

# PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL

attualità

*“Amo como ama o amor. Não conheço nenhuma outra razão para amar senão amar. Que queres que te diga, além de que te amo, se o que quero dizer-te é que te amo?”*

Fernando Pessoa

<u>Índice</u>	
<b>I. SUMÁRIO EXECUTIVO E VISÃO GERAL</b>	<b>04</b>
I.1. Comentários Iniciais	04
I.2. Do Processo de Recuperação Judicial	05
I.3. Breve histórico da ATTUALITÀ	05
I.4. Causas da crise	07
<b>II. VIABILIDADE ECONÔMICA DA ATTUALITÀ (Art. 53, II, da LRE)</b>	<b>13</b>
II.1. Amor, Paixão e Moda	13
<b>III. DA REESTRUTURAÇÃO DA EMPRESA (Art. 53, I da LRE)</b>	<b>20</b>
III.1. Objetos básicos do Plano de Recuperação	20
III.2. Premissas Básicas	27
III.3. FASE 1	30
III.4. FASE 2	31
III.5. What's the strategy	33
III.6. Medidas "in time"	34
III.7. Adoção de um critério de precificação	36
III.8. Desalavancagem	39
III.9. Diminuição dos custos	41
III.10. Reestruturação do mix de vendas	41
<b>IV. SITUAÇÃO PATRIMONIAL E DE LIQUIDEZ</b>	<b>41</b>
<b>V. DO PAGAMENTO AOS CREDORES</b>	<b>42</b>
V.1. Credores quirografários	42
V.2. Do pagamento dos credores essenciais – locadores de lojas	45
V.3. Leilão Reverso	46
<b>VI. DISPOSIÇÕES GERAIS QUANTO AO PAGAMENTO DOS CREDORES</b>	<b>48</b>
VI.1. Novação	48
VI.2. Anuência dos Credores	48
VI.3. Melhor interesse dos Credores	48
VI.4. Distribuições	48
VI.5. Regras de Distribuição	48
VI.6. Pagamento Máximo	49
VI.7. Forma de Pagamento	49
VI.8. Informação das Contas Bancárias	49
VI.9. Início dos Pagamentos	49
VI.10. Data do Pagamento	49
VI.11. Valores	50
VI.12. Créditos Ilíquidos	50
VI.13. Contingências	50
VI.14. Alocação dos Valores	50
VI.15. Novos Créditos	50
VI.16. Créditos Majorados	51

**Plano de Recuperação Judicial**

VI.17. Créditos Reclassificados	51
VI.18. Compensação	51
VI.19. Créditos em Moeda Estrangeira	52
VI.20. Quitação	52
<b>VII. EFEITOS DO PLANO</b>	<b>52</b>
VII.1. Vinculação do Plano	52
VII.2. Modificação do Plano na Assembleia de Credores	52
VII.3. Descumprimento do Plano	53
<b>VIII. DISPOSIÇÕES GERAIS</b>	<b>53</b>
VIII.1. Contratos Existentes	53
VIII.2. Divisibilidade das Previsões do Plano	53
VIII.3. Encerramento da Recuperação Judicial	53
VIII.4. Cessões de Créditos	53
VIII.5. Sub-Rogações	54
VIII.6. Lei Aplicável	54
VIII.7. Eleição de Foro	54
<b>IX. CONCLUSÃO</b>	<b>54</b>

**ANEXO I – PLANILHA DE DEMONSTRAÇÃO DA APLICAÇÃO DO PLANO**

**ANEXO II – PREMISSAS E APLICABILIDADE DO PLANO DE RECUPERAÇÃO**

**ANEXO III – LAUDO ECONÔMICO FINANCEIRO**

**ANEXO IV – LAUDO DE AVALIAÇÃO DOS BENS**

## I. SUMÁRIO EXECUTIVO E VISÃO GERAL

### I.1. Comentários Iniciais

**TIVA ACESSORIOS DE MODA LTDA. EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 03.428.977/0001-00, com estabelecimento na Av. Guilherme Campos, n. 500, Jd. Santa Genebra, CEP: 13087-90, na cidade de Campinas, Estado de São Paulo; **PATRICIA C CAMPANA EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 03.960.385/0001-27, com sede na, Av. Guilherme Campos, n. 500, Jd. Santa Genebra, CEP: 13087-90, na cidade de Campinas, Estado de São Paulo; **CALA ACESSORIOS DA MODA EIRELI EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 08.338.947/0001-19, com sede na Al. Lorena, n.º 1.696, Loja 01, Jd. Paulista, CEP: 01424-002, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo; **TATIVA ACESSORIOS DA MODA EIRELI EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 01.886.149/0001-82, com sede na Av. Roque Petrônio Junior, Bairro: Morumbi, CEP: 04707-000, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo; **S A CAFERO EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 07.591.475/0001-49, com sede na Av. Ibirapuera, n. 3103, Indianópolis, CEP: 04.029-200, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo; e **C. R. A. CAFERO EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 08.701.383/0001-37, com sede na Av. Presidente Juscelino Kubitschek, n. 2.041, Vila Nova Conceição, CEP: 04543-011, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, empresas que formam o grupo de renome no mercado joalheiro denominado “**ATTUALITÀ**” apresentam, com fundamento ao artigo 170 da Constituição Federal de 1988, bem ainda, de acordo com os artigos 50 e 53 da Lei 11.101/05, seu PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL.

Importante esclarecer que “**ATTUALITÀ**” é a marca utilizada por todas as empresas acima qualificadas, sendo que no presente plano, objetivando simplificar a leitura, utilizar-se-á “**RECUPERANDAS**”, “**GRUPO ATTUALITÀ**” e/ou “**ATTUALITÀ**” fazendo-se alusão a todas as empresas do grupo, vez que as medidas aqui previstas e que serão implementadas não serão isoladas entre as empresas, mas do grupo como um todo.

## 1.2. DO PROCESSO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL DO GRUPO ATTUALITÀ

Em razão das dificuldades narradas na petição inicial, as empresas que compõe o GRUPO ATTUALITÀ ajuizaram em 18 de maio de 2016 seu pedido de RECUPERAÇÃO JUDICIAL, distribuído perante a 9ª Vara Cível de Campinas/SP, processo nº 1019732-40.2016.8.26.0114.

Estando em termos toda a documentação inicial, o MM Juízo Recuperacional deferiu o processamento do pedido de Recuperação Judicial, em 31 de maio de 2016, nomeando como Administrador Judicial a empresa BRASIL TRUSTEE ASSESSORIA E CONSULTORIA, tendo como representante responsável pela condução do processo o Dr. Filipe Marques Mangerona, que aceitou o encargo que lhe foi confiado.

A decisão que deferiu o processamento foi disponibilizada no Diário de Justiça Eletrônico do Estado de São Paulo em 06 de junho de 2016, logo, publicada em 07 de junho de 2016, sendo que o prazo final dos 60 (sessenta) dias para apresentação do presente PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL findará em 08 de agosto de 2016.

No período entre o deferimento do processamento da Recuperação Judicial e a apresentação do Plano, todas as exigências lançadas na decisão que deferiu o processamento da Recuperação Judicial e as demais presentes na LRF foram devidamente cumpridas pelas empresas Recuperandas

O presente Plano de Recuperação é constituído de 55 laudas, sub divididas nos tópicos apresentados no índice, sendo instruído com LAUDO ECONÔMICO FINANCEIRO e LAUDO DE AVALIAÇÃO DOS ATIVOS, cumprindo assim, na íntegra, o artigo 53 da LRE.

## I.3. Breve histórico do GRUPO ATTUALITÀ e sua situação atual

Conforme exposto na petição inicial, o GRUPO ATTUALITÀ desde 1997 atua no mercado de comercialização de bijuterias, joias, bolsas, roupas e acessórios de moda em geral, assim se tornou uma das lojas mais modernas e tradicionais neste segmento, trazendo peças exclusivas e refinadas para seus clientes.

As empresas do GRUPO ATTUALITÀ têm domínio em todo território nacional e reconhecimento no mercado de joias e acessórios esmerados no Brasil, trazendo aos seus clientes peças elegantes e exclusivas, acompanhando as principais tendências dos Estados Unidos e da Europa, tudo isso através do sonho e dedicação de seus administradores, que nunca mediram esforços para elevar seus negócios, expandir clientes e trabalhar arduamente para conseguir elevar as empresas.

Com o trabalho impecável da designer Tathyana Cafero, sócia de uma das empresas do grupo, o desenvolvimento de cada jóia envolve pesquisa, dedicação, criatividade, design arrojado e o uso de materiais como Zircônia, Prata 950 e ouro 18K juntamente com pedras preciosas como Rubi, Esmeralda, Safira e Sodalita, o que diferencia a marca ATTUALITÀ das demais no mercado.

Diante do sucesso da marca e a procura incessante dos consumidores pelos acessórios, novas empresas foram abertas, nos principais e mais requintados Shoppings de Campinas e São Paulo.

O sucesso das empresas se deu por se tratar de um dos melhores produtos que o mercado brasileiro oferece, bem ainda, pelo excepcional atendimento com seus clientes, equipe qualificada, com esmerado pós-venda e seu comprometimento com qualidade, design e “fashionabilidade”.

Necessário aclarar que o público alvo das Recuperandas são as classes econômicas A e B, assim, por meio de pesquisas de utilizou-se das estratégias de Marketing de Kotler e atentou a um composto de quatro “P” para definir o posicionamento da marca e do produto, qual seja “P” de promoção, o “P” de produto, o “P” de praça e o “P” de preço, fatores essenciais ao triunfo da marca, bem como pesquisou as vantagens do *e-commerce* (comércio *online*) para as empresas e consumidores.

Com todos estes recursos, o sucesso foi grande e as vendas cresceram, tendo em vista que a ATTUALITÀ expandiu as áreas de atuação, bem como tornou-se reconhecida nacionalmente e não mais regionalmente.

Atualmente o GRUPO ATTUALITÀ é referência no segmento de joias e acessórios de moda varejista nacional, opera com 06 lojas nos grandes shoppings centers, quais sejam, Iguatemi Campinas,

Iguatemi Faria Lima - São Paulo, Iguatemi JK - São Paulo, Morumbi Shopping - São Paulo., Shopping Higienópolis - São Paulo e Shop. Ibirapuera e contam com um total de 46 funcionários.

Logo, em pouco tempo, em razão de diversos fatores que serão explanados a seguir, o GRUPO ATTUALITÀ passou de uma fase sólida e certa, para um caos financeiro que, inclusive, obrigou as empresas a realizarem a contratação de empréstimos com bancos, sendo que, obviamente o efeito progressivo dos juros fizeram com que o caixa no início do ano corrente, viesse a travar o ano de 2016.

Assim, não se vislumbrou outra solução, senão o ajuizamento da **RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, cujo presente plano reorganizará o passivo do grupo, fazendo com que este retome sua estabilidade, e, posteriormente, seu crescimento econômico, pelas diversas razões macro e microeconômicas que serão explanas a seguir.

#### **I.4. Causas da crise**

A ATTUALITÀ passa a expor as causas que motivaram a crise econômico-financeira que atravessa, destacando-se que quando do ajuizamento do pedido de Recuperação Judicial tais razões foram expostas, mas não foi possível adentrar amiúde nas verdadeiras causas que levaram a derrocada financeira das empresas, dado ao tempo que o ajuizamento do processo não pode esperar, em virtude do risco de decretação da falência.

Como será demonstrado a seguir, há um conjunto de fatores e fatos, ocorridos ao longo da história recente da ATTUALITÀ que fizeram com que o pedido de RECUPERAÇÃO JUDICIAL fosse necessário, para que a empresa não viesse a entrar em *bancarrota* no primeiro semestre do ano de 2016.

Evidente que em detrimento da grave crise econômica que atravessa o Brasil, que se agravou severamente neste ano de 2016, o GRUPO ATTUALITÀ sofreu impacto significativo em suas vendas, que o levou ao caos financeiro que hoje se encontra.

Assim, a deterioração do cenário macroeconômico em 2016, impactou negativamente nos resultados das empresas, em razão da queda de consumo das famílias brasileiras, o que acarretou

na considerável diminuição do volume de vendas do GRUPO ATTUALITÀ.

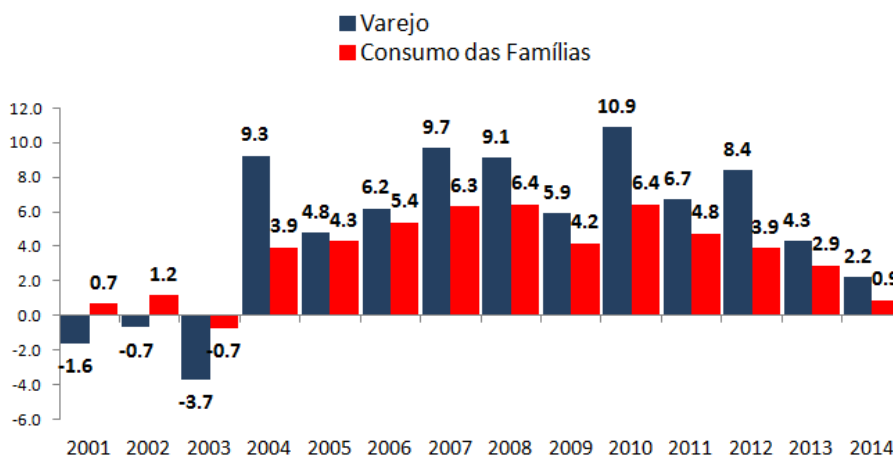
É de suma importância entender que os desafios da ATTUALITÀ já mostraram sinais no ano 2014, visto que foi caracterizado pelo pé no freio dos consumidores, principalmente pela desconfiança na economia e na condução da política.

Os termos “recessão técnica”, “crise” e “retração da economia” pipocam nas manchetes de sites de notícias há meses, a inflação bate recordes, assim como o câmbio que mostra que o dólar e o euro dispararam, deixando a nossa moeda mais desvalorizada.

É notório que o atual cenário político e econômico não nos deixam dúvidas de que enfrentamos um razoável período desafiador para todas as áreas empresariais, e o setor de jóias e moda em geral não é exceção. Ajustes implementados pelo Governo provocaram desaceleração geral, com diminuição de atividade, renda e emprego.

O consumo das famílias caiu ao nível mais baixo desde 1996, o que significa que a maioria da população está se privando de coisas básicas. Segundo recente divulgação de março deste ano (2016) do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, houve queda de 4% em 2015 do consumo das famílias, tendo desempenho negativo - assim como a economia brasileira (medida pelo Produto Interno Bruto), em comparação com o ano de 2014.

A gráfico abaixo, divulgado pelo Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) demonstra de forma clara a queda das vendas e do consumo das famílias nos últimos anos:





Isso, somado aos recentes dados divulgados em março deste ano (2016) pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), assinalam contração de 4,1% do PIB (produto interno bruto) brasileiro, acumulado em doze meses, entre as doze atividades produtivas brasileiras, dez tiveram queda, sendo que a segunda maior queda está exatamente no setor do comércio, com -13,1%.

Nesse cenário, é impossível evitar que as consequências chegassem à ATTUALITÀ, sentindo diretamente no caixa, com evidente queda nas vendas. O impacto da crise político-econômica é evidente, sendo que a PMC (Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE) apontou diminuição do varejo no acumulado do ano de 2016, queda real de -7,3%, ou seja, já descontada a inflação.

Este resultado, sem dúvidas, é espelho da continuidade da deterioração dos principais indicadores econômicos, na análise do acumulado dos últimos 12 meses a queda é de -6,5%, pior desempenho desde 2004. Na comparação com o “mês corrente versus mês anterior” o indicador também encerrou com variação negativa de -1,0%, já descontada a inflação.

Com isso, todas as dez atividades monitoradas pelo IBGE, tiveram resultados negativos na comparação anual, influenciadas negativamente pelo menor poder de compra das famílias e alta desconfiança dos consumidores, sendo que o índice do mercado foco da ATTUALITÀ apresentou queda de (-15,5%).

