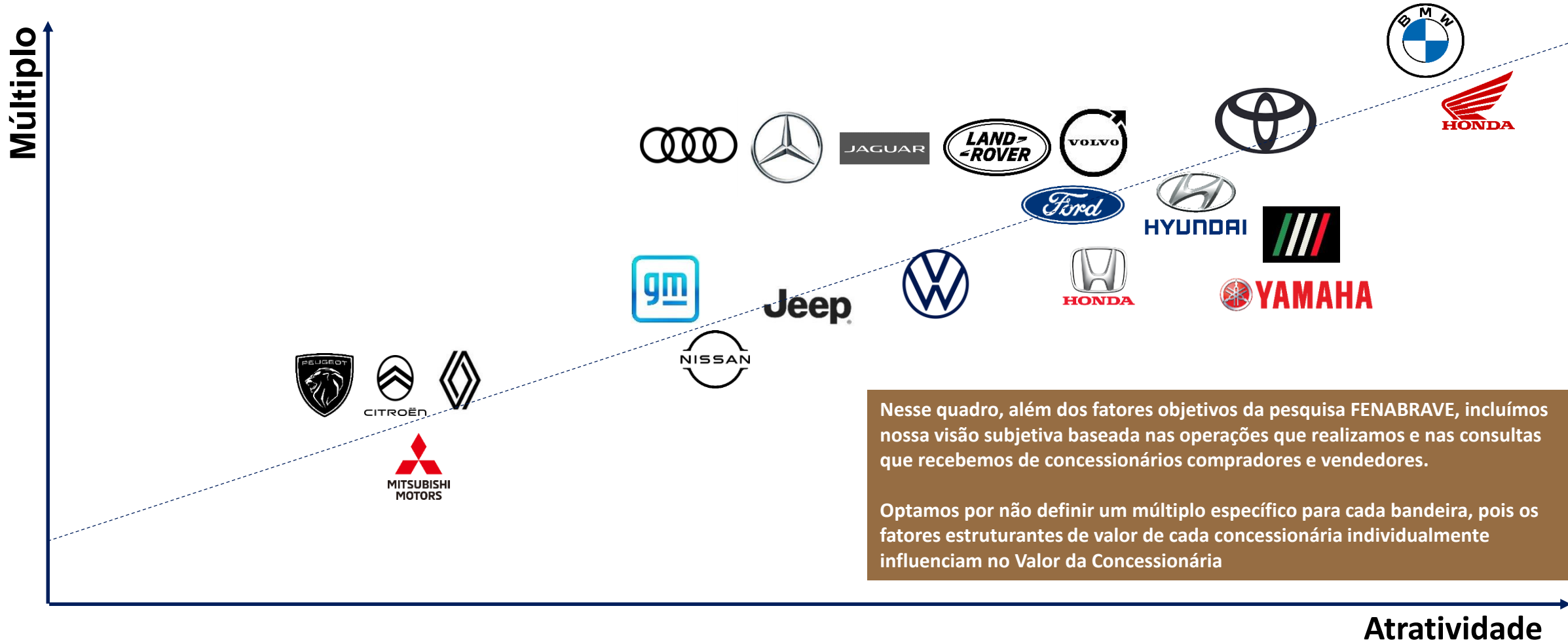


## CICLO DO MERCADO DE CONCESSIONÁRIAS – VISÃO DBK

Número de Automóveis e Motocicletas (milhões de emplacamentos)



# Momento do Mercado - Marcas



Os 3 Principais Métodos de Avaliação usados em negociações de concessionárias:

## 1 - Fluxo de Caixa Descontado (DCF)

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Perpet.
<b>FCFF</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>606</b>
FCFF desc.	83	69	58	48	40	203
WACC	20%					
Valuation	502					

$$\text{Valor da Empresa} = \sum_{t=1}^n \frac{FC_i}{(1 + TD)^n}$$

## 2 - Múltiplos de Mercado

$$\text{Valuation} = \text{EBITDA} * \text{Múltiplo}$$

$$500 = 100 * 5,0$$

## 3 - Avaliação Patrimonial

Disponibilidades  
Contas a Receber  
Estoques  
Créditos Tributários  
Ativos Imobilizados  
Bandeira

Fornecedores  
Contas a Pagar  
Dívidas  
Contingências

Valor Patrimonial

Acreditamos que o **Valuation** das concessionárias atingiu o “Teto” em 2022 e os dados de 2024 são mais fidedignos para projeções de FCD

- “Normalização” do mercado – hoje ele está mais parecido com 2019 do que com 2021 nesse aspecto.
- Taxa de juros elevadas (BR e USA).
- Incertezas com as Montadoras Chinesas e Elétricos.
- Margens estabilizadas em patamares menores com NCG e custo financeiro das concessionárias impactando o Lucro Líquido.

## DISTINÇÃO DO MÚLTIPLO DE “VENDA DO CNPJ” PARA “VENDA DE BANDEIRA”

### Bandeira/EBITDA

#### Venda de “Bandeira”

- Concessão
- Peças
- Imobilizado

Diferença de Valores nas metodologias aplicadas

### EV/EBITDA

#### Venda de “CNPJ”

- Caixa
- Estoque
- Ativos/passivos

**MERCADO TORNA PÚBLICO O MÚLTIPLO EV/EBITDA – ENTRETANTO A MAIORIA DAS TRANSAÇÕES MENORES ENVOLVE APENAS A BANDEIRA**

## MAS QUAL É O VALUATION DO PONTO DE VISTA DO COMPRADOR?

01 ▶ Ativos Únicos



02 ▶ Entrada em Nova Marca



03 ▶ Vantagens Estratégicas



04 ▶ Aproveitar Prejuízos Fiscais/Ágio



05 ▶ Pressão da Montadora



06 ▶ Evitar a Concorrência



07 ▶ Vaidade



08 ▶ Oportunidade Imobiliária



ENXERGAMOS COMO DETERMINANTE PARA O SUCESSO DE UMA TRANSAÇÃO ENCONTRAR  
O VALUATION AJUSTADO PARA O COMPRADOR



# Valuation – A Importância do Ágio

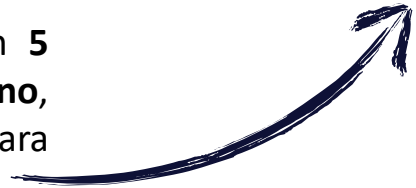
## CONCEITO

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Apuração de Lucro <u>sem</u> amortização de ágio/ <i>goodwill</i>					
Lucro Bruto	100	100	100	100	100
Despesas	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)
D&A	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)
<b>LAIR</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
IR/CS	(14)	(14)	(14)	(14)	(14)

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Apuração de Lucro <u>com</u> amortização de ágio/ <i>goodwill</i>					
Lucro Bruto	100	100	100	100	100
Despesas	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)
D&A	(40)	(40)	(40)	(40)	(40)
<b>LAIR</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
IR/CS	-	-	-	-	-

Uma empresa que **incorpora** uma bandeira adquirida por **200**, gera uma **economia de 68**, sendo **34% do valor** do ágio amortizado.

Neste exemplo simulado os **200** divididos em **5 anos** geraram uma amortização de **40 por ano**, zerando o lucro tributável e economizando 14 para cada um dos próximos 5 anos.



# Valuation – A Importância do Ágio

## PRÁTICA – Números da SIMPAR

R\$ milhões	2019	2020	2021	2022	2023
Intangível SIMPAR	537,7	1.071,4	1.346,8	3.026,8	3.516,7
Intangível AUTOMOB	1,2	1,4	5,3	958,5	915,9

Ativo	Valor justo na data da aquisição
Caixa e equivalentes de caixa	3.270
Contas a receber	14.989
Estoques	62.773
Imobilizado	33.317
Intangível	62.859
Outros ativos	26.046
<b>Total dos ativos adquiridos</b>	<b>203.254</b>
Passivo	
Fornecedores e floor plan	45.372
Arrendamentos por direito de uso	22.990
Obrigações sociais e trabalhistas	3.496
Outros passivos	29.012
<b>Total dos passivos assumidos</b>	<b>100.870</b>
<b>Total dos ativos adquiridos e passivos assumidos</b>	<b>102.384</b>
Valor justo da contraprestação paga	129.500
<b>Ágio por expectativa de rentabilidade futura (goodwill)</b>	<b>27.116</b>

O valor justo dos ativos adquiridos, líquido dos passivos assumidos, inclui: R\$ 3.730 de mais valia de estoques, R\$ 852 de mais valia de imobilizado, R\$ 13.366 de marcas, R\$ 47.791 de acordo de distribuição. Esta operação resultou em ágio pela expectativa de rentabilidade futura ("goodwill") no montante de R\$ 27.116.

Ativo	Valor justo na data da aquisição
Caixa e equivalentes de caixa	32.896
Contas a receber	38.663
Estoques	90.790
Ativo de indenização	22.002
Imobilizado	72.199
Intangível	7.488
Outros ativos	39.575
<b>Total dos ativos adquiridos</b>	<b>303.613</b>
Passivo	
Fornecedores e floor plan	58.964
Arrendamento por direito de uso	56.066
Obrigações sociais e trabalhistas	6.425
Provisão para contingências	22.634
Outros passivos	42.254
<b>Total dos passivos assumidos</b>	<b>186.343</b>
<b>Total dos ativos adquiridos e passivos assumidos</b>	<b>117.270</b>
Valor justo da contraprestação paga	120.000
<b>Ágio por expectativa de rentabilidade futura (goodwill)</b>	<b>2.730</b>

O valor justo dos ativos adquiridos, líquido dos passivos assumidos, inclui: R\$ 4.209 de mais valia de estoques, R\$ 1.330 de mais valia de imobilizado, R\$ 6.181 de acordo de distribuição e R\$ 22.002 de ativo de indenização e passivos contingentes. Esta operação resultou em ágio pela expectativa de rentabilidade futura ("goodwill") no montante de R\$ 2.730.

# Valuation – A Importância do Ágio

## PRÁTICA – Números da SIMPAR

Nos últimos doze meses divulgados pela SIMPAR, é demonstrado que aprox. R\$ 16 milhões foram economizados em Impostos (34% de R\$ 47 milhões).

O Lucro Líquido UDM de R\$ 58,3 milhões da SIMPAR na verdade deveriam ser R\$ 47 milhões a mais, caso não tivesse amortizado os *goodwill* registrados com as incorporações das adquiridas.

Reconciliação do Lucro Líquido (R\$ milhões)	2T23	1T24	2T24	▲ A/A	▲ T/T	UDM
Lucro Líquido Proforma	29,3	12,3	10,3	-64,8%	-16,3%	58,3
Créditos Fiscais Extemporâneos	-	-	(5,2)	-	-	(19,3)
Gastos administrativos	0,3	-	-	-	-	4,1
Amortização de PPA	-	3,5	3,1	-	-	47,0
Ajuste de Provisões Contábeis	-	-	-	-	-	(11,9)
Lucro Líquido Proforma Recorrente	29,6	15,7	8,2	-72,3%	-47,8%	78,2
Margem Líquida ajustada	1,5%	0,8%	0,3%	-1,2 p.p.	-0,5 p.p.	0,8%



- **Lucro Líquido Ajustado inclui:** (i) JSL - impacto positivo da reversão da provisão do Sistema S de R\$100,1 mm, amortização PPA de R\$13,1 mm, custo de pré pagamento de dívidas de R\$8,5 mm, pagamento de passivo contingente retroativo a 2014 de R\$2,4 mm e mais-valia de aquisições de R\$1,8 mm; (ii) Vamos – lançamento extraordinário de provisão para devedores duvidosos (PDD) de R\$51,9 mm e impacto das operações no Rio Grande do Sul de R\$12,7 mm; (iii) Automob - impacto positivo da reversão da provisão do Sistema S de R\$5,2 mm e amortização de PPA de R\$3,1 mm; e (iv) Movida - impacto das operações no Rio Grande do Sul de R\$20,2 mm e término dos contratos de swap, pré pagamento e recompra de títulos de dívida de R\$17,3 mm.