Atividades	Indicador mês/mês*			Indicador mensal			Acumulado	
	jan	fev	mar	jan	fev	mar	no ano	12 meses
<b>Comércio Varejista</b>	<b>-2.0%</b>	<b>1.1%</b>	<b>-0.9%</b>	<b>-10.6%</b>	<b>-4.2%</b>	<b>-5.7%</b>	<b>-7.0%</b>	<b>-5.8%</b>
1 - Combustíveis e lubrificantes	-2.7%	0.3%	-1.2%	-13.8%	-3.9%	-10.1%	-9.5%	-7.5%
2 - Hiper, super, prods. alimentícios, bebidas e fumo	-0.9%	0.8%	-1.7%	-5.8%	-1.4%	-1.2%	-2.8%	-2.9%
2.1 - Super e hipermercados	-0.7%	0.8%	-1.7%	-5.8%	-1.3%	-1.0%	-2.8%	-2.9%
3 - Tecidos, vest. e calçados	-0.3%	-3.5%	-3.6%	-12.9%	-11.5%	-14.1%	-12.9%	-10.6%
4 - Móveis e eletrodomésticos	-5.7%	6.1%	-1.1%	-24.7%	-10.3%	-13.8%	-17.0%	-16.6%
4.1 - Móveis	-	-	-	-4.8%	-15.8%	-17.0%	-12.2%	-17.1%
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-32.6%	-7.8%	-12.5%	-19.1%	-16.3%
5 - Artigos farmacêuticos, med. ortop. e de perfumaria	0.1%	0.1%	0.7%	-0.2%	5.9%	2.0%	2.4%	2.3%
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0.4%	-3.2%	-1.1%	-13.0%	-16.3%	-16.2%	-14.9%	-13.2%
7 - Equip. e mat. escritório, informát., comunicação	1.9%	-2.7%	6.1%	-24.9%	-17.0%	-8.9%	-16.8%	-9.9%
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-3.4%	-0.5%	-2.5%	-14.8%	-11.6%	-11.9%	-12.8%	-6.0%
<b>Comércio Varejista Ampliado</b>	<b>-2.0%</b>	<b>1.4%</b>	<b>-1.1%</b>	<b>-14.1%</b>	<b>-5.6%</b>	<b>-7.9%</b>	<b>-9.4%</b>	<b>-9.6%</b>
9 - Veículos e motos, partes e peças	-2.1%	3.8%	-0.5%	-21.3%	-6.7%	-11.1%	-13.5%	-17.6%
10 - Material de construção	-5.0%	3.4%	-0.3%	-18.0%	-11.1%	-14.6%	-14.7%	-10.9%

Fonte: PMC (Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE)

Sem dúvidas os motivos que levaram a este crítico cenário foram: (i) a aceleração dos indicadores de inflação que corroeram parte do crescimento real da massa salarial, (ii) da ligeira elevação do endividamento das famílias, (iii) encarecimento do crédito, (iv) aumento do nível de desemprego e a desvalorização do real frente ao dólar (dados extraídos do PMC - Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE).

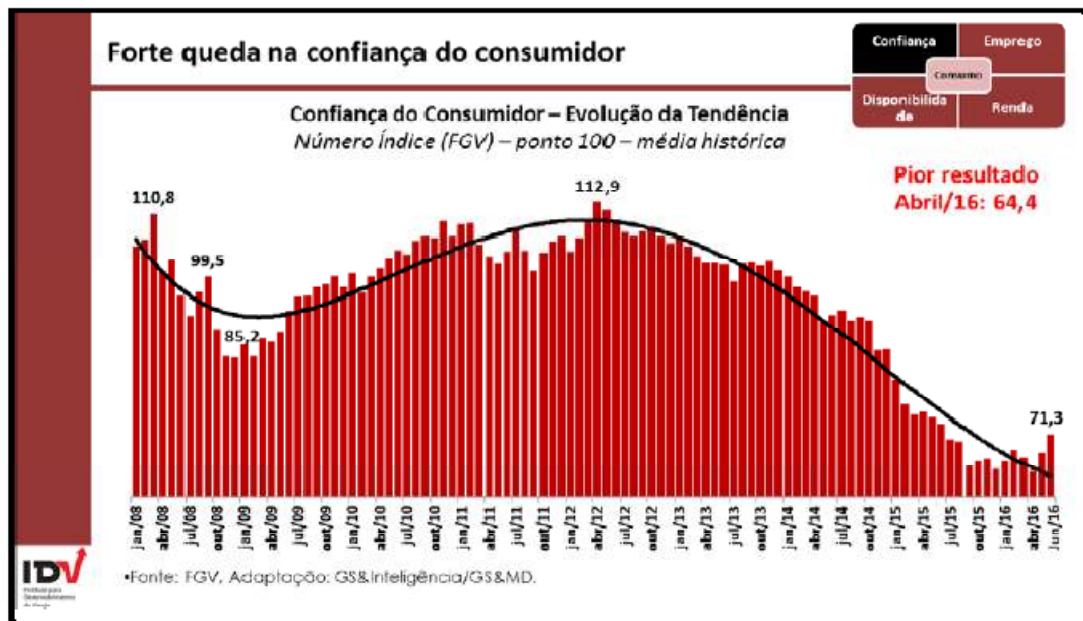


Fonte:

PMC (Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE)

Ademais, o índice de confiança, indicador que possui forte correlação com comportamento de consumo, vem atingindo os piores patamares dos últimos anos, veja-se:

Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por CAMILA DE CASSIA FACIO SERRANO e Tribunal de Justiça de São Paulo, protocolado em 08/08/2016 às 19:13, sob o número WCAS16701955231. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1019732-40.2016.8.26.0114 e código 17C153C.



Fonte: PMC (Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE)

Sendo assim, o GRUPO ATTUALITÀ (e o mercado nacional como um todo) teve que sobreviver neste cenário de graves reflexos da atual crise e as empresas do grupo sofreram com a queda do faturamento, dificuldade de obtenção de crédito, redução de oportunidades de vendas e das margens em si.

O setor da moda é extremamente sensível à crise econômica, pois é o primeiro a ser impactado nos cortes de orçamentos das famílias na busca por uma economia doméstica mais equilibrada.

Ora, nos últimos dez anos o varejo no Brasil cresceu em número de vendas e de lojas, no entanto com a atual crise só em 2015 foram 95 mil lojas fechadas, as empresas experimentaram maiores custos das mercadorias vendidas, margens menores e total desaceleração econômica sendo que poucos sobreviveram (ainda estão sobrevivendo) a atual realidade devastadora da economia.

Como já mencionado, o público alvo da marca ATTUALITÀ são as classes econômicas “A” e “B”, um público formado principalmente com o movimento de aumento da renda e do crédito dos últimos anos e, com a baixa confiança na economia, houve uma redução do consumo destas classes sociais, e, o mercado de luxo, que começou a se expandir no país nos idos dos anos 2000, sofreu as consequências.

Aliado a isso, as lojas do GRUPO ATTUALITÀ estão instaladas dentro dos principais shoppings centers, e, mesmo com a queda nas vendas, o custo da locação continuou aumentando, provocando uma quebra na economia das empresas.

Inevitavelmente, todos os fatores acima explanados trouxeram um prejuízo ao GRUPO ATTUALITÀ que, gerando enorme dificuldade de administrar o fluxo de caixa das empresas, não poderiam ocasionar em algo diferente do que uma crise, que deu a contribuição final para estrangular as atividades das empresas.

Entretanto, não será a primeira nem a última vez que fatos como esses acontecem no Brasil e no mundo. Neste caso, a questão principal não é a ocorrência, mas como lidamos com ela. É inequívoco que será buscado pelas empresas do GRUPO ATTUALITÀ um desempenho superior, a eficácia operacional (via benchmark, GQT, reengenharia, terceirização, etc.), mas isto não é suficiente. Só é possível superar o desempenho dos concorrentes quando se obtém uma diferença preservável, ou seja, “o posicionamento estratégico significa desempenhar atividades diferentes das exercidas pelos rivais ou desempenhar as mesmas atividades de maneira diferente” (Porter, 1999:48).

Esta será a essência da recuperação da ATTUALITÀ, buscar um “posicionamento estratégico” no seu mercado. A melhoria da eficácia operacional desloca a empresa em direção à fronteira da produtividade (estado da melhor prática), mas não cria diferencial em relação aos concorrentes, pois estes também podem, em curto prazo, imitar as melhores práticas.

Todos os aspectos, acima alinhados, foram responsáveis de forma conjunta pela crise financeira que a ATTUALITÀ atualmente se encontra.

Portanto, expostos os motivos da reversível crise econômica do grupo, passa-se a mostrar a sua viabilidade, especialmente do ponto de vista mercadológico, para, depois, expor a estratégia de recuperação.

## II. VIABILIDADE ECONÔMICA DA ATTUALITÀ (Art. 53, II, da LRE)

### II.1. AMOR, PAIXÃO E MODA - O negócio da ATTUALITÀ

JÓIAS são a materialização do AMOR e da PAIXÃO!

As frases e “slogans” utilizados pelas grandes marcas de jóias do Brasil e do Mundo, demonstram, sem sombra de dúvidas, que as jóias são a representação, a materialização, o presente (material) que representa o AMOR e PAIXÃO, veja-se estas frases:

“Eu vou te amar” (Tiffany & Co.)

“O amor verdadeiro tem cor e nome” (Cartier)

“Todo o beijo começa com Kay” - (Kay Jewelers)

“Os Cristais chegam mais perto do corpo do que nunca” - (Swarowski)

“O amor está no ar” (Tiffany & Co.)

“A VIDA TEM SEUS MOMENTOS, faça todos eles inesquecíveis” (PANDORA)

“H. Stern – A Jóia que marca você” (H Stern)

Já existe um brocardo popular que diz que “JÓIAS VÃO DO AMOR À VAIDADE, DO LUXO AO PODER”, e não é a toa, isto porque as joias representam não somente o mais alto grau de relação humana (matrimônio), como também, representam status, luxo, e poder, a história conta que as famílias Reais, por exemplo, mandavam fazer suas próprias jóias, e, o uso delas, determinaria castas ou a patente-hierarquia entre as pessoas.

Enfim, representação de amor, paixão, luxo ou moda, elas estão presentes na vida das pessoas, e, como dizem os “slogans” das maiores fabricantes do mundo, marcam os melhores momentos das

vidas das pessoas.

O homem em sociedade, formulador de estruturas sociais distintas, sempre se supriu do anseio em se diferenciar dos demais. A divisão de classes, os complexos sistemas políticos, o avançar de uma classe dominante, fomentou a busca pelo poder, almejando o divino, o belo, o auge da estética, ou seja, o refinamento das nossas necessidades. Nesse contexto, o luxo começa a surgir, solidificando um novo tipo de comportamento.

No Egito Antigo, os faraós e seus familiares, tinham privilégio a certos bens exclusivos e, até mesmo, na Idade Média, os nobres e membros superiores da igreja desfilavam com as melhores elaborações criadas pelos artesões. Em todas as épocas, uma classe ou uma elite da população se entregou aos prazeres do uso de objetos de luxo, para fins religiosos, tribais ou exclusivamente profanos.

No século XVIII, eventos como a Independência dos Estados Unidos e a Revolução Francesa, mudaram a visão do luxo e os hábitos de consumo, já que a burguesia começa a obter bens que eram até então restritos às cortes e com isso passam a transformar a produção de objetos e serviços de luxo em um modelo de negócio. O luxo deixa de ser algo restrito apenas àqueles que tinham laços hereditários, torna-se objeto de desejo de todos, distingue as classes sociais e torna-se atributo da posição.

O luxo, ao longo da história, surge como um gerador de status, um desejo em aprimorar tudo o que se consumia, o ápice da satisfação pessoal, sua essência caracteriza o singular e sinaliza privilégio.

É unívoco que o luxo independe de modelos econômicos. Trata-se de uma demanda irracional do ser humano em obtê-lo ou dá-lo (qual o melhor presente – material – para demonstração de amor?), o que enfatiza o grande apelo psicológico envolvido nesse consumo.

Os produtos de luxo precisam suprir a percepção de valor esperada, demonstrar suas características marcantes, sua qualidade, exclusividade e posicionamento.

Sua comunicação deve se expressar individualmente e construir uma personalidade. Lembre-se,

aqui, do “slogan” da H.STERN – “A Jóia que marca você”.

Pois bem. Atuante no mercado há 19 anos, a ATTUALITÀ é referência no segmento de joias e acessórios de moda varejista nacional, sendo referência em seu segmento, se diferencia por sua constante evolução, peças exclusivas feitas pela designer da empresa, Tathyana Cafero, sócia de uma das empresas do grupo, sempre atenta às novidades no setor, estando sempre em harmonia com o seu mercado, sendo que, sem sombra de dúvidas, as jóias da ATTUALITÀ são objeto de desejo das mulheres brasileiras.

Veja-se, por exemplo, o “post” magnífico da “blogueira” e jornalista **LISE CRIPPA**, no endereço eletrônico “<http://www.lisecrippa.com.br/2016/03/attualita-chega-a-florianopolis-com-suas-pecas-exclusivas-e-lanca-colecao-hoje-03-e-amanha-04/>”,

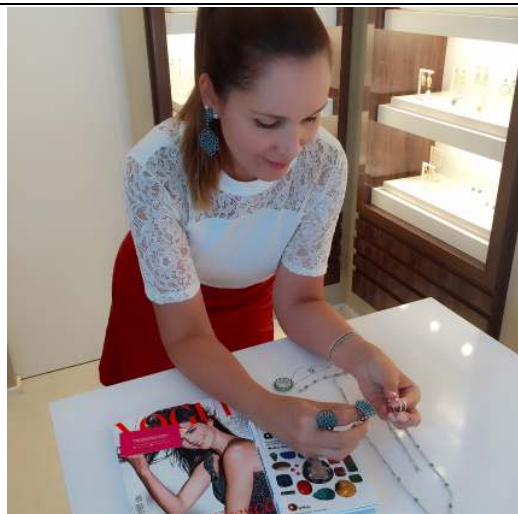
**3 DE MARÇO DE 2016**

**ATTUALITÀ CHEGA A FLORIANÓPOLIS COM SUAS PEÇAS EXCLUSIVAS E LANÇA COLEÇÃO HOJE (03) E AMANHÃ (04)**

As blogueiras Lalá Noletto, Cris Tamer e Sophia Alckmin já são “fãs de carteirinha” da marca de semijoias Attualità, que acaba de aterrissar por aqui e lança coleção hoje (03) e amanhã (04). Como contrapartida, as moças aditivam os seus “looks do dia” com as peças que já podem ser encontradas na primeira licenciada do Brasil, em Floripa! No novo endereço você acha desde peças com pedras naturais banhadas a ouro, prata e pedras preciosas.

Fotos: Vanessa Pinho

Travessa Stodieck, 21 – próximo ao Beiramar Shopping



Fui conferir as peças.

Virei fã também!

Criada em 1997, a marca trabalha com materiais como zircônia, prata e banhos em ouro, juntamente com pedras preciosas como rubi, jade, água marinha, cristal de turmalina, entre outras. Quem trouxe a grife para cá foi a empresária Sílvia Bergoudian, que por 10 anos trabalhou no departamento de marketing da BR Food.





A ATTUALITÀ tem peças de design exclusivo, fino acabamento, pedras preciosas, e se destaca pelo LUXO e BELEZA, sendo assim, o sonho de consumo da mulher brasileira, e o objeto do desejo dos apaixonados de plantão.

O desenvolvimento de cada joia envolve pesquisa, dedicação, criatividade, design arrojado e o uso de materiais como Zircônia, Prata 950 e ouro 18K juntamente com pedras preciosas como Rubi, Esmeralda, Safira e Sodalita, o que diferencia a marca ATTUALITÀ das demais no mercado.

A ATTUALITÀ, atende os mais exigentes segmentos do mercado de joias e acessórios da moda em geral, associados à excelência em qualidade, excelente atendimento, suprimindo assim as necessidades de seus clientes.

Este é o NEGÓCIO DA ATTUALITÀ!

AMOR,

PAIXÃO

E

LUXO!

As jóias da ATTUALITÀ são admiradas pelas brasileiras, são produtos finos, diferenciados, com pedras naturais, e os brincos tem uma exclusividade, pois são refinados, belos, modulares, ou seja, a proprietária poderá usar o brinco de quatro ou cinco formas diferentes, veja-se:



Assim, não há como dissociar ATTUALITÀ de AMOR, LUXO, PAIXÃO, sentimentos este que sempre induzirão ao consumo de suas peças magníficas e requintadas.

Como já foi dito alhures, os anos que se passaram e o atual, em virtude de prolemas político-econômicos, foram péssimos para a Economia Brasileira.

Com o devido respeito, 2016, foi um estorvo político econômico, a LAVA JATO é indispensável, mas trouxe com ela, de uma só vez, todo o preço da corrupção, roubalheira, e traquinagem política de nosso País, houve uma recessão histórica, retração econômica, e uma crise nunca vista antes neste País.

Contudo, importa consignar que, a “Harvard Business Review”, em 2010, publicou um artigo em que mais de 2.000 empresas foram analisadas no mundo durante a crise de 2008 e 2009. Esse estudo apontou que a imensa maioria das empresas sofreram impactos negativos e até quebraram. Por outro lado muitas empresas aumentaram sua lucratividade e ganharam mercado mesmo com crise nos seus países.