# AUTOMOB (antes reorganização societária)

DBK  
DEALERSHIP BROKERS

CCM

## Área de Atuação



122 Lojas



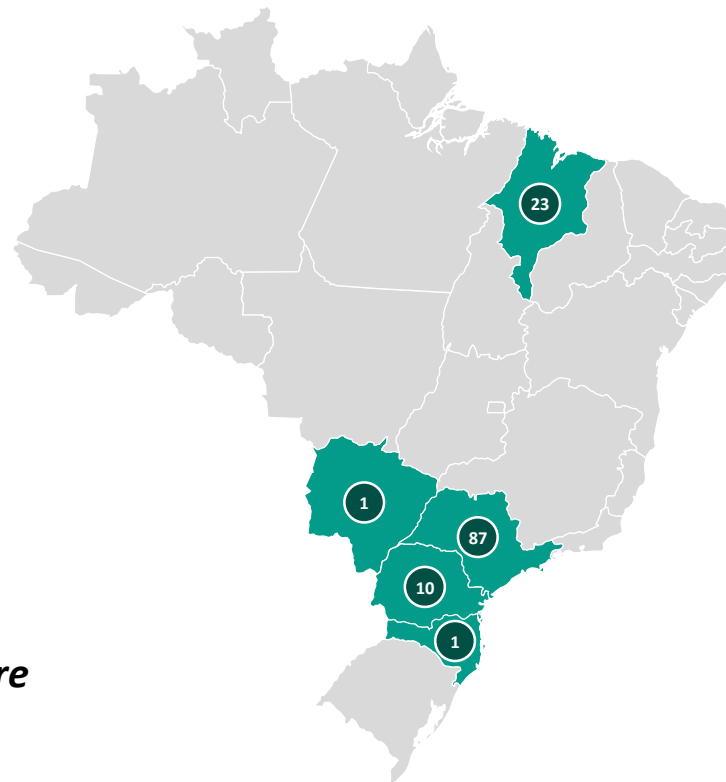
22 Cidades



28 Marcas



~1,0% do Market Share



## Transações

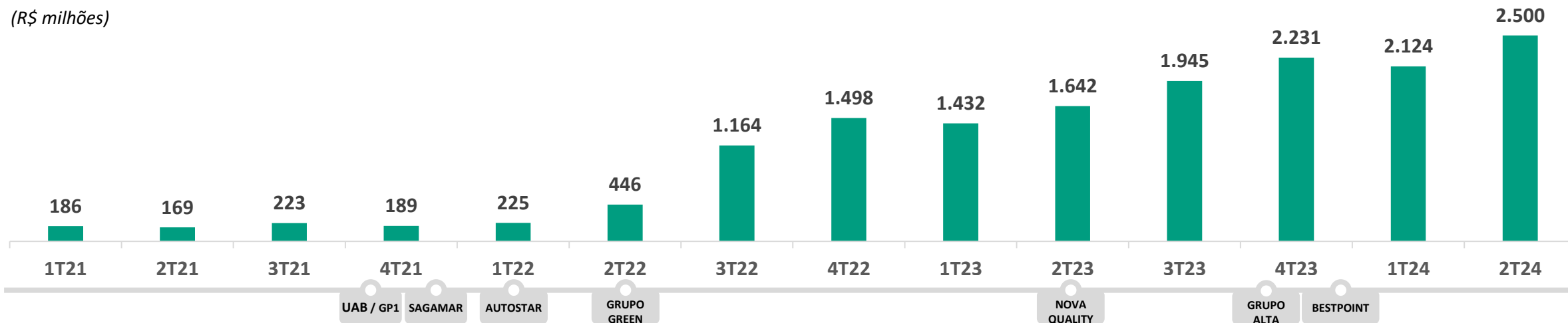
Target	Data	EV (R\$ MM)	EV/EBITDA	Equity Value
BESTPOINT	out/23	116,5	4,7x	120,0
Grupo Alta	out/23	120,8	4,8x	129,5
NOVA QUALITY	jun/23	64,0	4,5x	73,1
GRUPO GREEN	mai/22	128,0	3,3x	100,2
AUTOSTAR	mar/22	407,0	5,1x	372,2
SAGAMAR	dez/21	306,0	4,8x	262,6
UAB / GP1	nov/21	510,0	4,7x	531,5

# AUTOMOB (antes reorganização societária)



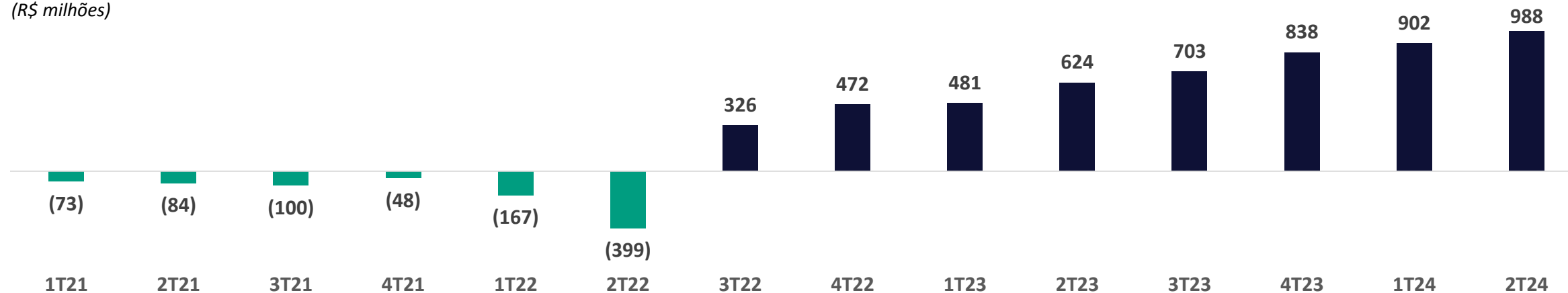
## Receita Bruta

(R\$ milhões)



## Dívida Líquida

(R\$ milhões)





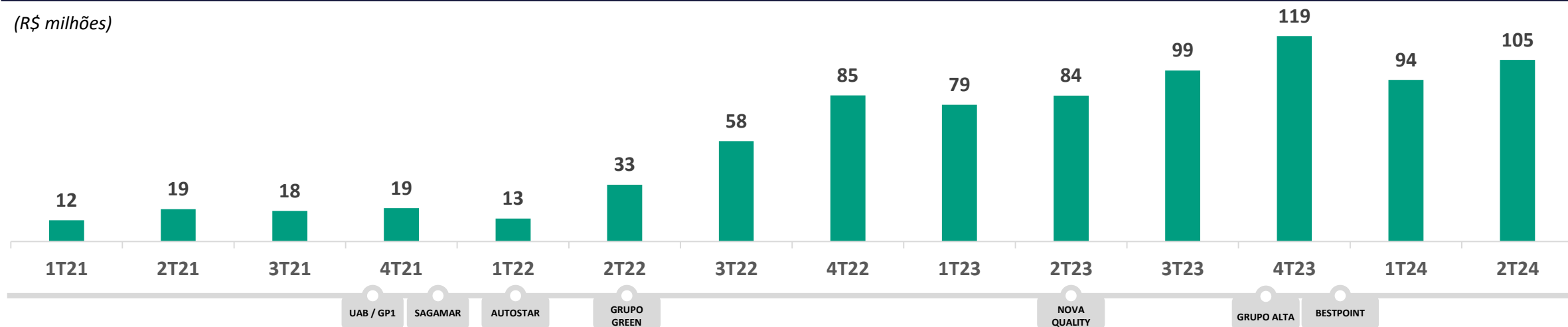
# AUTOMOB (antes reorganização societária)

DBK  
DEALERSHIP BROKERS

CCM

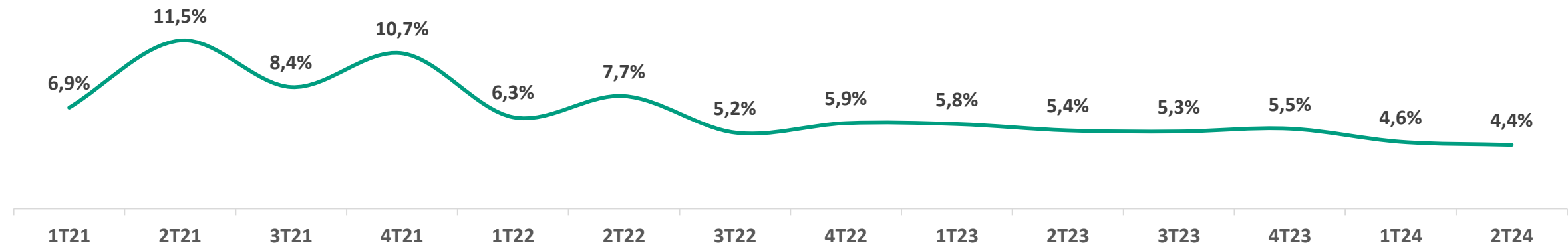
## EBITDA

(R\$ milhões)



## Margem EBITDA

(%/ROL)



# AUTOMOB e SIMPAR – Análise Estratégica

■ Receita na data de aquisição ■ Crescimento Orgânico ■ Novas Lojas ■ Novas Aquisições

A SIMPAR publicou que pretende atingir o faturamento previsto no *Guidance* através de (1) Crescimento Orgânico, (2) Novas Aquisições e (3) Seminovos.

Ela espera que as três frentes tenham crescimento semelhante (aprox. +3 Bi/ano em cada frente).





# AUTOMOB e SIMPAR – Análise Estratégica

**DBK**  
DEALERSHIP BROKERS

**CCM**

AUTOMOB	2T24		2026 <i>(guidance)</i>
Receita Oper. Bruta	R\$ 8,8 bi	+R\$ 9,5 bi	R\$ 18,3 bi
EBITDA	R\$ 417 mm	+R\$ 0,9 bi	R\$ 1,3 bi
Margem EBITDA	4,9%	+ 2,6 p.p.	7,5%
Dívida Líquida	R\$ 988 mm	+ R\$ 1,5 bi	R\$ 2,5 bi
Alavancagem	Aprox. 2,4x		Aprox. 1,9x

SIMPAR	2T24
Receita Bruta	R\$ 40,3 bi
EBITDA	R\$ 417 mm
Margem EBITDA	24,2%
Dívida Líquida	R\$ 37,0 bi
Alavancagem	Aprox. 3,8x



Ainda existe espaço para uma expansão inorgânica da AUTOMOB? Novas aquisições teriam os mesmos múltiplos EBITDA pagos nas transações anteriores?

SIMPAR ainda tem espaço para aumentar endividamento das controladas?

O que esperar do novo GUIDANCE da NewCo (AUTOMOB)?

O que esperar do desempenho das ações de uma empresa que vai nascer com 5X dívida/EBITDA?

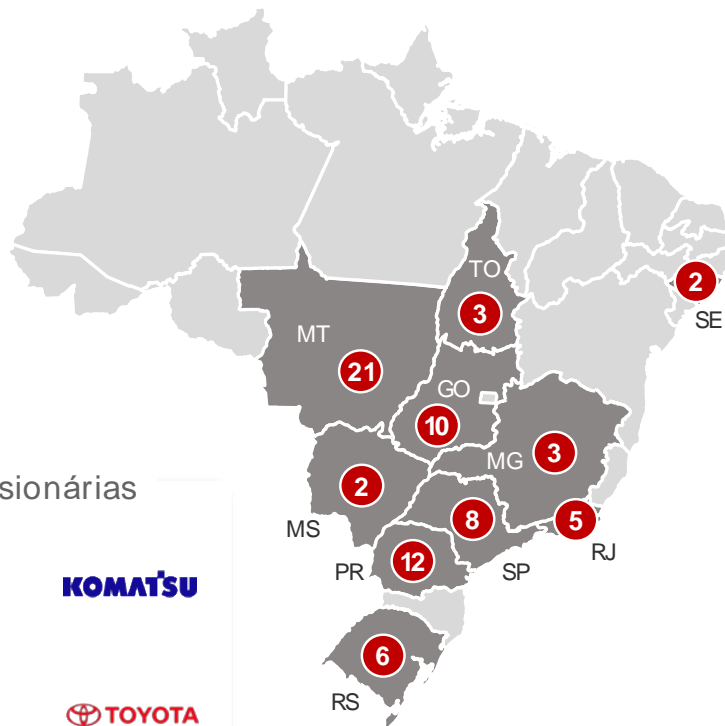
# “NOVA” AUTOMOB

## Presença geográfica

 72 lojas

 10 estados

 6 marcas



### Redes de concessionárias

DHL  
VALTRA

FENDT

KOMATSU

MANITOU

VW  
TIETÊ  
Caminhões e Ônibus

TOYOTA  
EMPILHADEIRAS

VW  
Transrio  
Caminhões e Ônibus

VALTRA

## FUSÃO DA AUTOMOB COM A “VAMOS CONCESSIONÁRIAS”



72 Lojas



06 Marcas

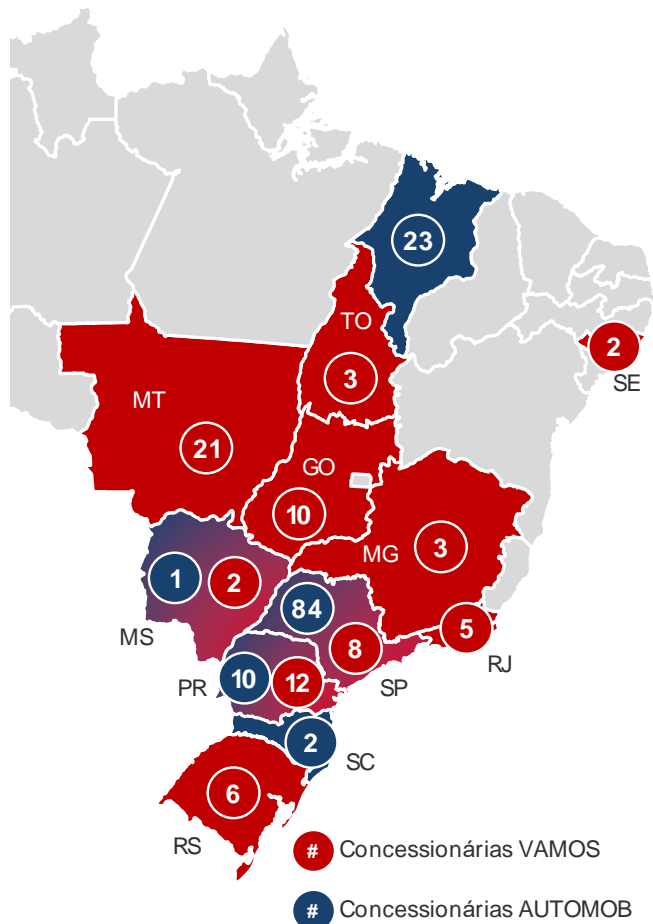


10 Estados

R\$ 2,5 Bi Receita líquida  
(R\$ 39 mi) EBITDA 2T24 UDM

# “NOVA” AUTOMOB

## Presença geográfica



### Marcas de carros e motos



### Marcas de ônibus, equipamentos e caminhões



Resultado da combinação das operações da AUTOMOB com a VAMOS CONCESSIONÁRIAS (“NewCo”)