Afirma o aludido artigo que *“em momentos de crise as pessoas não deixam de consumir, elas apenas escolhem melhor de quem vão comprar, isso porque as pessoas não podem errar e a segurança passa a ser um grande fator de relevância.”*

Segundo o artigo, o resultado surpreendente das empresas que venceram a crise foi devido a ações inteligentes e eficazes, ações essas que já fazem parte do dia-a-dia da ATTUALITÀ.

Esse será o plano da ATTUALITÀ, apesar das barreiras que a crise a impõe, serão aproveitadas todas as oportunidades do seu setor, usando-as no momento correto, assegurando acima de tudo a sobrevivência da empresa, seu soerguimento e o retorno no seu merecido lugar no mercado.

Fato é que apesar do momento de grave crise que o Brasil atravessa, que vem freando o ânimo dos consumidores, o mercado interno em longo prazo é altamente promissor para o ramo que o GRUPO ATTUALITÀ atua.

Assim, como dito, a ATTUALITÀ é uma forte marca que tem como público alvo as classes “A” e “B”, classes estas que não foram afetadas diretamente pela atual crise político-econômica, mas com a

total desconfiança na economia e no governo da presidente afastada deixaram de consumir, o que ensejou a retração no mercado de luxo.

Fato é que mesmo que ainda timidamente já se notou melhora na profunda crise que se encontra o país, reflexos das ações do novo governo em exercício e, com isso, do retorno da confiança da recuperação da economia do Brasil, resulta em uma evidente melhora nas expectativas.

O Fundo Monetário Internacional (FMI) melhorou suas perspectivas para a economia brasileira ainda para o ano de 2016 e também para 2017. Na revisão de seu relatório "Perspectiva Econômica Global", divulgado recentemente (mais precisamente em 19/07/2016), o FMI passou a ver contração do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro de 3,3% em 2016, contra retração de 3,8% estimada em abril, bem como recuperação para o ano de 2017, com crescimento de 0,5%, contra estagnação projetada anteriormente (dados extraídos da Revista Exame - <http://exame.abril.com.br/>).

Destacou o FMI, no relatório supracitado, que "*a confiança do consumidor e das empresas parecer saído do nível mais baixo*".

Isto já é sentido, por exemplo, pelos recentes dados, como o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) da Fundação Getulio Vargas (FGV) subiu 3,4 pontos, passando de 67,9 pontos em maio para 71,3 pontos em junho deste ano (2016), maior patamar desde junho de 2015.

Ademais, verificou-se que houve alta da confiança em todas as quatro classes de renda pesquisadas. A melhora expressiva ocorreu entre os consumidores com renda familiar entre R\$ 4.800,01 e R\$ 9.600,00, em que o Índice de Confiança do Consumidor aumentou 4,2 pontos (dados extraídos do Jornal Valor Econômico).

Neste cenário, o segmento de produtos e serviços de luxo, que é o foco da atuação da ATTUALITÀ, prevê uma expansão entre 11% e 13%, segundo a Associação Brasileira das Empresas de Luxo (Abrael).

Demais disso, para o segmento de joias de alto padrão, como de fato são as peças vendidas pela ATTUALITÀ, a diversidade de pedras e metais brasileiros são marcas do nosso país, com reconhecimento internacional, sendo responsável por aproximadamente 1/3 do volume de

produção de gemas (do latim *gemma*, que significa pedra preciosa) em todo o mundo, com exceção do diamante, do rubi e da safira (fonte: Sebrae - <http://intranet.df.sebrae.com.br>).

### **Amor e Luxo = ATTUALITÀ**

Sendo assim, demonstrada a viabilidade econômica financeira através do laudo anexo, o presente PLANO traz a baila, para credores, JUÍZO, e sociedade em geral, que seu negócio tem ampla possibilidade de se reerguer, reestruturar, mantendo vivo o espírito norteador da lei de recuperação de empresas.

### **III. DA REESTRUTURAÇÃO DA EMPRESA (Art. 53, I da LRE)**

#### **III.1. Objetivos Básicos do PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

A RECUPERAÇÃO JUDICIAL do GRUPO ATTUALITÀ terá o objetivo de reestruturar as empresas que compõem o grupo, com a finalidade de gerar o necessário fluxo de caixa positivo para cumprir o plano de recuperação judicial, através das seguintes premissas:

- Cumprimento do espírito norteador da Lei 11.101 de 2005, qual seja, a manutenção de empresas viáveis e a continuidade da atividade empresarial;
- Superação da momentânea dificuldade econômico-financeira;
- Os interesses das partes envolvidas sejam tratados de forma justa, razoável e equilibrada;
- A ATTUALITÀ, com as suas operações, seja viável, permitindo equacionar suas dívidas, atingindo a finalidade precípua da Lei 11.101/05;
- Os problemas enfrentados pela ATTUALITÀ sejam suplantados, para que exerça atividade empresarial rentável objetivando a manutenção de sua atividade, gerando o caixa suficiente para pagamento de seus credores.

Vale, assim, trazer, como introdução ao PLANO, e a tudo que será aqui demonstrado, uma espetacular definição do que é PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL, do advogado e Economista Aristides Malheiros (in RECUPERAÇÃO JUDICIAL: Temas Polêmicos – Revista do Advogado AASP, ano XXIX), abaixo transcrito:

***“É uma ponte, que nos leva do local onde estamos para o local onde pretendemos chegar. É preciso ter a noção exata de onde estamos e entender por qual razão viemos parar nesse ponto indesejado.***

***Em que ponto nos perdemos, como isso aconteceu, o que poderíamos ter feito para evitar? São questões sem as quais se corre o risco de arquitetar-se uma solução equivocada, pois a ponte estará sendo projetada para sair de outro local, que não é aquele onde nos encontramos. Em segundo lugar, deve-se considerar para onde queremos ir e avaliar como poderemos efetuar nossa travessia, com quais recursos podemos contar.”***

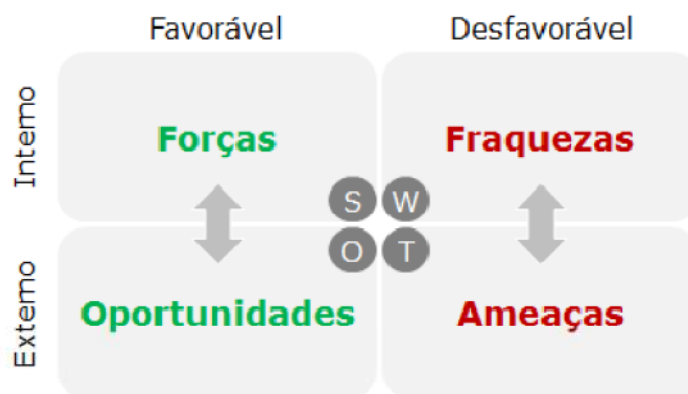
Importante lembrar, que o PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL é um cruzamento de interesses (função social da empresa, interesses dos credores, estímulo à atividade econômica), que não pode ser apenas quantitativo (considerados sob o enfoque de valor em dinheiro a ser satisfeito no curso da recuperação), mas sim, qualitativo, inclusive, porque a Lei de Recuperação Judicial não criou ou inovou qualquer direito, mas simplesmente, consagrou princípios já insculpidos no artigo 170 da Constituição Federal de 1988.

Desta forma, todo o Plano de Recuperação foi idealizado com base em discussões sobre erros e acertos da Gestão e Administração até o pedido de RECUPERAÇÃO JUDICIAL. Foi realizada uma detalhada análise “SWOT” da empresa identificando suas FORÇAS, OPORTUNIDADES, FRAQUEZAS e AMEAÇAS, e, esta análise foi o ponto de partida de elaboração do presente PLANO DE RECUPERAÇÃO.

A análise “SWOT” representa a avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e Ameaças, vem das iniciais das palavras inglesas Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities

(oportunidades) e Threats (ameaças), tem o escopo analisar justamente estes pontos, confrontando, AMEAÇAS X OPORTUNIDADES, e FORÇAS X FRAQUEZAS, da seguinte forma:

### Matriz SWOT



- ✓ **Ameaças e oportunidades** – Análise do ambiente externo à organização em busca de ameaças e oportunidades. Trata-se do estudo do que está fora do controle da empresa, mas que afeta diretamente o negócio. Entre as forças a serem consideradas estão os fatores demográficos, econômicos, históricos, políticos, sociais, tecnológicos, sindicais, legais, tributários, fatos príncipes, etc.
- ✓ **Forças e fraquezas** - Trata dos pontos fortes e fracos da empresa. A Análise “SWOT” é um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão. A técnica é creditada a Albert Humphrey, que liderou um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford nas décadas de 1960 e 1970, usando dados da revista Fortune das 500 maiores corporações.

Neste compasso, nota-se que esta análise permite identificar as oportunidades e ameaças dentro das empresas, sendo totalmente oportuno que no momento de reestruturação e readequação de seu passivo, a ATTUALITÀ olhe para fora (ambiente externo) e note as oportunidades existentes e, por meio delas, obviamente obtenha lucro suficiente para saldar seu passivo ao longo do tempo.

Assim, as oportunidades podem ser avaliadas e classificadas de acordo com a sua atratividade e a probabilidade de sucesso. No caso em tela, conforme já mencionado em tópico próprio demonstrado, as oportunidades da ATTUALITÀ são muitas, tais como: a qualidade e exclusividade das peças comercializadas pelas empresas; aumento do índice de confiança dos consumidores; melhora nas perspectivas para a economia que reflete na retomada do consumo nas classes “a” e “b”; a diversidade de pedras e metais brasileiros.

Por outro lado, a ameaça é representada por um desafio imposto por uma tendência do mercado ou desenvolvimento desfavorável que possa deteriorar as vendas ou os lucros de uma empresa, caso ações não sejam desenvolvidas para combatê-la.

Ademais, é necessário que seja feita também uma análise do ambiente interno da empresa, sendo fundamental que a ATTUALITÀ avalie suas forças e fraquezas internas. Com isso, deve se auto avaliar, enxergando suas forças e fraquezas para poder determinar quais oportunidades podem e devem ser seguidas e para melhor se preparar para enfrentar as possíveis ameaças.

A análise das quatro variáveis da análise “SWOT” são de extrema importância para a recuperação da empresa, e para a elaboração do PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL, posto que, sem este estudo, dificilmente, será atingindo o objetivo de reconhecer as fraquezas e defeitos da empresa, e, corrigi-los, preparando-a para os eventos externos, seja para o seu benefício ou para evitar que atrapalhem o bom andamento das atividades empresariais.

Veja-se que as decisões devem ser tomadas de forma a realçar as forças e deve-se tentar minimizar ao máximo as fraquezas, sendo assim a análise “SWOT” produz uma capacidade de visualização clara e transparente, tanto externa como interna da organização. Essencialmente, ela objetiva possibilitar ao gestor maximizar os pontos fortes, minimizar os pontos fracos, tirar proveito das oportunidades e se proteger das ameaças.

Neste sentido, foi traçada a seguinte análise “SWOT” da ATTUALITÀ:

Plano de Recuperação Judicial

ANÁLISE SWOT

FORÇAS	Nota	Peso	Geral
Marca reconhecida	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Diferencial inovador	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Tecnologia própria	Concordo Totalmente	Importante	
Qualidade do produto	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Portfólio de produtos/serviços variado	Concordo Parcialmente	Importante	
Baixo custo	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Colaboradores com competências singulares	Não Concordo e nem Discordo	Importante	
Localização privilegiada	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Infra estrutura adequada	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Canais de venda diversos	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Eficiência operacional	Discordo Parcialmente	Muito Importante	
Turnover de colaboradores	Discordo Parcialmente	Importante	
Base de clientes	Não Concordo e nem Discordo	Muito Importante	
Recursos financeiros	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Escalabilidade	Discordo Totalmente	Importante	
Responsabilidade Socioambiental	Não Concordo e nem Discordo	Sem Importância	
			91,5

FRAQUEZAS	Nota	Peso	Geral
Marca desconhecida	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Sem diferencial competitivo	Discordo Totalmente	Importante	
Tecnologia compartilhada ou copiada	Discordo Totalmente	Importante	
Baixa qualidade do produto	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Ausência de novos produtos/serviços	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Alto custo	Concordo Parcialmente	Muito Importante	
Colaboradores com competências singulares	Não Concordo e nem Discordo	Importante	
Dependente de conhecimentos específicos	Concordo Parcialmente	Importante	
Pouca variedade de produtos/serviços	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Poucos canais de venda	Concordo Parcialmente	Muito Importante	
Atendimento ao cliente deficitário	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Má gestão	Concordo Parcialmente	Muito Importante	
Dependente de poucos clientes	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Recursos financeiros escassos	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Trabalha homem hora	Concordo Parcialmente	Importante	
Prejudicial social ou ambientalmente	Discordo Totalmente	Importante	
			67

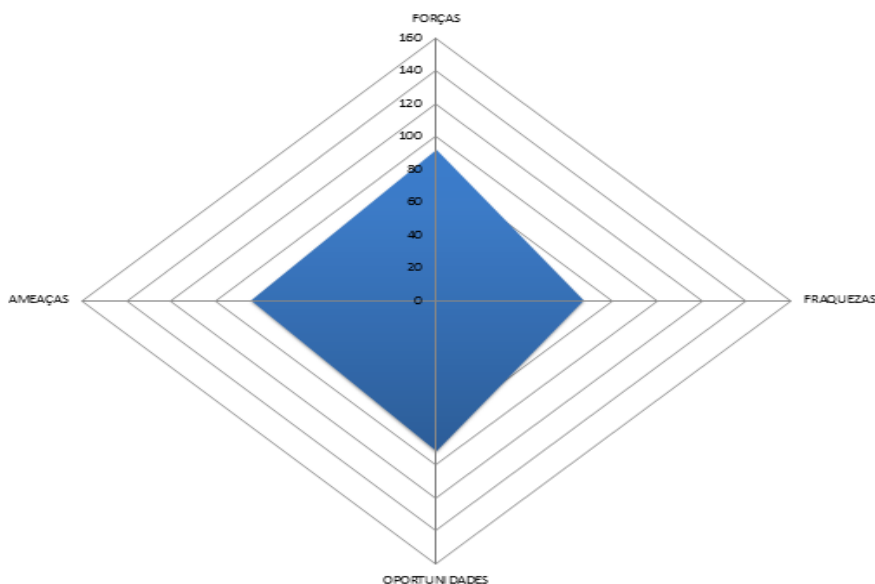
OPORTUNIDADES	Nota	Peso	Geral
Mercado inexplorado	Concordo Parcialmente	Importante	
Parcerias estratégicas	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Poucos concorrentes	Discordo Parcialmente	Muito Importante	
Políticas governamentais favoráveis	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Avanço tecnológico	Não Concordo e nem Discordo	Sem Importância	
Redução de taxas	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Ambiente colaborativo	Discordo Parcialmente	Importante	
Grandes acontecimentos	Concordo Parcialmente	Importante	
Interesse geral por iniciativas socioambientais	Não Concordo e nem Discordo	Sem Importância	
Nova linha de produtos	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Recursos essenciais abundantes	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Novos segmentos de clientes entrando no mercado	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Crescimento do mercado	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Oferta para mercados emergentes	Discordo Totalmente	Importante	
Poucas barreiras para desenvolvimento	Discordo Parcialmente	Muito Importante	
Facilidade de conseguir informações de público alvo	Concordo Totalmente	Importante	
			92

AMEAÇAS	Nota	Peso	Geral
Mercado saturado	Não Concordo e nem Discordo	Muito Importante	
Poucos parceiros	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Novos concorrentes	Discordo Parcialmente	Muito Importante	
Políticas públicas / Leis prejudiciais	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Substituição tecnológica	Não Concordo e nem Discordo	Sem Importância	
Entrada de multinacionais no país	Discordo Parcialmente	Importante	
Aumento do custo de mão de obra	Concordo Parcialmente	Importante	
Flutuação do dólar	Não Concordo e nem Discordo	Importante	
Desinteresse geral pelo setor de atuação da empresa	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Dificuldade de inovar	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Recursos essenciais escassos e caros	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Segmento de clientes reduzindo	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Estagnação do mercado	Concordo Totalmente	Muito Importante	
Impossibilidade de oferta para novos mercados	Discordo Totalmente	Muito Importante	
Muitas barreiras para desenvolvimento	Concordo Parcialmente	Muito Importante	
Dificuldade de conseguir informações de público alvo	Discordo Totalmente	Importante	
			84

Discordo Totalmente	Sem Importância
Discordo Parcialmente	Importante
Não Concordo e nem Discordo	Muito Importante
Concordo Parcialmente	
Concordo Totalmente	



A seguir segue o resultado gráfico da análise, indicando que as FORÇAS e OPORTUNIDADES da ATTUALITÀ realmente viabilizam sua RECUPERAÇÃO, sendo que, suas ameaças deverão ser administradas a ponto de não anular suas forças, veja-se:



Resta muito claro, pelo resultado acima, que o GRUPO ATTUALITÀ é muito viável, possui respeitável vantagem em forças e oportunidades, poucas fraquezas, sendo que, na verdade, a conclusão que se chegou é que a crise financeira pela qual ela atravessou foi em virtude das AMEAÇAS, pontos estes que estão sendo revistos e aplicados no presente PLANO, para total reestruturação da empresa.