**192 Lojas**



**34 Marcas**



**12 Estados**

**+ 5,2mil Colaboradores**

**Rede própria de seminovos (seucarro.com)**

# AUTOMOB e SIMPAR – Análise Estratégica



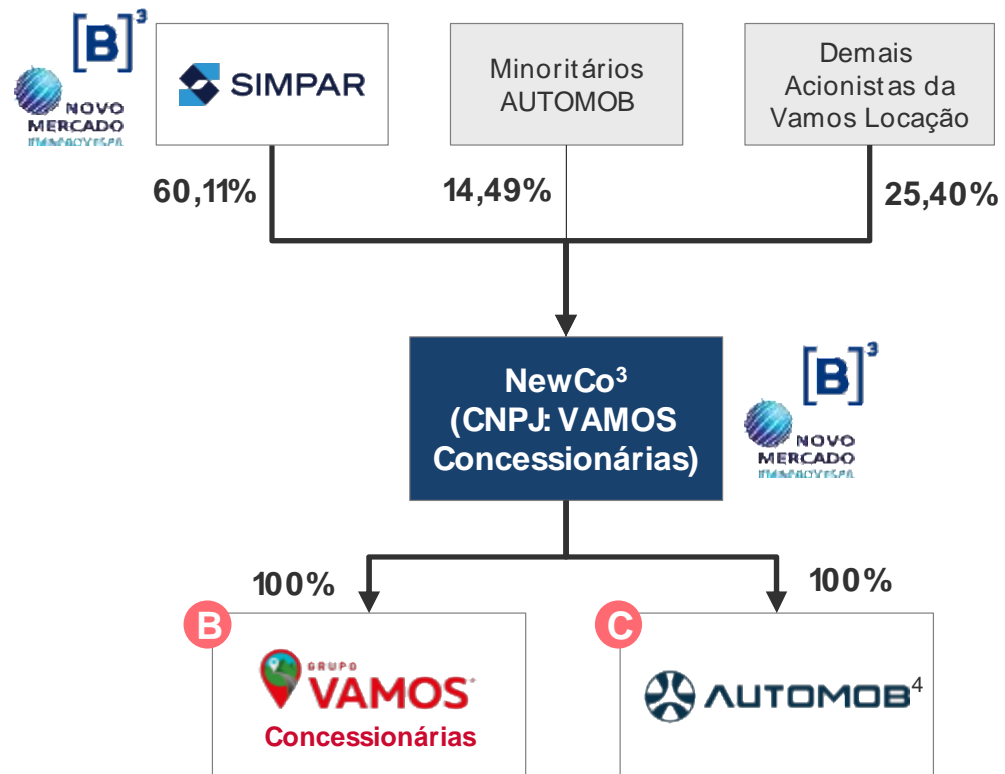
AUTOMOB	2T24 UDM	VAMOS C.	2T24 UDM
Receita Oper. Bruta	R\$ 8,8 bi		R\$ 2,5 bi
EBITDA	R\$ 417 mm		- R\$ 39 mi
Margem EBITDA	4,9%		-1,6%
Dívida Líquida	R\$ 988 mm		(R\$ 180 Mi)
Alavancagem	Aprox. 2,4x		

**Equity Value AUTOMOB:**  
R\$ 2,3 Bi (Laudo Bradesco)

**Equity Value VAMOS Conc.:**  
R\$ 2,5 Bi

NEWCO	2T24 UDM	OBS:
ROB	R\$ 12 bi	
EBITDA	R\$ 1,3 Bi	
Margem EBITDA	~3,3%	
Dívida Líquida	R\$ 1,8 bi	+ 1Bi
Alavancagem	~4,2X	

**Equity Value SOMADO:** R\$ 4,8 Bi  
**Equity Value pós-dívida:** R\$ 3,8Bi



## NEWCO (que se chamará AUTOMOB) listada na B3:

- Caminho para abertura de capital fora de uma janela de IPO.
- Permitirá ao mercado identificar melhor o valor dessas operações dentro da SIMPAR e irá destravar valor da VAMOS Locações.
- Permitirá a redução da alavancagem da SIMH3 através da venda de 51,3% da participação na AUTOMOB para a NewCo por R\$ 1 Bilhão.
- Primeira empresa listada do setor da distribuição automotiva no Brasil.

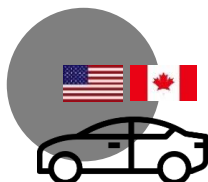
- SIMPAR fez movimento estratégico para tentar destravar valor em sua ação (que se encontra próxima das mínimas históricas);
- VAMOS também é beneficiada pois o negócio de concessionárias “atrapalhava” o mercado a enxergar os números do negócio de Locação;
- Movimento permite listar na B3 uma empresa de “Distribuição Automotiva” sem um IPO convencional (não existe janela para uma operação de IPO no Brasil desde 2022 e não existe previsão para uma nova oportunidade tão cedo);
- Movimento reduzirá a alavancagem da Holding e irá destravar valor na ação da SIMH3 e da VAMO3 – *mas qual o impacto da dívida na NewCo/Automob?*
- ***Como o mercado irá precificar as ações de uma concessionária?***



# Case CDK

# Anatomia de um Ataque

## Números do Ataque



**15k concessionárias (PoS) - EUA e Canadá**



**Tamanho do mercado\* EUA: 16.835 concessionárias (NADA 2023).**

\*passeio e comerciais leves



**19 de junho a 15 de julho:**

- 56k vendas perdidas
- -20% de queda nas vendas diárias no período
- Prejuízo estimado até 06 de julho US\$1.020mm<sup>1</sup>
- AutoNation: impacto de 70% no lucro por ação

(US\$1,50 por ação – expectativa de lucro por ação de US\$3,15 até 3,30 e a expectativa pré ataque era de US\$ 4,50<sup>3</sup>).

Fontes:

<sup>1</sup> <https://automotivebusiness.com.br/pt/posts/setor-automotivo/ataque-cibernetico-concessionarias-prejuizo/>

<sup>2</sup> <https://www.andersoneconomicgroup.com/dealer-losses-due-to-cdk-cyberattack-reach-1-02-billion/>

<sup>3</sup> [https://www.reuters.com/business/autos-transportation/autonation-expects-hit-q2-profit-cdk-outage-2024-07-15/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.reuters.com/business/autos-transportation/autonation-expects-hit-q2-profit-cdk-outage-2024-07-15/?utm_source=chatgpt.com)

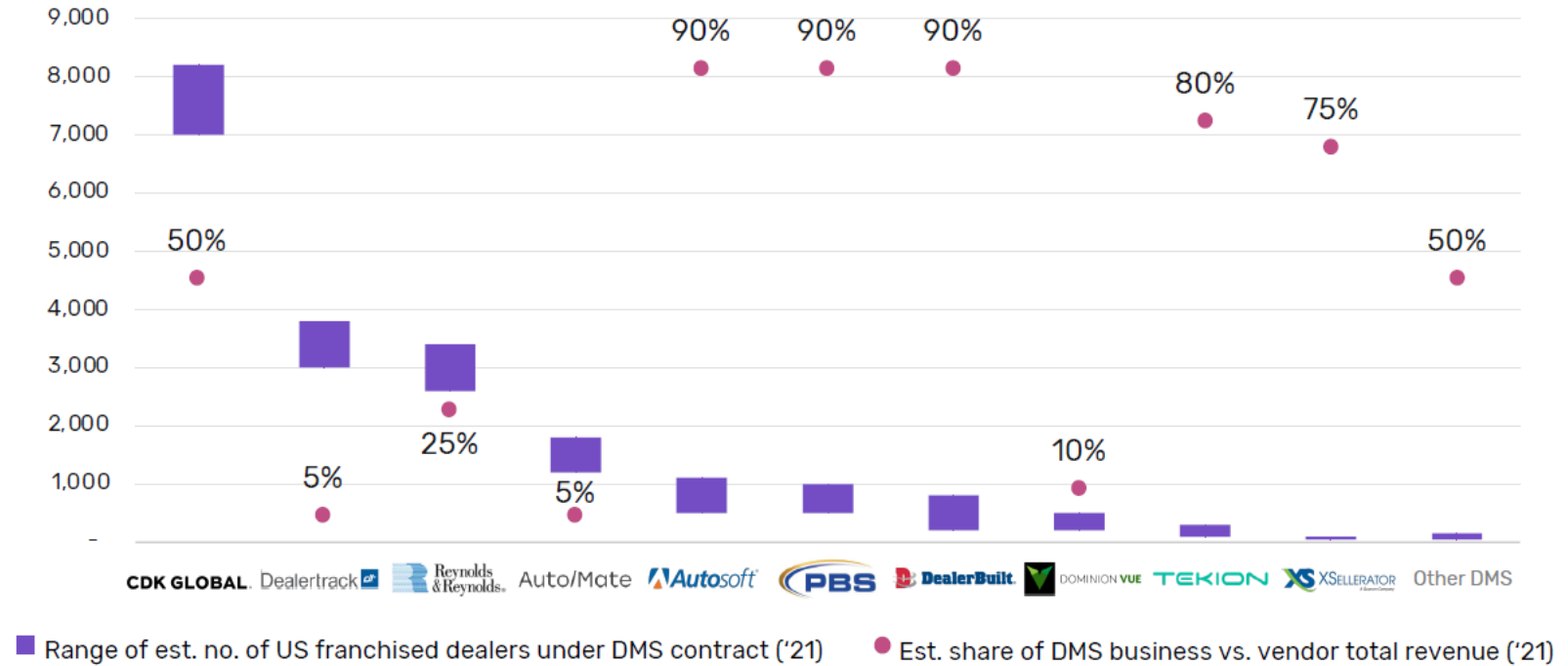
<sup>11</sup> <https://www.diazerosecurity.com.br/pt/blog/ataque-de-ransomware-a-supply-chain-licos-do-caso-cdk-global>

## Principais DMS americanos

~80% of US DMS Market Share Captured by (3) Providers<sup>1)</sup>

8

2021 Top 10 DMS Vendors (US Franchised Car Dealers)



<sup>1)</sup> 2021 DMS for US Franchised Car (not adjacent, not Canada); Total: 18,211 per Auto News

© Confidential by DealerTech Nerd | 2022 DMS Market Report

# Case CDK

Anatomia de um Ataque



## CDK overview



### Receita (2021)

US\$ 1.673mm<sup>1</sup>



### Clientes

15k concessionárias<sup>2</sup>  
(North America)



### Presença Global

27k<sup>3</sup> pontos de  
venda em 100  
países



### Funcionários

5001 – 10.000<sup>3</sup>



### Sede

Hoffman Estates,  
Illinois

Fontes:

<sup>1</sup> <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/08/17/2282285/33406/en/CDK-Global-Inc-Reports-Fourth-Quarter-and-Fiscal-Year-2021-Results.html>

<sup>2</sup> <https://finance.yahoo.com/news/cdk-global-inc-reports-second-211000104.html>

<sup>3</sup> <https://www.annualreports.com/Company/cdk-global-inc>

## Timeline

Fontes:

- Automotive News: "Timeline: CDK Global cyberattacks" (autonews.com)
- Dataconomy: "Grande ataque cibernético do ransomware BlackSuit desativa as operações da CDK Global" (pt.dataconomy.com)
- Keeper Security: "O que saber sobre o ataque de ransomware contra a CDK Global" (keepersecurity.com)

19 de junho de 2024

### Primeiro Ataque e Resposta Inicial

- **Deteção do Ataque:**

Na madrugada de 19 de junho, a CDK Global identificou atividades suspeitas em seus sistemas, indicando um possível ataque cibernético.

- **Desligamento Preventivo:**

Para conter a ameaça e proteger os dados, a empresa decidiu desligar proativamente a maioria de seus sistemas, incluindo data centers e aplicativos críticos.

20 de junho de 2024

### Segundo Ataque e Escalonamento da Situação

- **Novo Incidente:**

Durante a restauração inicial, a CDK sofreu um segundo ataque, levando a empresa a desligar novamente os sistemas para prevenir danos adicionais.

- **Comunicação com Clientes:**

A CDK Global informou as concessionárias sobre a situação e recomendou que suspendessem o uso dos sistemas temporariamente.

## Timeline

21 de junho de 2024

### Impacto nas Operações das Concessionárias

- **Operações Manuais:**

Com os sistemas fora do ar, várias concessionárias recorreram a processos manuais para continuar as atividades de vendas e serviços.

24 de junho de 2024

### Identificação dos Responsáveis

- **Atribuição do Ataque:**

Investigações apontaram que o grupo de ransomware BlackSuit era o responsável pelo ataque.

Fontes:

- Automotive News: "Timeline: CDK Global cyberattacks" (autonews.com)
- Dataconomy: "Grande ataque cibernético do ransomware BlackSuit desativa as operações da CDK Global" (pt.dataconomy.com)
- Keeper Security: "O que saber sobre o ataque de ransomware contra a CDK Global" (keepersecurity.com)

## Timeline

Fontes:

- Automotive News: "Timeline: CDK Global cyberattacks" (autonews.com)
- Dataconomy: "Grande ataque cibernético do ransomware BlackSuit desativa as operações da CDK Global" (pt.dataconomy.com)
- Keeper Security: "O que saber sobre o ataque de ransomware contra a CDK Global" (keepersecurity.com)

26 de junho de 2024

### Avaliação dos Sistemas e Preparação para a Restauração

- **Análise de Segurança:**

Especialistas em cibersegurança realizaram uma revisão aprofundada dos sistemas, identificando vulnerabilidades e assegurando que todas as áreas críticas fossem reforçadas antes da restauração.

- **Comunicação com Concessionárias:**

A CDK continuou a manter as concessionárias informadas, atualizando-as sobre as medidas de segurança e a previsão de restauração.

28 de junho a 2 de julho de 2024

### Restauração Faseada dos Serviços

- **Restauração Inicial:**

Em 28 de junho, a CDK Global começou a restaurar as funções essenciais do DMS para permitir que as concessionárias retomassem operações básicas. A prioridade foi dada aos sistemas de gestão de inventário e atendimento ao cliente.

- **Monitoramento Contínuo:**

Durante essa fase, a CDK Global monitorou rigorosamente a atividade dos sistemas restaurados para detectar qualquer sinal de intrusão.



## Timeline

### Fontes:

- Automotive News: "Timeline: CDK Global cyberattacks" (autonews.com)
- Dataconomy: "Grande ataque cibernético do ransomware BlackSuit desativa as operações da CDK Global" (pt.dataconomy.com)
- Keeper Security: "O que saber sobre o ataque de ransomware contra a CDK Global" (keepersecurity.com)

5 a 7 de julho de 2024

### Expansão da Restauração

- **Retorno de Funcionalidades Avançadas:**

Entre 5 e 7 de julho, a empresa iniciou a restauração de funcionalidades mais complexas, incluindo ferramentas de CRM e módulos de faturamento.

- **Relatório Provisório**

A CDK emitiu um comunicado aos clientes, informando sobre o progresso na recuperação e detalhando as próximas etapas de restauração

10 a 15 de julho de 2024

### Conclusão da Restauração e Melhoria da Segurança

- **Retorno Completo:**

Em 10 de julho, a CDK Global completou a restauração da maioria dos sistemas, garantindo que as operações das concessionárias pudessem ser retomadas integralmente.