Assim, os estudos, e a série de medidas aqui propostas, terão o condão de anular ou diminuir as ameaças, e, de outra parte, fazer com que a ATTUALITÀ consiga exaurir suas forças e oportunidades, destacando, que o presente se trata de uma concatenação de ideias, princípios jurídicos, financeiros e econômicos, com um único objetivo: atingir a essência da Lei nº 11.101/05, que sem sombra de dúvidas está muito bem formalizada no seu artigo 47.

Identificar os ERROS, visualizar os ACERTOS e OPORTUNIDADES, e trabalhar com eficácia e eficiência para o futuro é a ESSÊNCIA de um Plano de Recuperação Judicial.

Assim, a construção do presente PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL tem como premissa sua capacidade (operacional, econômica e financeira) de atendimento dos interesses que vêm priorizados pela norma legal e constitucional, nomeadamente os interesses do trabalhador, de consumidores, de agentes econômicos com os quais o empresário se relaciona, incluindo-se no último a comunhão de seus credores (principalmente aqueles considerados estratégicos para a atividade empresarial, como credores financeiros e comerciais, incluindo-se fornecedores de produtos e serviços) e, enfim, de interesses da própria coletividade, dentre os quais se destacam aqueles relacionados ao meio ambiente.

Por tais motivos, a Lei nº 11.101/05, no seu artigo 50, exemplificou, mas não exauriu, os meios de RECUPERAÇÃO de uma empresa, sendo que a ATTUALITÀ utilizar-se-á de algumas premissas e alternativas do aludido artigo, mas também, inovará em outros campos, haja vista ser o rol de meios de recuperação meramente exemplificativo.

Evidente que, o que realmente importa, é a consecução dos objetivos, atendendo aos interesses que vêm priorizados pela norma legal e constitucional, nomeadamente os interesses do trabalhador, de consumidores, de agentes econômicos com os quais o empresário se relaciona, incluindo-se no último a comunhão de seus credores e a sociedade em geral, atingindo assim o objetivo da Lei de Recuperação de Empresas (art. 47).

A relação completa das medidas recomendadas está descrita nos itens seguintes deste documento. No entanto, todas as medidas para uma bem-sucedida implantação do Plano de Negócios, terão as seguintes premissas:

- Imediata e Rigorosa intervenção do Ciclo de Caixa da empresa, para que deixe de ser deficitária;
- Gerenciamento das margens operacionais, concentrando seu foco nos melhores conceitos de precificação de produtos e “mix” de vendas;
- Reorganização Administrativa, em especial, com planejamento em recursos humanos;

- Na medida da progressão do plano, e de reconquista da confiança econômica, baratear o custo financeiro da empresa, negociando com instituições financeiras parcerias, taxas de juros mais atraentes;
- RECONQUISTA DA CONFIANÇA DO MERCADO, vendendo com margens saudáveis e tendo condições de entregar os produtos vendidos no volume e prazo avançados;
- Reerguer a ATTUALITÀ no mercado, tornando-a uma das líderes do ramo no Brasil.

As medidas acima, se bem aplicadas e gerenciadas, certamente influenciarão positivamente no giro empresarial das empresas e, com o esforço de seus sócios e de todos os seus “stakeholders”, recuperarão a empresa, retomando-se seu crescimento, pagando seu passivo, e, ainda, mantendo-a no mercado gerando empregos, recolhendo tributos, movimentando a economia local, enfim, cumprindo, assim, na íntegra, o espírito norteador da Lei nº 11.101/05.

### III.2. Premissas Básicas

A recuperação das empresas do GRUPO ATTUALITÀ têm como premissa corrigir suas FRAQUEZAS, tais quais detectadas na análise “SWOT” apresentada alhures, objetivando, assim, trabalhar e aprimorar a eficácia operacional da empresa, para pagamento dos credores, que se traduz em prover resultado suficiente, ao longo dos anos, para quitar suas obrigações.

Em resumo, ela será realizada em duas FASES, a PRIMEIRA, é a fase de sobrevivência, do recomeço, das suspensões dos pagamentos em virtude da recuperação judicial; da utilização de capital de terceiros como descontos bancários ou cessões de títulos e contratos de fomento mercantil, da parceria com fornecedores, da inversão do ciclo de caixa; e, a SEGUNDA, que será a fase mais da plena atividade empresarial, desalanvancagem, de incremento de avanços, produtos e valor.

Estas fases serão descritas no próximo item, mas serão nada menos que as etapas, o ritmo e a cadência das premissas e conceitos aqui propostos, de forma organizada e estruturada, objetivando, assim, uma retomada em um crescimento saudável da ATTUALITÀ.

Assim, elabora-se uma estratégia empresarial que melhora muito sua eficácia operacional, objetivando, assim, ser viável e gerar caixa, como premissa básica de valer o esforço de todos, credores, empregados, Poder Judiciário e a sociedade em geral, dentro da RECUPERAÇÃO JUDICIAL.

De se frisar que, a principal FRAQUEZA encontrada foi escassez de capital de giro, que conceitualmente, será usado como principal premissa do PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL, que consistirá na correção destas FRAQUEZAS sendo este o ponto chave de sucesso da implementação da recuperação judicial.

Assim, a REESTRUTURAÇÃO e RECUPERAÇÃO das empresas do GRUPO ATTUALITÀ atenderá todos os requisitos legais, e, especialmente, aqueles previstos no artigo 50 da LRE, abaixo transcrito:

Art. 50. Constituem meios de recuperação judicial, observada a legislação pertinente a cada caso, dentre outros:

I - concessão de prazos e condições especiais para pagamento das obrigações vencidas ou vincendas;

II - cisão, incorporação, fusão ou transformação de sociedade, constituição de subsidiária integral, ou cessão de cotas ou ações, respeitados os direitos dos sócios, nos termos da legislação vigente;

III - alteração do controle societário;

IV - substituição total ou parcial dos administradores do devedor ou modificação de seus órgãos administrativos;

V - concessão aos credores de direito de eleição em separado de administradores e de poder de veto em relação às matérias que o plano especificar;

- VI - aumento de capital social;
- VII - trespasse ou arrendamento de estabelecimento, inclusive à sociedade constituída pelos próprios empregados;
- VIII - redução salarial, compensação de horários e redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva;
- IX - dação em pagamento ou novação de dívidas do passivo, com ou sem constituição de garantia própria ou de terceiro;
- X - constituição de sociedade de credores;
- XI - venda parcial dos bens;
- XII - equalização de encargos financeiros relativos a débitos de qualquer natureza, tendo como termo inicial a data da distribuição do pedido de recuperação judicial, aplicando-se inclusive aos contratos de crédito rural, sem prejuízo do disposto em legislação específica;
- XIII - usufruto da empresa;
- XIV - administração compartilhada;
- XV - emissão de valores mobiliários;
- XVI - constituição de sociedade de propósito específico para adjudicar, em pagamento dos créditos, os ativos do devedor

De se destacar que o artigo 50 da LRE não exaure os meios de RECUPERAÇÃO DA EMPRESA, até porque, por exemplo, não elenca os meios administrativos da recuperação, reestruturação e gestão da empresa, que se mostram de fundamental importância para a RECUPERAÇÃO JUDICIAL.

Assim, neste plano, serão apresentados os meios de **REESTRUTURAÇÃO** e **RECUPERAÇÃO**, em conjunto, cumprindo na íntegra o espírito norteador da Lei 11.101/05, equilibrando os interesses dos sócios, dos credores e da sociedade em geral.

Deste modo, aplicar-se-ão as conceitos e medidas básicas para a REESTRUTURAÇÃO da empresa, que certamente trarão resultados positivos imediatos, de médio e longo prazos, subdivididos em duas fases, quais sejam:

### III.3. FASE 1

Nesta primeira etapa, utilizar-se-ão saídas imediatas para evitar problemas com a necessidade de capital de giro, bem como para extirpar os nefastos efeitos creditícios após o ajuizamento da RECUPERAÇÃO JUDICIAL, ou seja, evitar-se-á ao máximo socorrer-se de capital de terceiros para o giro empresarial, em busca de parcerias para o giro das atividades empresariais da ATTUALITÀ.

Assim sendo, de modo a minimizar a premente necessidade de capital de giro, seja pela necessidade de desalavancagem, seja ainda pela escassez de crédito para empresas em RECUPERAÇÃO JUDICIAL, isto tudo aliado à atual crise de liquidez que afunda a economia do Brasil, de rigor a implementação da presente FASE I, que se tratam de saídas buscadas na própria Lei nº 11.101/2005, especialmente, a concessão de prazos diferenciados para pagamentos e equalização dos encargos a partir do pedido de recuperação judicial, nos termos do previsto no artigo 50, I e XII supra.

Assim, nesta FASE I, inicial e concomitante ao pedido de RECUPERAÇÃO JUDICIAL, haverá uma proteção do capital de giro da empresa, que será realizada da seguinte forma:

- ❖ O pedido de Recuperação Judicial bloqueará e suspenderá, por força da LRE, todas as ações e execuções que venham a atacar o caixa da empresa, dando assim, um fôlego para as finanças da empresa;
- ❖ A impossibilidade jurídica de pagamento das dívidas da empresa, certamente, aliviará o caixa, cuja geração não mais será direcionada para o passado, mas sim projetada para o futuro e ciclo de caixa da empresa;

- ❖ Os estoques serão repostos com o capital da própria venda dos mesmos, ou seja, como não haverá direcionamento de recursos para pagamentos do passivo, o estoque vai automaticamente se renovando, sem necessidade de capital de terceiros;
- ❖ Serão priorizadas as jóias com maior margem e menor prazo de venda, se o caso, inclusive, firmando-se parcerias vantajosas;
- ❖ O equacionamento dos juros, nos termos do artigo 50, XII da LRE, fará com que a ATTUALITÀ diminua o que era um elevadíssimo custo financeiro de carregamento da dívida, ou seja, as finanças das empresas do grupo serão menos impactadas pela alavancagem, e, seu capital direcionado ao pagamento de insumos, salários, matérias primas e o que mais for necessário para a atividade empresarial.

Em resumo, a FASE I é um período de sobrevivência, no qual o atual momento de crise econômica somado ao da empresa, fazem com que, seja necessário um esforço conjunto, de credores, parceiros, trabalhadores e empresa.

#### III.4. FASE 2

Com maior saudabilidade financeira e após a implementação da FASE I, a ATTUALITÀ passará a desenvolver a expansão da sua área comercial, ampliando os campos de atuação do cenário nacional e internacional, tais como:

- ✚ Maior agressividade e investimento no *marketing* e publicidade das lojas, dando, principalmente, maior visibilidade a marca ATTUALITÀ nas redes sociais;
- ✚ Capilaridade comercial, certamente, este será o foco!
- ✚ Retorno das vendas pela loja virtual;
- ✚ A atuação com influenciadores digitais, conhecidos como “blogueiras”;

- ✚ A descentralização das vendas nos shopping centers para parceiras comerciais com salões de beleza e lojas de roupas femininas de alto padrão.

De se frisar que não há um prazo específico para a expansão da área comercial, sendo que as medidas acima não são exaustivas e poderão ser tomadas conjunta ou isoladamente. Ademais, não há obrigatoriedade de cessação dos contratos previstos na FASE I para a implementação da FASE II, o que se espera, com esta cadência negocial, é que a ATTUALITÀ apenas inicie a expansão de suas vendas (aumentando a necessidade de capital de giro, bem ainda, aumentando o risco de inadimplência), no momento em que seu fluxo de caixa estiver estável e seguro, permitindo, assim, o aumento dos estoques, vendas e investimentos na área comercial.

Segundo Michael Porter, o maior Professor de Estratégia Empresarial, a opção da empresa por uma especialização ou foco em uma parcela da indústria define um escopo estreito para seus produtos e serviços em termos de: tipos de clientes, linha de produtos, canais de distribuição, área de cobertura de vendas, entre outras dimensões.

Destaca-se que Porter, em seu artigo “O que É Estratégia” (What’s Strategy), defende o uso e aplicação de ferramentas de eficácia operacional, a exemplo da reengenharia, da gestão da qualidade total, da terceirização, do “benchmarking”, de alianças, entre outras ferramentas, como forma de buscar a produtividade, a qualidade e o desempenho superior da empresa frente aos concorrentes.

Na obra “Competição, on competition, estratégias competitivas essenciais” (Campus, 1999), Porter destaca lições de suas obras anteriores, em especial que a intensidade da competição e a rentabilidade de um setor não advêm de coincidência ou má sorte, mas sim de cinco forças competitivas:

o poder dos clientes

o poder dos fornecedores



a ameaça de novos entrantes

a ameaça de produtos substitutos

o grau de rivalidade entre os atuais concorrentes

São estas cinco forças que formam o famoso “diamante de Porter”, retratando que a chave do crescimento, e mesmo da sobrevivência das organizações, é a demarcação de uma posição que seja menos vulnerável ao ataque dos adversários, já estabelecidos ou novos, e menos exposta ao desgaste decorrente da atuação dos clientes, fornecedores e produtos substitutos.

Além disto, de se destacar que a busca deste novo mercado, obviamente, se faz pelo alto valor agregado destes produtos, muitas das vezes, com custo até mesmo inferior ao dos produtos tradicionais, sendo esta, certamente, uma das saídas previstas nesta fase, para a EXPANSÃO da ATTUALITÀ no cenário nacional e internacional.

### III.5. WHAT'S THE STRATEGY?

Capilaridade comercial! A estratégia será esta.

Para conseguir ter um setor comercial de sucesso, é necessário conseguir alcançar o máximo de novos clientes possíveis, ou seja, atingir mais capilaridade.

Para conseguir fazer com que seu negócio cresça, é necessário conseguir alcançar o máximo de novos clientes possíveis, além de fidelizar os clientes antigos. Esse é o primeiro passo para ser bem-sucedido. Nesse aspecto, a capilaridade tem uma função fundamental na conquista de novos clientes.

Capilaridade de mercado é a abrangência que o seu negócio tem no seu mercado de atuação. Isso significa que quanto mais pessoas você consegue alcançar — quanto maior for a sua abrangência — maior será a capilaridade de seu negócio.

Então, pode-se presumir que o conceito de capilaridade é essencial na hora de expandir os negócios e alcançar mais vendas, pois o seu negócio deixa de ser limitado a determinada região e passa a ter um alcance maior em termos de território — o que inclui, em alguns casos, o trabalho com exportação.

Além das características de distribuição e alcance de novos clientes, outro ponto ligado à capilaridade é o atendimento realizado por diversos canais (por exemplo, em sua loja você atende presencialmente, mas também pode atender via telefone e internet).

Como expandir a capilaridade do negócio? What's the Strategy?

Trata-se de um plano de recuperação judicial. Em resumo, a estratégia da ATTUALITÀ será melhorar sua capilaridade, trocando concentrações de vendas por diversificações.

As medidas comerciais, com a devida vênia, nem podem ser tão específicas neste plano sob pena de plágio, cópia ou mesmo obstrução, contudo, desde já neste plano, a ATTUALITÀ demonstra que, tendo estudado minuciosamente seu mercado, suas finanças, seus percalços, entendeu que diminuir o custo de lojas, e atribuir capilaridade a sua rede comercial, serão premissas básicas de sua reestruturação.

### III.6. MEDIDAS “IN TIME”

Profissionalização, Diminuição dos Custos e Geração de Caixa, estas são as metas administrativas.

Esta estratégia exige uma grande perseguição na redução dos custos através de funcionários qualificados, um controle rígido nas despesas gerais e administrativas, e, especialmente, na aquisição do estoque.