- **Implementação de Melhorias de Segurança:**

Até 15 de julho, a CDK implementou medidas adicionais de segurança e iniciou um programa de auditorias regulares para evitar futuros incidentes.

## Sobre os atacantes:

## Grupo BlackSuit Perfil e Operações

### Fontes:

·CISA: "Royal Ransomware Actors Rebrand as 'BlackSuit,' FBI and CISA Release Update to Advisory"

·CISA: "#StopRansomware: BlackSuit (Royal) Ransomware"

·SentinelOne: "BlackSuit"

·BleepingComputer: "FBI: BlackSuit ransomware behind over \$500 million in ransom demands"

### Grupo BlackSuit - Perfil e Operações

- Quem são: Cibercriminosos especializados em ransomware, surgidos em 2023 como uma evolução do grupo Royal. Operam principalmente a partir de regiões na Rússia e Europa Oriental, com possível conexão a outros grupos, como DarkSide e BlackMatter.

### Modus Operandi

- Dupla extorsão: Criptografa dados e ameaça divulgar informações confidenciais.
- Métodos de acesso: Phishing e exploração de vulnerabilidades.
- Pressão direta: Contato direto com as vítimas para forçar o pagamento.

### Alvos e Impacto

- Principais setores: Saúde, educação, manufatura, infraestrutura crítica.
- Demandas de resgate: Entre US\$ 1 milhão e US\$ 50 milhões, com impacto acumulado estimado de mais de US\$ 500 milhões em exigências.

## CaaS

Crime as a Service

### Riscos e Implicações para Negócios

- **O que é CaaS:** Uma "indústria do crime" onde hackers vendem ou alugam ferramentas e serviços cibernéticos, como softwares maliciosos, para criminosos que não possuem habilidades técnicas avançadas.
- **Redução da Barreira de Entrada:** CaaS facilita o acesso ao crime digital para criminosos comuns, que agora podem executar ataques cibernéticos comprando serviços prontos, ampliando o alcance e a frequência dos ataques.
- **Risco para a Continuidade dos Negócios:** Empresas de todos os setores estão mais vulneráveis, uma vez que as ferramentas para ciberataques sofisticados estão disponíveis e acessíveis por qualquer um.

## CaaS

Crime as a Service

### Riscos e Implicações para Negócios

#### Alto Retorno e Baixa Probabilidade de Punição:

- **Lucros elevados:** Grandes somas podem ser obtidas com ataques, como roubo de dados e extorsão por resgate, que são vendidos ou explorados para ganhos financeiros significativos.
- **Baixo risco de prisão:** Criminosos operam de outros países, aproveitando a falta de cooperação internacional e a complexidade das investigações, tornando difícil que sejam identificados e punidos.

#### Fontes:

- ["CaaS: conheça o mercado do Crime as A Service"](#)
- ["Crime-come-serviço: como a terceirização do cibercrime pode afetar a sua empresa?"](#)
- ["Mercado de TI se prepara para o 'Crime as a Service'"](#)



# Case CDK

Anatomia de um Ataque

DBK  
DEALERSHIP BROKERS

CCM

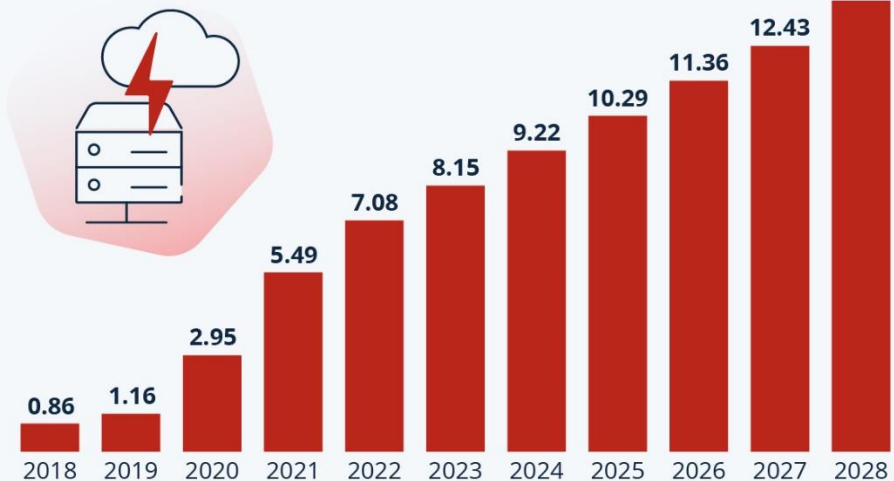
## Conclusão

O CaaS transforma o crime cibernético em uma ameaça global, que exige das empresas mais atenção e investimentos em segurança para garantir sua proteção e continuidade no mercado.

### Tamanho do Mercado do Cibercrime

#### Cybercrime Expected To Skyrocket

Estimated annual cost of cybercrime worldwide (in trillion U.S. dollars)



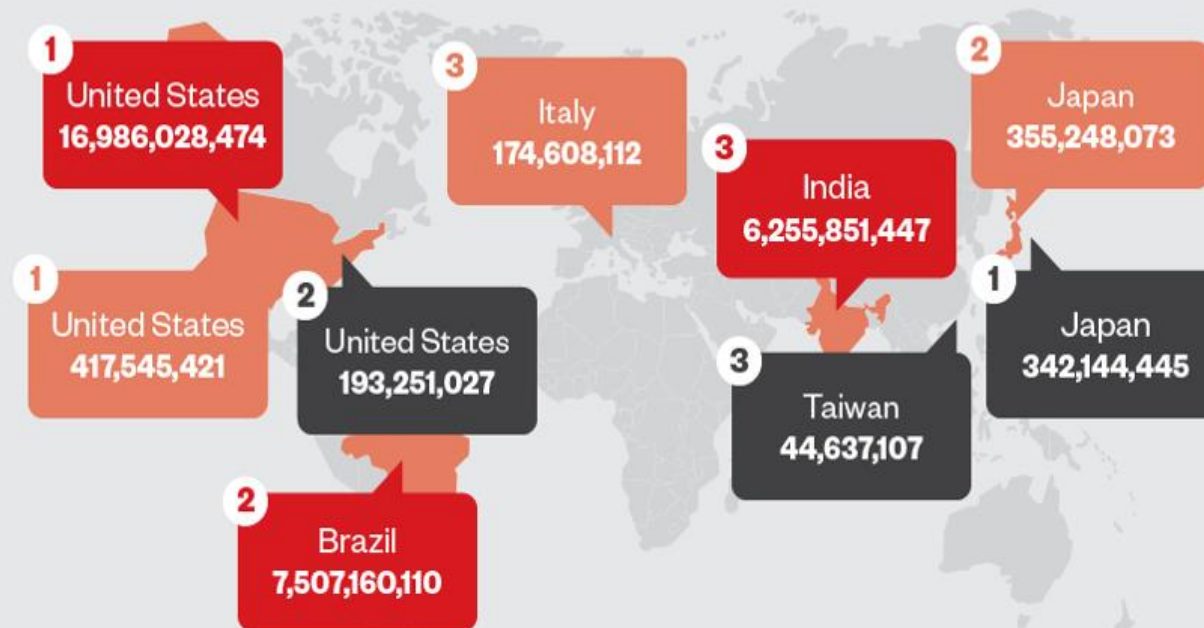
As of Sep. 2023. Data shown is using current exchange rates.