Diversas medidas administrativas serão tomadas para a melhora da eficácia da ATTUALITÀ, dentre elas, pode-se especificar as abaixo descritas:

- ✧ Contratação de profissionais especializados em gestão de empresas em dificuldades financeiras;

- ✧ Utilização cuidadosa dos estoques fazendo com que a seleção das operações propicie paulatinamente uma redução parcial destes com vistas a suprir necessidades de capital de giro, garantindo sempre recursos para reposição dos mesmos nas operações que passarão a ser as prioritárias;
- ✧ Trabalho de informação, conscientização e união de toda a equipe, baseado no aprendizado decorrente das recentes análises citadas, combinadas com a experiência dos profissionais recém-contratados (advogados e gestor administrativo-financeiro) e escolha de ações e oportunidades ligadas a otimização da aplicação do fluxo de caixa, destinando-o estritamente àquelas operações do atual ciclo de atividades que se enquadram no gabarito técnico e situação financeira da ATTUALITÀ e que geram exclusivamente resultados positivos e imediatos. A análise das atividades que renderam o enxugamento do capital de giro e nossa recente curva de aprendizado, propiciou rico material para desenvolver este passo. Aplicação de análise combinatória das atividades escolhidas como acima, como a forma de compra, volume, redução de estoques que não são mais essenciais e logística ideal para suprir o faturamento com o mínimo de absorção de capital de giro na compra de materiais visando a maximização do uso do atual capital de giro;
- ✧ Reorganização dos recursos humanos da empresa, com adequação do quadro de funcionários ao atual nível de atividades da ATTUALITÀ assegurando aos colaboradores afastados prioridade na recontração, na medida em que houver ampliação das atividades;
- ✧ Busca de parceria com instituições financeiras para viabilizar a recomposição do capital de giro estritamente necessário à consecução das atividades primárias;
- ✧ Aprimoramento do sistema de gestão, melhorando a qualidade e quantidade de informações do controle do estoque, viabilizando a tomada de decisões acertadas e rápidas;

- ✧ Possível internação da contabilidade, a ser concretizada após uma avaliação de prós e contras, objetivando ter acesso rápido e direto às informações gerenciais e contábeis, motivando tomadas de decisões mais precisas e eficazes;

A ATTUALITÀ expõe que diversas destas medidas já foram tomadas, e que o resultado destas ações, em pouco mais de três meses pôde ser percebido, apesar do pedido de recuperação judicial, cujos efeitos imediatos costumam ser de descrédito, a empresa já iniciou novas parcerias com clientes, e manteve faturamento acima do esperado para o imediato período pós-recuperação judicial.

Além do acima exposto, a melhora do sistema de gestão da empresa será fundamental para sua recuperação. É inequívoco, conforme preceitua Campos Filho, que o Sistema de gestão - do ponto de vista do seu gerenciamento – deve ser uma combinação estruturada do componente práticas de trabalho (os métodos usados pelos recursos humanos para desempenhar suas atividades) com outros três componentes: informação (o conjunto de dados com forma e conteúdo adequados para um determinado uso); recursos humanos (quem coleta, processa, recupera e utiliza os dados); e tecnologias de informação (o conjunto de hardware e software que executa as tarefas de processamento das informações dos SI's).

Em suma, estas são as medidas administrativas que já se iniciaram, para a RECUPERAÇÃO e VIABILIDADE da ATTUALITÀ.

### **III.7. A Adoção de um critério de precificação**

Uma das mais importantes decisões estratégicas de uma empresa é a formação do preço de venda dos seus serviços ou produtos. Tal processo decisório é complexo, pois depende de variáveis qualitativas e quantitativas, internas e externas que estão envolvidas num planejamento substancial em informações estratégicas de mercado, que refletem os objetivos bem como a missão da empresa. Sendo assim, pode-se dizer que a definição do preço e da rentabilidade é resultado do processo de planejamento como um todo e da interação das diversas áreas da organização.

Conforme GUERREIRO & ÂNGELO (1999), as decisões de preços e análise de rentabilidade devem ser implementadas a partir da visão sistêmica da empresa, pois afetam diretamente algumas áreas vitais tais como finanças, marketing, estoque e produção. O estudo das decisões de preços e rentabilidade é efetuado por meio da interação do Marketing, utilizando-se da Teoria do Mercado, da Microeconomia, da Teoria Econômica e da Contabilidade de Custos, e utilizando-se da Teoria de Custos.

Desta forma, o objetivo principal negocial da ATTUALITÀ será a tomada de decisões de compras, preços e rentabilidade de produtos, utilizando-se simultaneamente de forma interativa os fundamentos das teorias de Mercado, Econômica e de Custos, a partir do método de custeio variável.

A determinação de preço dos produtos e estabelecimento de um grau desejado de rentabilidade deve ser objetivada pela administração da ATTUALITÀ, observando todas as variáveis econômicas, de mercado e de custo envolvidas com os produtos ou serviços da mesma.

Conforme ensina a melhor doutrina de ECONOMIA, o preço é algo dinâmico, difícil de se estabelecer, que se altera em função de uma série de variáveis.

A precificação dos produtos é um componente dos objetivos gerais da empresa. Segundo SANTOS (1995) a Teoria Econômica fornece dois princípios fundamentais para as decisões de preços, que são a otimização e o equilíbrio da oferta e demanda, incluindo a lei da oferta e procura, elasticidade dos produtos, e teoria dos custos e da produção.

De acordo com ROSSETI (2000:397) na Teoria Econômica os preços são expressões monetárias do valor dos produtos e o valor resulta da utilidade avaliada pelos que tem a necessidade e, então, procuram satisfazê-la, e dos custos calculados pelos que produzem e, então, buscam ressarcir-los pela oferta. Nesse contexto o mercado é o grande validador do preço, sendo que as políticas e estratégias de formação de preços, deverão ser orientadas para a oferta e procura e o valor dos benefícios que o produto possui e oferece. Entretanto, há no mercado um fenômeno que é a flutuação dos preços dos produtos.

Segundo BOONE & KURTZ (1998:472) para compreender o motivo da flutuação dos preços no mercado, é necessário compreender o conceito de elasticidade do produto. A elasticidade do produto é a medida de receptividade de compradores e fornecedores às mudanças de preços. A elasticidade de demanda é a mudança percentual na quantidade demandada de um produto ou serviço, dividida pela mudança em seu preço. A elasticidade de oferta de um produto é a mudança percentual na quantidade de mercadorias ou serviços dividida pela mudança percentual em seu preço.

A ATTUALITÀ sempre atuou na fixação de preço baseada na “Teoria do Mercado”, que tem como foco o mercado consumidor, com relação ao atendimento das suas necessidades, as características e as qualidades exigidas pelos consumidores, ou seja, estabelecendo um preço justo o qual é validado pelos consumidores.

Certamente, os sócios da ATTUALITÀ, mesmo sem saber, utilizavam-se da teoria que, segundo KOTLER & ARMSTRONG (1998:246), usa-se a percepção dos consumidores com relação ao valor do produto e não nos custos do vendedor, preocupando-se com o preço que o consumidor estaria disposto a pagar.

Além disto, este método leva em conta a fixação de preços a valores correntes, no qual a empresa se orienta através do preço praticado pelos concorrentes em produtos semelhantes no mercado, determinando seu preço acima, abaixo ou idêntico aos praticados, entretanto não considera a demanda dos produtos nem a formação dos custos do produto.

Não se pode olvidar, principalmente em dias de crise, que as premissas do “preço de mercado” devem ser adotadas, especialmente, porque o consumidor de massas é exigente, inteligente, tem dezenas de opções para sua compra e baixa fidelização, e, pior, faz contas de centavos nas diferenças de preços de produtos, ou seja, deixar de adotar como critério de preços, algumas premissas da “TEORIA DO MERCADO”, quais sejam, disposição do consumidor e concorrência, seria suicídio empresarial.

Contudo, o que se propõe, é aplicar uma estratégia híbrida de formação de preços, com premissas da “TEORIA DO MERCADO” e técnicas da “TEORIA DOS CUSTOS”, levando-se em consideração

todo o sistema de informações de custos do produto.

A ATTUALITÀ passa a utilizar na determinação de preços e rentabilidade a interação das Teorias de Mercado e de Custos para a obtenção do melhor resultado, já que esta interação fornece ferramentas para que o administrador desenvolva seu processo decisório de forma dinâmica, vinculando todos os elementos ao processo de planejamento estratégico e operacional.

O ponto fundamental da decisão de preços e rentabilidade é identificar as principais alternativas de ação a luz das diretrizes estratégicas da empresa, fazendo simulações dos resultados e escolhendo as melhores alternativas para otimização do resultado global da empresa. Desta forma, estará considerando os aspectos de mercado, econômicos e de custos na sua decisão.

Certamente, como se pode notar, deixar de adotar simplesmente o critério de MERCADO, passando a utilizar uma estratégia híbrida, de CUSTOS e MERCADO para precificação, será certamente o epicentro das ações de reorganização do negócio, e recuperação da empresa.

### **III.8. Desalavancagem**

A premissa financeira da ATTUALITÀ é gerir seu caixa de maneira a otimizar ao máximo seus recursos e fazer frente aos compromissos de curto prazo. É inequívoco que em um momento de escassez do crédito, a gestão de caixa torna-se um ponto crítica para as empresas em dificuldades financeiras ou com desempenho deficitário.

Como já foi explicitado, os Diretores da ATTUALITÀ, quando da expansão das vendas, optaram por escolher uma estrutura de capital de alavancagem financeira, até porque a capacidade em gerar lucros do MERCADO, naquele momento estratégico, parecia ser superior às taxas emprestadas, ou seja, o “spread” era considerado como o resultado da alavancagem.

Não foi, naquele momento, um erro estratégico. Os economistas FAMA e MELHER concluíram haver fortes indícios de que o nível de endividamento se constitui num fator que potencializa os resultados das empresas com tendência a gerar lucro, aumentando, conseqüentemente, seu valor, e age negativamente sobre aquelas com tendência a gerar prejuízo. Neste sentido, de se transcrever o seguinte trecho do estudo:

**“O capital de terceiros tem diversas vantagens. Primeiro, os juros são dedutíveis para fins de imposto, o que reduz o custo efetivo da dívida. Segundo, como os portadores de títulos de dívidas obtêm um retorno fixo, os acionistas não precisam partilhar seus lucros se os negócios forem extremamente bem-sucedidos. No entanto, o capital de terceiros também tem desvantagens. Primeiro, quanto mais alto for o grau de endividamento, mais alta será a taxa de juros. Segundo, se uma empresa enfrenta tempos difíceis e o lucro operacional não é suficiente para cobrir os pagamentos de juros, os acionistas terão de cobrir a diferença e, se não puderem fazê-lo, a empresa irá à falência. Épocas boas podem estar logo adiante, mas o excesso de dívidas ainda pode impedir a empresa de chegar lá e ainda arruinar os acionistas nesse meio-tempo.”**

O custo financeiro fez com que a estratégia de alavancagem financeira tivesse um revés, ou seja, a ATTUALITÀ não conseguiu honrar seus compromissos com as instituições financeiras, bem ainda, teve um prejuízo operacional.

Neste passo, urge trazer à baila mais um trecho do já citado estudo de FAMA e MELHER sobre alavancagem financeira onde concluem que “os resultados das empresas são de extrema importância, uma vez que apenas as empresas geradoras de lucros operacionais se beneficiariam da alavancagem”, e, conforme visto na prática **“a alavanca age como impulsador para cima ou para baixo”**.

Assim, a estratégia financeira deste plano deverá ser a de reverter a direção desta “alavanca”, fazendo com que a ATTUALITÀ utilize parte de sua geração de caixa, para, gradativamente, minorar seu custo financeiro.

O princípio básico será o da negociação com clientes e fornecedores, “antecipando receitas e aumentando o prazo para saídas de recursos”, bem como diminuindo a necessidade de utilização de capital de terceiros, descontos ou faturização, impactando positivamente no resultado pela diminuição dos custos financeiros.



De se citar neste momento a brilhante lição de André Schwartzman, diretor da KPMG no Brasil na área de *Restructuring*: “Essa tem sido a lição da crise, a gestão de caixa deve ser uma ferramenta auxiliar no processo de decisões das empresas. Um processo eficiente de cash management pode otimizar a liquidez, intensificar as medidas de economia e abrir novas oportunidades de geração de caixa”.

Ora, é inequívoco que para o MERCADO estabilizar a sua situação, terá que promover uma fortíssima gestão de caixa, evitando que a empresa fique totalmente dependente de linhas externas ou de novos capitais, desde que consiga uma gestão mais eficiente do capital de giro, com uma melhor gestão de recebíveis, contas a pagar e estoques, por exemplo.

Assim, melhorando as margens operacionais da ATTUALITÀ, o MERCADO deverá exercitar-se para, ao longo do tempo, com início a curto/médio prazo, desalavancar-se, dependendo menos do capital de terceiros.

### **III.9. Diminuição dos custos**

Diminuição dos Custos é a meta administrativa. Esta estratégia exige uma grande perseguição na redução dos custos por meio de funcionários qualificados, controle rígido nas despesas gerais, administrativas e principalmente do estoque.

### **III.10. Reestruturação do mix de vendas**

A ATTUALITÀ iniciará um processo de vender produtos de maior valor agregado, e margem de contribuição, talvez diminuindo seu faturamento, mas qualificando-o.

Buscará vender seus produtos de maiores margens de contribuição e de menor volume e necessidade de capital de giro.

## **IV. SITUAÇÃO PATRIMONIAL E DE LIQUIDEZ**

A ATTUALITÀ tem um patrimônio e um “goodwill” plenamente autorizativo de sua recuperação judicial. O laudo de avaliação anexo, que cumpre o artigo 53, III da Lei 11.101/05 demonstra a

atual situação patrimonial das empresas.

## V. DO PAGAMENTO DOS CREDORES

Inicialmente, importante esclarecer que a presente Recuperação Judicial possui apenas credores classificados como Classe III - QUIROGRAFÁRIOS.

Contudo, caso no decorrer do processo sejam incluídos credores com GARANTIA REAL e/ou credores enquadrados como MICROEMPRESAS ou EMPRESAS DE PEQUENO PORTE, estes serão enquadrados para pagamento da mesma forma dos credores QUIROGRAFÁRIOS.

Igualmente, apesar de inexistir créditos de natureza trabalhista inadimplidos, caso ao longo do processo venham a ser habilitados créditos dessa natureza, o Grupo Attualità pagará aludidas verbas, caso deferidas pela Justiça do Trabalho, em 12 (doze) parcelas mensais, a partir da homologação deste plano em Juízo e após a intimação da habilitação de crédito através de certidão emitida pela Justiça especializada, nos termos do art. 54, da Lei 11.101/2005.

### V.1. Credores Quirografários

Para a obtenção da forma correta e possível de pagamento aos credores sujeitos ao processo recuperacional, foi elaborado um detalhado e conservador fluxo de caixa, já prevendo os resultados financeiros decorrentes das ações do Plano de Recuperação Judicial, as estimativas de resultados futuros, tudo feito dentro do exíguo prazo de tempo havido até o momento, foram considerados juntamente com a utilização dos fluxos de 2016, projetando-os.

Nessas projeções foram incluídas todas as economias possíveis decorrentes das ações já tomadas, a redução do faturamento via criteriosa seleção das operações rentáveis, bem como considerou-se um crescimento mínimo, totalmente possível em face das medidas tomadas, do conhecimento do mercado, das possibilidades da atual estrutura e ainda da forte crise econômica que o País atravessa.

Foi, portanto, projetado um fluxo de caixa criterioso, considerando qualidade das margens, compras bem negociadas, compatibilizadas com as vendas e pagamentos, todas as oportunidades de redução de custos e eliminação de ativos dispensáveis, tudo objetivando economias pontuais

totalmente obteníveis ao longo do tempo.

Essas avaliações juntadas a uma perspectiva conservadora no aumento do faturamento durante 2016 projetam a ocorrência de caixa médio mensal livre, do qual destina-se, para o pagamento aos credores constantes nas Classes III da Recuperação Judicial fixo de R\$105.000,00 (cento e cinco mil reais) trimestral, para o pagamento de todos os credores que compõe as aludidas classes, a partir do escoamento da carência. Os pagamentos serão feitos ao final de cada trimestre civil.

As parcelas trimestrais citadas acima são fixas e serão corrigidas anualmente por 4,95%, que equivale a juros de 3% aa mais Taxa Referencial (TR) média de 0,4880% (com base na TR acumulada de abril a junho de 2016).

Os pagamentos dessas parcelas serão feitos sempre no décimo dia útil do mês subsequente ao trimestre vencido.

Ainda, é necessário um período de carência para aprimorar e estabilizar as operações e controles, e recompor parcialmente o capital de giro na metodologia descrita acima. Nesse período, o caixa livre será utilizado para os acertos necessários na estrutura financeira. Portanto, faz-se necessário um período de carência de 18 (dezoito) meses contados da publicação da decisão que homologa o presente Plano de Recuperação Judicial.

E é esta a principal premissa do Plano de Pagamento, de um lado, elaborar uma fórmula que comprove a viabilidade financeira da empresa, e, de outro, pagar seus credores no menor prazo possível, destacando-se que os pagamentos respeitarão o princípio da proporcionalidade, ou seja, cada credor participará do recebimento deste pagamento, na mesma proporção/participação de seu crédito no quadro geral de credores (excluídos aí os credores de verba trabalhista).

Haverá, também, um prêmio por pontualidade, sendo este importantíssimo incentivo que leva em consideração a pontualidade da ATTUALITÀ no cumprimento dos compromissos aqui firmados com seus credores.