Source: Statista Market Insights



#### Top 3 Countries

with risk events, malware detection, and malicious URL access



● Top countries with risk events detected

● Top countries with malware detection

● Top countries accessing malicious URLs

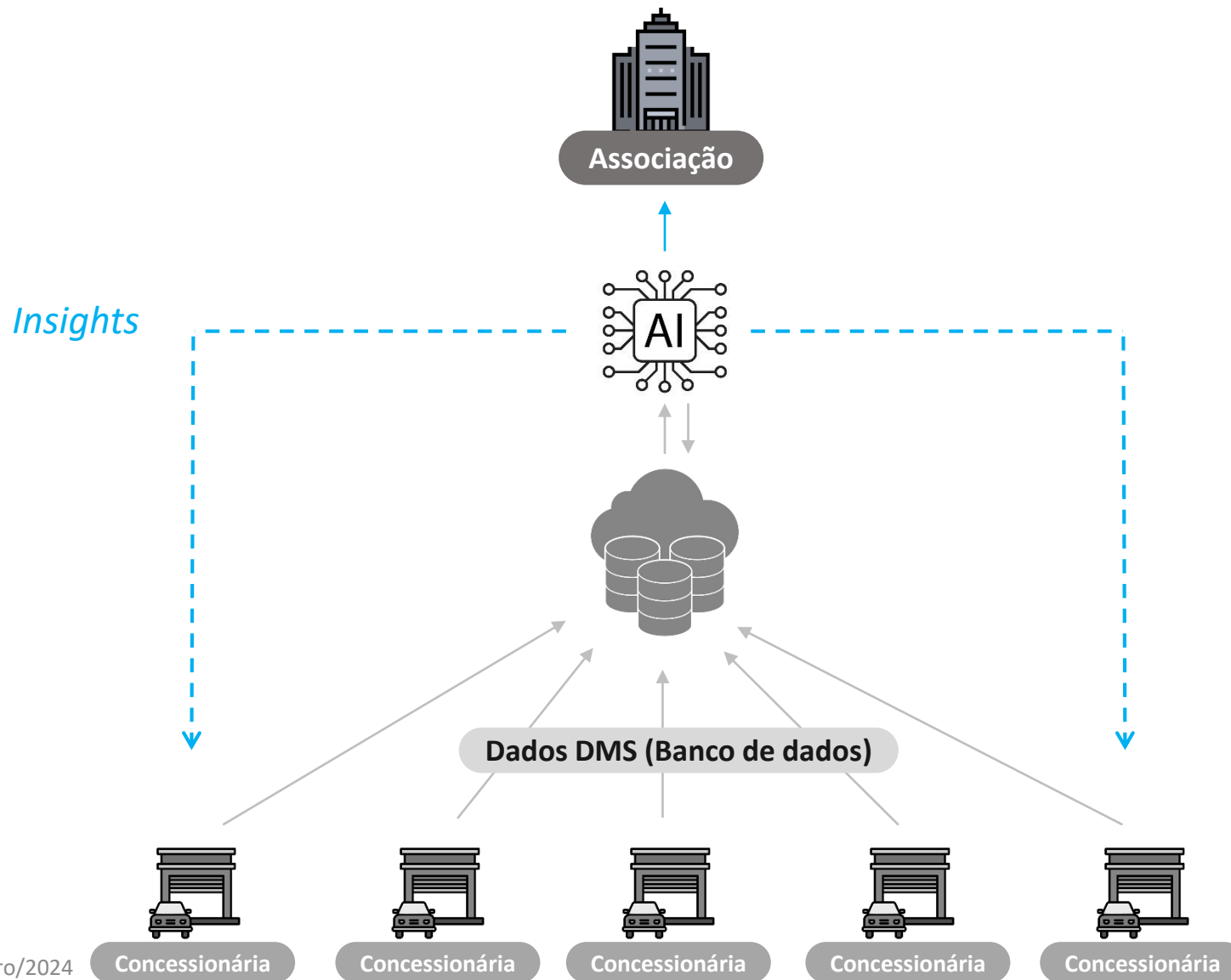


## Considerações

- 1** **Digitalização é uma oportunidade** para aumentar receitas e reduzir custos, mas existem ameaças que surgem desse cenário.
- 2** **O crime cibernético é um risco real** para a continuidade das operações e das redes.
- 3** O risco retorno do crime e a redução das barreiras de entrada são atrativos e fomentam a entrada de criminosos e associações criminosas já estabelecidas.
- 4** **Existem pontos de conexão e troca de dados** entre as concessionárias, montadora e associação, o que aumenta os riscos de contaminação da rede.
- 5** **O tema precisa estar presente nas pautas executivas**, não somente técnicas, pensado e discutido por executivos como mais um risco existente para os negócios.
- 6** **As associações podem ter um papel relevante na conscientização** sobre o tema, além de liderar os esforços para mitigar esses riscos, tanto trazendo esse tema para discussão, como selecionando e homologando players que auxiliem a endereçar o tema e apresentem propostas para a rede, com escopos robustos e preços acessíveis.
- 7** **É necessário pensar em segurança como um processo e não um projeto**, adotando rituais de revisão e melhoria contínua.



# Arquitetura Sugerida



# Ranking DBK & CCM – Versão Beta

Maiores Grupos de Concessionárias de Autos do Brasil



POSIÇÃO	GRUPO	Nº LOJAS	CIDADE SEDE	COBERTURA GRUPO
1º	Caoa	240	São Paulo/SP	Todo Brasil
2º	AUTOMOB	121	São Paulo/SP	SP, MA, MS, PR, SC
3º	Grupo Águia Branca	77	Vitória/ES	MG, DF, ES
4º	Grupo Líder	75	Belo Horizonte/MG	ES, RJ, MG
5º	Grupo Barigui	70	Curitiba/PR	SC, PR
6º	Grupo Parvi	60	Recife/PE	PE, PB, RN, BA, PA, AM, RR, SE, MA
7º	Grupo Saga	60	Goiânia/GO	DF, GO, MA, MT, MG, PR, RR
8º	Grupo Iesa	54	Porto Alegre/RS	RS
9º	Grupo Sinal	51	São Paulo/SP	SP
10º	Grupo Revemar	46	Marabá/PA	AM, RR, PA, RO, MA, AC, TO
11º	Grupo Carrera	41	São Paulo/SP	SP, DF, AM
12º	Grupo Dahruj	40	Campinas/SP	SP
13º	Grupo Germânica	40	Paraguaçu Paulista/SP	SP, MG, PR
14º	Grupo New Chase	39	Salvador/BA	BA, MG, SE, AL, PE, CE, TO, PA
15º	Grupo Primavia	33	Brasília/DF	MG, GO, BA, TO, DF

# Perguntas & Respostas

**DBK**  
DEALERSHIP BROKERS

**CCM**

[www.dbk.net.br](http://www.dbk.net.br)

+55 31 97128-1214

[www.ccmtecnologia.com.br](http://www.ccmtecnologia.com.br)

+55 (16) 3515-8300