Assim, caso a ATTUALITÀ pague pontualmente as parcelas trimestrais a que se compromete, haverá um prêmio de desconto de 60% (sessenta por cento) sobre o valor da dívida a ser concedido, apenas e tão somente, quando totalmente pagos os remanescentes 40% (quarenta por cento), desde que pontualmente, considerando-se, contudo, justo, um atraso máximo de 30 (trinta) dias em cada parcela trimestral.

Havendo a aplicação do prêmio por pontualidade acima proposto, todo o saldo remanescente será corrigido desde o deferimento do pedido da Recuperação Judicial até o pagamento da última parcela, pelo percentual correspondente à Taxa Referencial (TR) média mensal de 0,4880% (com base na TR acumulada de abril a junho de 2016) mais juros mensais de 3%aa, perfazendo 4,95%, fixos ao ano.

Haverá uma carência para início dos pagamentos de 18 (dezoito) meses, a partir da publicação da decisão que homologar o PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL.

Em resumo, a ATTUALITÀ pretende pagar seus credores sujeitos ao presente procedimento, nos seguintes termos:

- Utilização do caixa trimestral de R\$105.000,00 (cento e cinco mil reais) por trimestre, para o pagamento de todos os credores, a partir do escoamento da carência;
- Haverá um prêmio por pontualidade no percentual de 60% (sessenta por cento);
- Haverá carência de 18 (dezoito) meses para início dos pagamentos, a partir da publicação da decisão que homologar o PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL;
- Tanto as parcelas trimestrais quanto os créditos dos credores quirografários serão corrigidos pelo percentual correspondente à Taxa Referencial (TR) média mensal de 0,4880% (com base na TR acumulada de abril a junho de

2016) mais juros mensais de 3%aa, perfazendo 4,95%, fixos ao ano.

## V.2. Do Pagamento dos Credores Essenciais – locadores de lojas

Como dito anteriormente, as lojas do Grupo Attualità estão todas localizadas nos grandes shoppings centers, quais sejam Iguatemi Campinas, Iguatemi Faria Lima - São Paulo, Iguatemi JK - São Paulo, Morumbi Shopping - São Paulo., Shopping Higienópolis - São Paulo e Shop. Ibirapuera.

Evidente que a manutenção das empresas Recuperandas nas lojas pelos locadores, com finalidade de exercer suas atividades regularmente, é essencial para a sua continuidade, bem como para o pagamento de todos seus credores e fiel cumprimento do presente plano.

Assim, a ATTUALITÀ propõe o pagamento dos credores originários de locação das lojas, referentes aos alugueres anteriores ao ajuizamento do pedido de recuperação judicial, **que mantiverem a locação das lojas ao grupo**, da seguinte forma:

- Abatimento integral de todas as multas contratuais;
- Parcelamento em 18 (dezoito) parcelas mensais do total dos débitos (excluído a multa);

Assim, com a mais ampla boa-fé, requerem as RECUPERANDAS, autorização judicial para o início do pagamento dos débitos juntos aos locadores DE IMEDIATO, ou melhor, a primeira parcela vencendo após 10 (dez) dias da publicação da decisão que autorizar os pagamentos. A condição suspensiva para pagamento imediato dos credores locadores essenciais é o deferimento destes pagamentos pelo Juízo Recuperacional.

Que nem se alegue a inviabilidade do PLANO DE RECUPERAÇÃO, à medida que, **a UMA**, o intuito é a **MANUTENÇÃO DA EMPRESA**, sendo que se despejadas as empresas das lojas não haverá recuperação, mas sim inevitável falência; **a DUAS**, equacionar o pagamento dos CREDORES ESSENCIAIS PARA CONTINUIDADE DAS ATIVIDADES É DEVER DAS RECUPERANDAS.

Aqui, necessário se faz destacar o artigo 47 da Lei n. 11.101/05 na qual trata da Recuperação Judicial de Empresas tem como finalidade preservar a função social da empresa no que tange a manutenção da atividade empresarial e a preservação dos empregos, *in literis*:

Artigo 47. A recuperação judicial tem por objetivo viabilizar a superação da situação de crise econômico-financeira do devedor, a fim de permitir a manutenção da fonte produtora, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos credores, promovendo, assim, a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica.

Ademais, orienta o **Enunciado CJF nº 57**, que “o plano de recuperação judicial **deve prever tratamento igualitário para os membros da mesma classe de credores que possuam interesses homogêneos**, sejam estes delineados em função da natureza do crédito, **da importância do crédito** ou de outro critério de similitude justificado pelo proponente do plano e homologado pelo magistrado”

Para habilitação nesta classe dos credores essenciais locadores, bastará com que o CREDOR ora chamado de CREDOR LOCADOR firme seu compromisso por escrito ao GRUPO ATTUALITÀ de manutenção da locação das lojas, em condições de mercado, que será aceita e documentada na RECUPERAÇÃO JUDICIAL, para publicidade a toda coletividade de credores e pagamento nos termos dessa cláusula.

### V.3. Leilão Reverso

A premissa dos pagamentos do presente PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL é de que após a implantação das melhorias, administrativas, comerciais e financeiras, a ATTUALITÀ gere minimamente um caixa mensal apto a liquidar as verbas previstas na PLANILHA DE PAGAMENTO já transcrita aqui, e anexada com detalhes minuciosos ao presente PLANO.

Obviamente, o planejamento é para que este não seja o teto de geração de caixa buscado pela empresa e seus Sócios, espera-se que, com a implantação de todas as medidas, o GRUPO ATTUALITÀ se recupere, aumentando seu faturamento de forma saudável, gerando caixa ainda maior que o compromisso de pagamento do presente PRJ.

Por estes motivos, caso haja um excedente de caixa, ou seja, caso a empresa gere caixa superior ao valor do compromisso mensal, poderá realizar, a seu critério, leilões reversos de pagamentos, semestrais ou anuais, objetivando maior rapidez na liquidação de seu passivo.

Frise-se, a critério do GRUPO ATTUALITÀ, na medida em que o excedente de caixa, a partir dos pagamentos, pode ser necessário para recomposição do capital de giro, para investimentos ou atualização do parque fabril, bem por isto, não há a obrigatoriedade dos leilões, mas sim a, possibilidade deles ocorrerem.

O LEILÃO REVERSO ocorrerá desde que haja prévia informação na RECUPERAÇÃO JUDICIAL (até sua extinção), bem ainda, após publicação e jornal de circulação no Estado de São Paulo, com prévio prazo de 15 (quinze) dias.

Desde já, expõe-se que o LEILÃO REVERSO será aberto a todos os credores da categoria, com um lance de deságio mínimo de 25% (vinte e cinco por cento) do saldo existente na data, incluindo o desconto do bônus de inadimplência, atualizado até o final do mês anterior. Caso o valor apregoado seja inferior à soma dos saldos dos lances vencedores, a liquidação será feita de forma proporcional a todos os ganhadores.

O Leilão ocorrerá minimamente, de dois em dois anos, quando será ofertado o valor fixo de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), o qual será corrigido nos anos seguintes por 4,95%, ao ano até o final dos pagamentos. Os arrematantes receberão o valor ofertado em troca de um deságio proporcional, mínimo, de 25% do montante ofertado. Esses leilões serão promovidos caso haja recursos disponíveis em cada data proposta e os valores serão destinados proporcionalmente a cada categoria de credores.

Esta possibilidade respeita não somente o princípio da isonomia, como também dá ao credor a possibilidade de receber antecipadamente seus valores, desde que com um deságio, e, ainda, não altera a forma de pagamento daqueles que não quiserem participar, haja vista que será utilizado apenas o excedente, ou seja, trata-se de uma forma justa de antecipação de pagamentos.

## **VI. DISPOSIÇÕES GERAIS QUANTO AO PAGAMENTO DOS CREDORES**

### **VI.1. Novação**

Todos os Créditos são novados por este Plano, nos termos do art. 59 da Lei de Falências, e serão pagos na forma por ele estabelecida. Com a ocorrência da referida novação, todos os covenants, índices financeiros, encargos, juros hipóteses de vencimento antecipado e multas que sejam incompatíveis com as condições deste Plano deixarão de ser aplicáveis.

### **VI.2. Anuência dos Credores**

Os Credores têm plena ciência de que os valores, prazos, termos e/ou condições de satisfação de seus Créditos são alterados por este Plano. Os Credores, no exercício de sua autonomia de vontade, declaram que concordam expressamente com as referidas alterações, nos termos previstos neste Plano, abrindo mão do recebimento de quaisquer valores adicionais da ATTUALITÀ ainda que previstos nos instrumentos e/ou decisões judiciais que deram origem aos seus respectivos Créditos.

### **VI.3. Melhor interesse dos Credores**

Os Credores estão convencidos que este Plano reflete condições econômicas e financeiras que lhes são favoráveis, tendo em vista que (i) o pagamento integral de alguns Créditos, nas condições originalmente contratadas, levaria necessariamente à insuficiência de valores para pagamento dos demais Créditos e (ii) a alteração dos valores, prazos, termos e/ou condições de satisfação dos Créditos, nos termos do Plano, é a única forma possível de permitir que todos os Credores recebam algum valor, ainda que parcialmente.

### **VI.4. Distribuições**

As distribuições aos Credores serão feitas exclusivamente nos valores, prazos, forma e demais condições previstas no Plano para cada Classe de Credores.

### **VI.5. Regras de Distribuição**

Os Credores pertencentes a cada um dos grupos terão seus Créditos pagos de forma proporcional



à participação do crédito em cada classe, a não ser que optem pelo DIP FINANCING.

#### **VI.6. Pagamento Máximo**

Os Credores não receberão, em hipótese alguma, quaisquer valores nos termos deste Plano em desacordo com o quanto estabelecido para pagamento de seus respectivos Créditos.

#### **VI.7. Forma de Pagamento**

Os valores devidos aos Credores nos termos deste Plano serão pagos por meio da transferência direta de recursos à conta bancária do respectivo credor, por meio de documento de ordem de crédito (DOC) ou de transferência eletrônica disponível (TED). O comprovante de depósito do valor em benefício do Credor servirá de prova da realização do pagamento.

#### **VI.8. Informação das Contas Bancárias**

A ATTUALITÀ notificará seus Credores, com 30 (trinta) dias de antecedência da data do primeiro pagamento, para que esses informem, por meio de comunicação por escrito endereçada a empresa recuperanda, suas respectivas contas bancárias para a finalidade da realização de pagamentos. Os pagamentos que não forem realizados em razão de os Credores não terem informado suas contas bancárias não serão considerados como descumprimento do Plano. Não haverá a incidência de juros ou encargos moratórios se os pagamentos não tiverem sido realizados em razão de os Credores não terem informado tempestivamente suas contas bancárias.

#### **VI.9. Início dos Pagamentos**

Os pagamentos dos Créditos somente terão início a partir da data da Homologação Judicial do Plano, bem como terão início a partir desta mesma data os períodos de carência estabelecidos neste Plano.

#### **VI.10. Data do Pagamento**

Os pagamentos deverão ser realizados dentro do mês de seus respectivos vencimentos, contudo, não haverá dia específico, em virtude da elevada quantidade de credores, e da complexidade dos pagamentos.

**VI.11. Valores**

Os valores considerados para o pagamento dos créditos são os constantes da Lista de Credores e de suas modificações subsequentes em decorrência das decisões judiciais proferidas em impugnações de crédito. Sobre esses valores não incidirão juros e nem correção monetária, ainda que previstos nos contratos que deram origem a tais Créditos, salvo previsão em contrário no Plano.

**VI.12. Créditos Ilíquidos**

Todos os Créditos que sejam decorrentes de obrigações oriundas de contratos celebrados anteriormente à Data do Pedido, ou de atos praticados ou fatos ocorridos antes da Data do Pedido, ainda que não vencidos ou que sejam objeto de litígio, são abrangidos pelas cláusulas e condições deste Plano, nos termos do art. 49 da Lei de Falências.

**VI.13. Contingências**

Na hipótese de haver eventuais contingências que possam levar à responsabilização da ATTUALITÀ, decorrentes de contratos sujeitos à recuperação judicial celebrados em momento anterior à Data do Pedido, ou de atos praticados ou fatos ocorridos antes da Data do Pedido, tais obrigações, ainda que não materializadas até a Homologação Judicial do Plano, serão abrangidas pelas cláusulas e condições deste Plano, nos termos do art. 49 da Lei de Falências.

**VI.14. Alocação dos Valores**

As projeções de pagamento aqui previstas foram baseadas no valor dos Créditos constantes da Lista de Credores e na capacidade de geração de caixa da empresa. Dessa forma, qualquer diferença entre a Lista de Credores e o quadro-geral de credores finalmente homologado, inclusive por meio da alteração, inclusão ou reclassificação de Créditos, não poderá alterar o fluxo de pagamentos previsto neste Plano e nem o valor total a ser distribuído entre os Credores. Não haverá, em nenhuma hipótese, majoração do fluxo de pagamentos e nem do valor total a ser distribuído entre os Credores, aplicando-se as normas previstas nas cláusulas seguintes.

**VI.15. Novos Créditos**

Na hipótese de serem reconhecidos, por decisão judicial, Créditos que não constam da Lista de

Credores, tais Créditos novos serão pagos na forma prevista neste Plano, de acordo com as disposições aplicáveis para a classe em que tais Créditos foram classificados. Será, porém, alterado o percentual de pagamento dos Credores da mesma classe, de modo a comportar o pagamento do valor dos Créditos novos. Em qualquer hipótese, o valor total dos recursos destinados ao pagamento da classe de Credores não será alterado em razão da inclusão de um Crédito. O valor do Crédito reconhecido será considerado somente a partir da data em que a decisão judicial determinando sua inclusão passar a produzir efeitos. O Credor cujo crédito tiver sido reconhecido não terá direito a receber o valor das distribuições que tiverem sido eventualmente realizadas anteriormente a esse reconhecimento.

#### **VI.16. Créditos Majorados**

Na hipótese de acréscimo ao valor dos Créditos constantes da Lista de Credores, os Créditos continuarão a ser pagos na forma prevista neste Plano, alterando-se, porém, o percentual de pagamento dos Credores da mesma classe para comportar o pagamento do valor do Crédito majorado. Em qualquer hipótese, valor total dos recursos destinados ao pagamento da classe de Credores não será alterado em razão da majoração do valor do Crédito. O Credor cujo Crédito tiver sido majorado não terá direito a receber o valor das distribuições que tiverem sido eventualmente realizadas anteriormente a essa majoração.

#### **VI.17. Créditos Reclassificados**

Na hipótese de reclassificação dos Créditos constantes da Lista de Credores, os Créditos serão pagos de acordo com as normas, previstas neste Plano, para pagamento da classe de Credores em que tais Créditos forem enquadrados. O Crédito reclassificado passará a ser considerado como tal a partir da data em que a decisão judicial reconhecendo a reclassificação passar a produzir efeitos. O Credor titular do Crédito reclassificado não fará jus a eventuais diferenças de pagamento relativas a distribuições que tiverem sido efetuadas em data anterior à sua reclassificação.

#### **VI.18. Compensação**

A ATTUALITÀ poderá compensar, a seu critério, quaisquer Créditos com outros créditos, devidos por ela frente aos respectivos Credores Sujeitos ao Plano, quando tais créditos até o valor de referidos Créditos, ficando eventual saldo sujeito às disposições do presente Plano.

### **VI.19. Créditos em Moeda Estrangeira**

Os Credores em moeda estrangeira poderão optar pela conversão dos seus Créditos para a moeda corrente nacional ou pela manutenção dos seus Créditos em moeda estrangeira. Aqueles Credores que optarem por manter os seus créditos em moeda estrangeira, para o fim de determinação da taxa de câmbio aplicável, terão seus Créditos convertidos para a moeda corrente nacional de acordo com o PTAX 800, opção “Venda”, divulgado pelo Banco Central do Brasil na véspera do dia do pagamento.

### **VI.20. Quitação**

Os pagamentos e distribuições realizadas na forma estabelecida neste Plano acarretarão a quitação plena, irrevogável e irretroatável, de todos os Créditos de qualquer tipo e natureza contra a empresa ATTUALITÀ, inclusive juros, correção monetária, penalidades, multas e indenizações. Com a ocorrência da quitação, os Credores serão considerados como tendo quitado, liberado e/ou renunciado a todos os Créditos, e não mais poderão reclamá-los, contra a ATTUALITÀ, os Controladores, suas controladas, subsidiárias, afiliadas e coligadas e outras sociedades pertencentes ao mesmo grupo societário e econômico, e seus diretores, conselheiros, acionistas, sócios, agentes, funcionários, representantes, sucessores e cessionários, ressalvadas eventuais garantias por eles prestadas e com exceção daqueles que compareceram como coobrigados, conforme § 1º do art. 49 da Lei de Falências.

## **VII - EFEITOS DO PLANO**

### **VII.1. Vinculação do Plano**

As disposições do Plano vinculam a ATTUALITÀ e seus Credores, e os seus respectivos cessionários e sucessores, a partir da Homologação Judicial do Plano.

### **VII.2. Modificação do Plano na Assembleia de Credores**

Aditamentos, alterações ou modificações ao Plano podem ser propostas a qualquer tempo após a Homologação Judicial do Plano, vinculando a ATTUALITÀ e todos os Credores, desde que tais aditamentos, alterações ou modificações seja aprovado pela ATTUALITÀ e sejam submetidos à votação na Assembleia de Credores, e que seja atingido o quórum requerido pelo art. 45 e 58, caput ou §1º, da Lei de Falências.

### **VII.3. Descumprimento do Plano**

Na hipótese de ocorrência de qualquer evento de descumprimento deste Plano, e caso tal descumprimento não seja sanado no prazo de 5 (cinco) dias, a ATTUALITÀ deverá requerer ao Juízo da Recuperação, no prazo de até 30 (trinta) dias contados da notificação do descumprimento, a convocação de uma Assembleia de Credores para deliberar a respeito de eventual emenda, alteração ou modificação ao Plano que saneie ou supra tal descumprimento. Não haverá a decretação da falência da ATTUALITÀ antes da realização da referida Assembleia de Credores.

## **IX- DISPOSIÇÕES GERAIS**

### **IX.1. Contratos Existentes**

Na hipótese de conflito entre as disposições deste Plano e as obrigações da ATTUALITÀ previstas nos contratos celebrados com qualquer Credor anteriormente à Data do Pedido, o Plano prevalecerá.

### **IX.2. Divisibilidade das Previsões do Plano**

Na hipótese de qualquer termo ou disposição do Plano ser considerada inválida, nula ou ineficaz pelo Juízo da Recuperação, o restante dos termos e disposições do Plano devem permanecer válidos e eficazes, desde que as premissas que o embasaram sejam mantidas.

### **IX.3. Encerramento da Recuperação Judicial**

O processo de recuperação judicial será encerrado a qualquer tempo após a Homologação Judicial do Plano, a requerimento da ATTUALITÀ, desde que todas as obrigações do Plano que se vencerem até 2 (dois) anos após a Homologação do Plano sejam cumpridas.

### **IX.4. Cessões de Créditos**

Os Credores poderão ceder seus Créditos a outros Credores ou a terceiros, e a respectiva cessão produzirá efeitos a partir da notificação da ATTUALITÀ, nos termos do Código Civil, e na forma estabelecida neste Plano.

**IX.5. Sub-Rogações**

Créditos relativos ao direito de regresso contra a ATTUALITÀ, e que sejam decorrentes do pagamento, a qualquer tempo, por terceiros, de créditos e/ou obrigações de qualquer natureza existentes, na Data do Pedido, contra a ATTUALITÀ, serão pagos nos termos estabelecidos neste Plano para os referidos Credores, desde que obtido o provimento judicial nos termos do § 6º do art. 10 da Lei de Falências.

**IX.6. Lei Aplicável**

Os direitos, deveres e obrigações decorrentes deste Plano deverão ser regidos, interpretados e executados de acordo com as leis vigentes na República Federativa do Brasil.

**IX.7. Eleição de Foro**

Todas as controvérsias ou disputas que surgirem ou estiverem relacionadas a este Plano serão resolvidas (i) pelo Juízo da Recuperação, até o encerramento do processo de recuperação judicial; e (ii) pelos juízos competentes, no Brasil ou no exterior, conforme estabelecido nos contratos originais firmados entre a ATTUALITÀ e os respectivos Credores, após o encerramento do processo de recuperação judicial.

O Plano é firmado pelos representantes legais devidamente constituídos da ATTUALITÀ.

**X. CONCLUSÃO**

O Plano de Recuperação Judicial como ora proposto atende cabalmente os princípios da Lei 11.101/2005, no sentido da tomada de medidas aptas à recuperação financeira, econômica e comercial da ATTUALITÀ.

O presente, cumpre a finalidade da lei de forma detalhada e minuciosa, sendo instruído com planilhas financeiras de fluxo de caixa, de probabilidade de pagamento aos credores, bem ainda, com laudo avaliatório rigorosamente formulado.

Saliente-se ainda que o plano de recuperação ora apresentado demonstra a viabilidade econômica da ATTUALITÀ através de diferentes projeções financeiras (DRE), que explicitam a cabal viabilidade financeira e econômica, desde que conferidos novos prazos e condições de pagamentos aos

credores.

Desta forma, considerando que a recuperação financeira da ATTUALITÀ são medidas que trarão benefícios a sociedade como um todo, através da geração de empregos e riqueza ao País, somado ao fato de que as medidas financeiras, de marketing e de reestruturação interna, em conjunto com o parcelamento de débitos são condições que possibilitarão a efetiva retomada dos negócios, temos que, ao teor da Lei 11.101/2005 e de seus princípios norteadores, que prevê a possibilidade de concessões judiciais e de credores para a efetiva recuperação Judicial de Empresas, temos o presente plano como a cabal solução para a continuidade da empresa.

**Otto Willy Gübel Júnior**

**OAB/SP 172.47**

**GRUPO ATTUALITÀ****Plano de Recuperação Judicial - Proposta de pagamento**

Expresso em milhares de reais

**Credores da Recuperação Judicial (extraído de Premissas e Aplicabilidade)**

Credores da Recuperação Judicial menos Prêmio por Pontualidade(*)	3.702
Aplicação do Fator de Atualização (desde o pedido até publicação da homolog.)	46
Valores atualizados até julho de 2016 (base para o início dos pagamentos)	<u>3.748</u>

**Pagamentos e atualizações dos saldos de credores - modelo proposto**

ANO	SALDO INICIAL	ATUALIZ.	PAGA/S	SALDO FINAL
<b>1 ( 5 meses )</b>	3.748	77		3.825
<b>2</b>	3.825	189		4.015
<b>3</b>	4.015	199		4.213
<b>4 - 1o. Trim.</b>	4.213	52	121	4.144
<b>4 - 2o. Trim.</b>	4.144	51	121	4.074
<b>4 - 3o. Trim.</b>	4.074	50	121	4.003
<b>4 - 4o. Trim.</b>	4.003	50	121	3.931
	4.213	203	486	3.931
<b>5</b>	3.931	195	510	3.616
Leilão 1	3.616		120	3.496
Desãgio de 25%	3.496		30	3.466
<b>6</b>	3.466	172	535	3.103
<b>7</b>	3.103	154	561	2.696
Leilão 2	2.696		132	2.563
Desãgio de 25%	2.563		33	2.530
<b>8</b>	2.530	125	589	2.067
<b>9</b>	2.067	102	618	1.551
Leilão 3	1.551		146	1.405
Desãgio de 25%	1.405		36	1.369
<b>10</b>	1.369	68	649	788
<b>11</b>	788	39	681	146
<b>12 (2 meses ou leilão)</b>	146	7	153	-0

Esclarecimentos:

Detalhes sobre todas informações contidas nesta planilha, incluindo metodologia de cálculo estão nos Fundamentos do Plano de Recuperação Judicial.

Os pagamentos serão trimestrais e a todos os credores, em parcela fixa, que é corrigida anualmente por 4,95%.

Aos saldos originais devidos aos fornecedores foi aplicado um (\*) Prêmio por Pontualidade no Pagamento, descrito nos

Fundamentos anexos a este documento. Os saldos remanescentes a esse ajuste serão atualizados até sua liquidação conforme metodologia descrita no documento acima.

Valdir Cafero  
CPF - 069.518.568-34  
Administrador



## GRUPO ATTUALITÀ

### FUNDAMENTOS DO PLANO DE RECUPERAÇÃO JUCIDIAL

A petição que iniciou este processo relata com clareza e detalhes a sucessão de motivos que indubitavelmente trouxeram o Grupo à crise financeira, os quais resumimos em poucas linhas a seguir para facilitar o entendimento das soluções propostas, elencadas adiante.

- Desaceleração da economia: a queda na atividade econômica, reduzindo empregos, aumentando as despesas (aumento exagerado do custo da energia, do valor da matéria prima etc) e impostos, causou ao mesmo tempo a redução da demanda e o aumento nos custos, impactando profundamente a atividade de todas as empresas.
- Inadimplência de clientes: outro resultado assustador e inevitável da crise foi o aumento brutal da inadimplência dos clientes; buscou-se o aumento no faturamento e este trouxe no seu bojo o crescimento do problema financeiro: aumento da falta do capital de giro via inadimplência.
- Resumo da construção da crise financeira no Grupo Attualità: (i) a aceleração dos indicadores de inflação que corroeram parte do crescimento real da massa salarial, (ii) da ligeira elevação do endividamento das famílias, (iii) encarecimento do crédito, (iv) aumento do nível de desemprego e a desvalorização do real frente ao dólar (dados extraídos do PMC - Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE).

Como consequência do resumo acima o Grupo entrou numa crise financeira aguda que resultou na adoção do instituto da Recuperação Judicial como única via segura para permitir a implantação do processo de sua salvação. Da aplicação desta alternativa apresentamos a seguir, resumidamente, as medidas já implementadas, as que estão em fase de introdução, os resultados já alcançados, os projetados e nossa proposta de pagamento aos credores envolvidos no processo recuperacional.

As ações já colocadas em prática desde o momento em que decidimos pelo regime da Recuperação Judicial são as seguintes:

- Contratação de escritório de advocacia especializado no assunto para:
  - agilizar a implantação do regime recuperacional,
  - dar suporte jurídico nas demandas que surgem naturalmente no processo,
  - suplantar os obstáculos eventualmente colocados por partes despreparadas para enfrentar esta nova situação,
  - orientar sobre a nova postura a ser assumida visando a um só tempo cumprir o regime recuperacional e utilizar todas as oportunidades no intuito de solidificar a empresa, viabilizar e estabilizar o processo.
- Contratação de profissionais especializados em administração e finanças, familiarizados com empresas em dificuldades financeiras.
- Revisão criteriosa da estratégia de vendas visando:
  - Qualificar melhor os clientes quando da concessão de crédito, estabelecer condições de vendas mais consentâneas com o momento, bem como abrir negociações com todos os atuais clientes inadimplentes para, a um só tempo, procurar recuperar ao máximo o capital envolvido em faturamentos ora inadimplidos e evitar a repetição desse fato nas novas operações;

- Utilização cuidadosa dos estoques fazendo com que a seleção das operações propicie paulatinamente uma redução parcial destes com vistas a suprir necessidades de capital de giro, garantindo sempre recursos para reposição dos mesmos nas operações que passarão a ser as prioritárias.
- Estudo da viabilidade de todas as lojas da empresa visando redimensionar a operação de cada uma ou até mesmo a possibilidade de encerrar a atividade daquela que eventualmente não se enquadre no atual panorama operativo da empresa.
- Adequação do quadro de funcionários ao atual nível de atividades da empresa assegurando aos colaboradores afastados prioridade na recontração, na medida em que houver ampliação das atividades.

Dado o curto período havido para análise e implementação de todas as medidas necessárias, apresentamos agora as ações planejadas para implementação imediata:

- Trabalho de informação, conscientização e união de toda a equipe, baseado no aprendizado decorrente das recentes análises citadas, combinadas com a experiência dos profissionais recém-contratados (advogados e gestor administrativo-financeiro) e escolha de ações e oportunidades ligadas a otimização da aplicação do fluxo de caixa, destinando-o estritamente àquelas operações do atual ciclo de atividades que se enquadram no gabarito técnico e situação financeira da ATTUALITÀ e que geram exclusivamente resultados positivos e imediatos. A análise das atividades que renderam o enxugamento do capital de giro e nossa recente curva de aprendizado, propiciou rico material para desenvolver este passo. Aplicação de análise combinatória das atividades escolhidas como acima, como a forma de compra, volume, redução de estoques que não são mais essenciais e logística ideal para suprir o faturamento com o mínimo de absorção de capital de giro na compra de materiais visando a maximização do uso do atual capital de giro;
- Reorganização dos recursos humanos da empresa, com adequação do quadro de funcionários ao atual nível de atividades da ATTUALITÀ assegurando aos colaboradores afastados prioridade na recontração, na medida em que houver ampliação das atividades;
- Busca de parceria com instituições financeiras para viabilizar a recomposição do capital de giro estritamente necessário à consecução das atividades primárias;
- Aprimoramento do sistema de gestão, melhorando a qualidade e quantidade de informações do controle do estoque, viabilizando a tomada de decisões acertadas e rápidas;
- Possível internação da contabilidade, a ser concretizada após uma avaliação de prós e contras, objetivando ter acesso rápido e direto às informações gerenciais e contábeis, motivando tomadas de decisões mais precisas e eficazes;

As medidas operacionais descritas, frutos da reflexão sobre a crise e da análise criteriosa na escolha de atividades que se enquadrem na atual situação operacional do Grupo e a redução de todos os tipos de custos que já foi implementada, surtem resultados positivos neste curto período de prática, embora que ainda limitados uma vez que o processo de análise e crítica continua, pois os 60 dias concedidos pela lei para a apresentação do Plano de Recuperação Judicial não permitiram a revisão completa dos processos, a avaliação definitiva dos resultados a serem obtidos e a eventual implementação de outros ajustes cuja necessidade ainda venha ser identificada.

Também acreditamos que a desvalorização do Real vai propiciar aumento de nossa competitividade assim como, que a economia do país deve reagir a partir de 2017, tudo contribuindo para a recomposição paulatina de nosso faturamento.

As medidas citadas e as projeções do faturamento, juntamente com a contenção temporária dos pagamentos, mostraram forte possibilidade de geração de caixa livre (sobra após os pagamentos **da operação corrente**) a médio prazo, o que permitiu desenvolver e apresentar com segurança nossa proposta de liquidação do passivo recuperacional em um âmbito positivo e realista, calcada exclusivamente na continuidade das atividades, como descrito a seguir.

A geração de caixa citada anteriormente, atualizada de forma conservadora, resulta numa quantia que permite destacar com segurança o valor fixo de R\$ 105 mil por trimestre, para o pagamento de todos os credores.

As parcelas trimestrais citadas acima são fixas e serão corrigidas anualmente por 4,95%, que equivale a juros de 3% aa mais Taxa Referencial (TR) média de 0,4880% (com base na TR acumulada de abril a junho de 2016).

Poderá haver um leilão reverso a cada dois anos a partir do Ano 4 quando será ofertado o valor fixo de R\$ 120 mil, o qual será corrigido nos anos seguintes por 4,95% ao ano até o final dos pagamentos. Os arrematantes receberão o valor ofertado em troca de um deságio proporcional, mínimo, de 25% do montante ofertado. Esses leilões serão promovidos caso haja recursos disponíveis em cada data proposta e os valores serão destinados proporcionalmente a cada categoria de credores (Parceiros e não Parceiros). Em sendo possível, a empresa pretende aumentar o valor desses leilões tendo em vista encurtar o prazo de pagamentos dos credores.

No entanto, é necessário um período de carência para aprimorar e estabilizar as operações e controles. Nesse período, o caixa livre será utilizado para os acertos necessários na estrutura financeira. Portanto, solicitamos um período de carência de 18 meses, que compreende o Ano 2. Nestas estimativas incluímos como data estimada para possível publicação da homologação em juízo do Plano de Recuperação Judicial aprovado em assembleia, o final do Ano I.

Importante enfatizar que os pagamentos iniciam, de acordo com nossas estimativas, no primeiro trimestre do Ano 3 e serão feitos no décimo dia útil do mês subsequente.

Outro ponto de apoio importantíssimo para a empresa é o incentivo do Prêmio por Pontualidade no Pagamento, que leva em consideração a pontualidade no cumprimento de seus compromissos com os credores. Está sendo pleiteado o prêmio de 60% para todos os credores.

Ainda, aos credores essenciais, que se encontram na condição de locadores das lojas do Grupo Attualità, haja vista sua inequívoca situação de essencialidade para a continuidade das atividades do Grupo, será feito o pagamento de forma integral, abatendo-se a integralidade de todas as multas, em 18 (dezoito) parcelas.

Considerados os fatores apresentados acima estimamos que contado do início do processo recuperacional (Ano 1) até o último pagamento trimestral, transcorrerão, sendo possíveis os leilões, 12 anos para todos os credores, e 18 meses aos credores essenciais.

Este o resumo da proposta formulada pelo Grupo, entretanto, no texto de encaminhamento deste há hipóteses de alternativas adicionais de pagamento, visando antecipar a conclusão da liquidação da dívida, se concretizadas.

Acreditamos na viabilidade do aqui apresentado dada a experiência já vivenciada, o direcionamento de novas ações com forte potencial de acerto e ao conservadorismo que utilizamos na formulação dos cálculos, motivos que servem de base para solicitarmos a aprovação do ora proposto como forma de liquidar o passivo existente e da plena recuperação da empresa.

São Paulo, 08 de agosto de 2016.

---

Valdir Cafero  
CPF – 069.518.568-34  
Administrador

## **GRUPO ATTUALITÀ**

### **Laudo Econômico – Financeiro**

Estão detalhados na INICIAL, no documento anexo emitido pelo **GRUPO ATTUALITÀ** denominado **FUNDAMENTOS DO PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL** e no **PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL** que encaminha este processo, os motivos que a trouxeram a requerer a Recuperação Judicial, que podem ser resumidos como segue:

- i. O **GRUPO ATTUALITÀ** desde 1997 atua no mercado de comercialização de bijuterias, joias, bolsas, roupas e acessórios de moda em geral, assim se tornou uma das lojas mais modernas e tradicionais neste segmento, trazendo peças exclusivas e refinadas para seus clientes, cujo público alvo são as classes econômicas A e B.
- ii. A grave crise econômica no Brasil, que se agravou severamente neste ano de 2016, impactou diretamente nas vendas do **GRUPO ATTUALITÀ**: i. Retração da economia, em razão dos ajustes implementados pelo Governo que provocaram desaceleração geral, com diminuição de atividade, renda e emprego, ii. O consumo das famílias caiu ao nível mais baixo desde 1996, com queda de 4% em 2015, gerando baixo poder de compra e alta desconfiança dos consumidores, iii. Setor da moda é extremamente sensível à crise econômica, pois é o primeiro a ser impactado nos cortes de orçamentos das famílias na busca por uma economia doméstica mais equilibrada
- iii. Aliado a isso, as lojas do **GRUPO ATTUALITÀ** que estão instaladas dentro dos principais shoppings centers, e, mesmo com a queda nas vendas, o custo da locação continuou aumentando, que provocou a quebra na economia das empresas, trazendo um prejuízo enorme ao **GRUPO ATTUALITÀ**, gerando enorme dificuldade de administrar o fluxo de caixa das empresas.

Ao decidir pela Recuperação Judicial como medida para reerguer a empresa, foi efetuada análise emergencial da gestão, da qual foi extraído conjunto de medidas administrativas, operacionais e financeiras voltadas à sua reconstrução.

Essas medidas também estão detalhadas nos documentos já citados, das quais parte foi implementada e parte está em fase de implementação, como ali explicado.

As melhorias na qualidade da gestão somadas às estimativas do que vai ocorrer em resposta às novas ações em fase de implantação, tudo listado nos documentos anexos e, em certa medida, visualizável na operação, juntamente com a contenção temporária dos pagamentos propiciada pela Recuperação Judicial, e com a perspectiva de que o faturamento comece a ser recomposto a partir de 2017, criaram a possibilidade de geração de caixa livre a médio prazo.

A partir das projeções desse caixa livre, executadas com o apropriado conservadorismo, foram desenvolvidos pela empresa dois planos de pagamento, como segue:

- a) **Credores Classe III – Quirografários** - Foi desenvolvido um plano de pagamento baseado em parcelas trimestrais fixas de R\$ 105 mil, levando em consideração determinadas estimativas de tempo para aprovação do plano e de carência. Os pagamentos terão início no Ano IV, definido adiante, e serão efetuados a todos os credores no décimo dia útil seguinte ao cabo de cada trimestre. As parcelas serão corrigidas em aproximadamente 5% ao ano até o final dos pagamentos.

- b) Credores Essenciais – Pagamento dos credores originários de locação das lojas, referentes aos alugueres anteriores ao ajuizamento do pedido de recuperação judicial, que mantiverem a locação das lojas ao grupo, os quais se encaixaram como “Credores Essenciais” terão abatimento integral de todas as multas contratuais, com parcelamento em 18 (dezoito) parcelas mensais do total dos débitos (excluído a multa);

Para viabilizar a realização dos pagamentos aos credores com segurança e num prazo razoável a empresa solicita a aplicação de um Prêmio por Pontualidade sobre o saldo da dívida inscrita e uma carência de 18 meses para iniciar os pagamentos, que seria contada a partir da homologação em juízo do plano aprovado pela Assembleia de Credores.

O Prêmio por Pontualidade será de 60% para todos os Credores Classe III – Quirografário, devendo ser aplicado sobre o saldo inicial devido na Recuperação Judicial.

Portanto e para maior clareza, vale frisar que está sendo considerado um período de tempo no qual será proposto, discutido, aprovado em assembleia de credores e homologado em juízo, o presente Plano de Recuperação Judicial, período que será seguido de carência de 18 meses, o que implica em que os pagamentos aos credores iniciem no denominado Ano 4.

É também proposta da empresa que o saldo a ser liquidado, resultante dos cálculos acima, passe a ser remunerado desde o pedido da Recuperação Judicial (18/05/2016) até o término dos pagamentos, por aproximadamente 5% ao ano.

Por fim, para os Credores Essenciais, foi requerida autorização judicial para início do pagamento dos débitos juntos aos locadores DE IMEDIATO, ou melhor, a primeira parcela vencendo após 10 (dez) dias da publicação da decisão que autorizar os pagamentos.

Todos os itens abordados neste laudo estão detalhados nos documentos denominados *INICIAL, PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL, FUNDAMENTOS DO PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL* e na planilha denominada *PROPOSTA DE PAGAMENTO*, anexos a este processo, e foram por nós examinados, estando corretamente calculados, baseados em dados históricos da empresa, em fontes adequadas de dados do mercado e da economia do país, bem como nas projeções possíveis, feitas de modo cuidadoso e conservador que consideram também, até onde isso é viável, o momento político que o país atravessa.

Sendo praticado na forma em que foi desenvolvido, apresentado e como está sendo proposto, conforme resumido neste Laudo e detalhado nos documentos aqui citados, o plano apresenta viabilidade na liquidação da dívida e na recuperação da empresa.

Não obstante, é preconizado que este laudo seja utilizado como uma das bases para as decisões dos interessados, não se dispensando a análise do material desenvolvido pela empresa que compõe o plano de recuperação judicial por ela desenvolvido.

Cabreúva, 08 de agosto de 2016.

---

Otto Willy Gübel  
Contador  
CRC 1PA004178/T-6

**LAUDO DE AVALIAÇÃO DE BENS DO ATIVO IMOBILIZADO**

**JSN Consultoria e Gestão**, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida a Rua Antônio Aggio, 441 ap 801, Morumbi, São Paulo – SP, CNPJ 19.062.084/0001-42, por meio de seu sócio **João Schlickmann Neto**, brasileiro, casado, CRC 21.498-PR Contador residente á Rua Antônio Aggio 441, ap 801- Morumbi São Paulo – SP, nomeados que foram por:

**TATIVA ACESSORIOS DA MODA EIRELI EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 01.886.149/0001-82, com sede na Av. Roque Petrônio Junior, Bairro: Morumbi, CEP: 04707-000, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo;

**TIVA ACESSORIOS DE MODA LTDA. EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 03.428.977/0001-00, com estabelecimento na Av. Higienopolis, 618 – 698 loja 247 Shopping Higienopolis, CEP 01238-000 Bairro Higienopolis SP-SP.

**PATRICIA C CAMPANA EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 03.960.385/0001-27, com sede na, Av. Guilherme Campos, n. 500, Jd. Santa Genebra, CEP: 13087-90, na cidade de Campinas, Estado de São Paulo; com filia na Av Iguatemi, 777, CEP 13092-500 Vila Brandina, Shopping Igautemi, Campinas, SP

**CALA ACESSORIOS DA MODA EIRELI EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 08.338.947/0001-19, com sede na Al.Lorena, n° 1.696, Loja 01, Jd. Paulista, CEP: 01424-002, na cidade de São Paulo, Estadode São Paulo, com filial na Alameda Rio Negro, Barueri, SP.

**S A CAFERO EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 07.591.475/0001-49, com sede na Av. Ibirapuera, n. 3103, Indianópolis, CEP: 04.029-200, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo; e filial na Av. Brigadeiro Faria Lima, 2232 loja C14 Shopping Iguatemi, CEP 01451-000 Jardim Paulista SP.

**C. R. A. CAFERO EPP**, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita sob o C.N.P.J. n.º 08.701.383/0001-37, com sede na Av. Presidente Juscelino Kubitschek, n. 2.041, Vila Nova Conceição, CEP: 04543-011, na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo,

para procederem á avaliação, a valores de mercado, de bens do seu Ativo Imobilizado, para os efeitos legais, formalizam o presente Laudo de Avaliação.

Foram adotados para a realização deste laudo de avaliação, calculos de; depreciação pelo uso, pela idade, estado de conservação e manutenção, enquadrando-os seguado a normas da ABNT, NBR 14653-5 e a depreciação para a venda força em leilão.

Tratam-se de intalações, moveis e utencilios de um conjunto de lojas em Shoppings para as atividades fins da empresa que é a vendas de semi joias e bijoterias.

Os ativos objetos desta avaliação estão em operação e localizados nas unidades da empresa do grupo Attualita, exceto loja Lorena e Shopping Dom Pedro que tiveram suas atividades encerradas, conforme anexo III e quadro resumo anexo II.

Os valores intangives apresentados contabilmento conforme anexo IV não possuem valor comercial no momento, esta conclusão deu-se em função das condições mercadologias em baixa

Face a situação econômica que o Brasil atravessa, existem varias lojas disponives para comercialização nos centros comerciais, levando assim os fundos de comercio totalmente desvalorizados com tendência a zero.



Considerando os critérios adotados, concluímos que os valores dos bens avaliados, de propriedade das empresas acima., correspondem, a valores de mercado em 29/07/2016 ao montante de R\$ 79.150,00 (Setenta e nove mil cento e cinquenta reais).

Ressaltamos que por se tratarem de itens usados em instalações em propriedade de terceiros não possuem valores de mercado, excetos itens como ar condicionado, computadores e sistemas de segurança, que possuem um mercado de sucatas.

Os itens de instalações além de não possuírem valor mercado terão custos em caso de desativação de qualquer loja em Shopping, por tratar-se de lojas alugadas e devem ser devolvidas sem qualquer tipo de instalação.

Além destes critérios adotamos os princípios contábeis de entidade, registro pelo valor, e prudência.

#### ANEXO I – Fotos lojas

01 -Morumbi
02 -HIGIENOPOLIS
03- Dom Pedro
04 -IGUATEMI CAMPINAS
05 -IBIRAPUERA
06 - IGUATEMI FARIA
07- Lorena
08 - ALPHAVILLE
09 - IGUATEMI JK

#### ANEXO II – Relação de bens.


A JSN declara total isenção ou qualquer tendência comercial sobre os itens avaliados.

A JSN não se responsabiliza por informações oriundas de terceiros, opiniões e estimativas na elaboração desta análise, pois os valores aqui apresentados baseiam-se nos pressupostos mencionados e validos somente para a finalidade do presente trabalho, não assegurando assim que a possível realização se de pelos valores apurados.

Nestes termos, encerra-se este trabalho e firma-se para que produza os efeitos legais.

São Paulo, 29 de julho de 2016

  
\_\_\_\_\_  
João Schlickmann Neto  
CONTADOR  
CRC 21.498

  
João Schlickmann Neto  
JSN SERV. ADM. EIRELLI-ME  
CNPJ: 19.062.184/0001-42

## ANEXO I FOTOS

1 -SP MORUMBI



2 - SP HIGIENOPOLIS



4 – IGUATEMI CAMPINAS



5 – SP IBIRAPUERA



6 –IGUATEMI FARIA



Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por CAMILA DE CASSIA FACIO SERRANO e Tribunal de Justiça de São Paulo, protocolado em 08/08/2016 às 19:13, sob o número WCAS16701955231. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1019732-40.2016.8.26.0114 e código 17C1545.



8 – ALPHAVILLE




9 – IGUATEMI JK

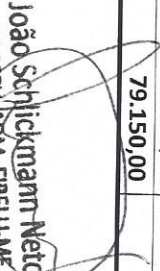


**LAUDO DE AVALIAÇÃO GRUPO ATUALITA - QUADRO RESUMO POR LOJA DE VALORES DO ATIVO FIXO - ANEXO 2**

CNPJ	RAZÃO SOCIAL	loja	vlr contabil	ANALITICO	VLR MERCADO	
01.886.149/0001-82	TATIVA ACESSORIOS DE MODA LTDA	01 - Morumbi	639.845,86	639.845,86	12.200,00	
03.428.977/0001-00	TIVA ACESSORIOS DE MODA LTDA	02 - HIGIENOPOLIS	608.371,64	608.371,64	12.400,00	
03.960.385/0001-27	PATRICIA C CAMPANA EPP	03 - Dom Pedro	-	-	-	loja fechada
03.960.385/0001-27	PATRICIA C CAMPANA EPP	04 - IGUATEMI CAMPINAS	608.799,00	608.799,00	11.550,00	
07.591.475/0001-49	S.A. CAFFERO - EPP	05 - IBIRAPUERA	293.852,30	293.852,30	5.000,00	
07.591.475/0002-20	S.A. CAFFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	567.267,60	567.267,60	12.300,00	
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	07 - Lorena	-	-	-	loja fechada
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	651.817,71	651.817,71	14.300,00	
08.701.383/0001-37	CRA CAFFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	401.356,39	401.356,39	11.400,00	
		<b>total</b>	<b>3.771.310,50</b>	<b>3.771.310,50</b>	<b>79.150,00</b>	

  
 João Schlickmann Neto  
 CPF 322.705.838-87  
 RG 1.812.308-6

Out. 21498

  
 João Schlickmann Neto  
 JSN SERV. ADM. EIRELIME  
 CNPJ: 19.062.184/0001-42



**LAUDO DE AVALIAÇÃOATIVOS GRUPO ATUALITA - QUADRO ANALITICO DE ATIVOS - ANEXO 3**

CNPJ	RAZÃO SOCIAL	LOJA	TIPO	ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR	VALOR ATUAL
07.591.475/0002-20	S.A. CAFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	3	Balcão de atendimento, painéis expositores, expositores centrais, 3 painéis de fechamento, portal de entrada e vitrines	237.000,00	3.800,00
07.591.475/0002-20	S.A. CAFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	4	Sistema de Ar condicionado com QUATRO maquinas TRS	15.500,00	2.000,00
07.591.475/0002-20	S.A. CAFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	5	Sistema de segurança com 5 cameras de 18,5 pl	44.500,00	1.500,00
07.591.475/0002-20	S.A. CAFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	6	Balcão de atendimento, painéis expositores, expositores centrais, 6 painéis de fechamento, portal de entrada e vitrines	237.000,00	-
07.591.475/0002-20	S.A. CAFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	7	Peças Decorativas	25.325,12	3.500,00
07.591.475/0002-20	S.A. CAFERO - EPP	06 - IGUATEMI FARIA	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	8	Sistema de impressão de cupom fiscal	7.942,48	1.500,00
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	1	Porta de Enrolar Galvanizada Chapa 30 Mod Transvision	9.200,00	1.200,00
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	2	Climatização Carrier 220	39.500,00	-
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	3	Mobiliário em madeira	135.000,00	-
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	4	Sistema de Informática e Segurança	20.350,00	1.500,00
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	5	Sistema de Ar condicionado com quatro maquinas TRS	79.000,00	2.500,00
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	6	Mobiliário, painéis e expositores em laca italiana com expositores centrais apoio de meses de madeira com pés em aço Inox Portal	300.650,00	-
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	8	Peças Decorativas	43.332,50	5.500,00
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	9	Sistema de impressão de cupom fiscal	11.185,21	1.500,00
08.338.947/0001-19	CALA ACESSORIOS DE MODA EIRELE EPP	08 - ALPHAVILLE	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	10	8 Cadeiras	13.600,00	2.100,00
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	1	Porta de Enrolar Galvanizada Chapa 30 Mod Transvision	15.000,00	1.200,00
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	COMPUTADORES E PERIFERICOS	2	Automatizada por Controle remoto	13.500,00	1.500,00
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	MOVEIS E UTENCILIOS	3	Sistema de Ar condicionado com 5 cameras de 18,5 pl	40.000,00	2.000,00
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	SUBSTITUIDO	4	Mobiliário em madeira, mesa central, painéis expositores, move em laca italiana com 15 gavetas	221.500,00	-
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	5	Balcão de atendimento, painéis expositores, expositores centrais, 5 painéis de fechamento, portal de entrada e vitrines	275.000,00	-
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	6	Peças Decorativas	35.845,30	3.500,00
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	7	Sistema de impressão de cupom fiscal	10.011,09	-
08.701.383/0001-37	CRA CAFERO - EPP	09 - IGUATEMI JK	INSTALAÇÕES COMERCIAIS	8	8 Gadeiras	12.000,00	3.200,00
			TOTAL			4.048.310,50	79.150,00

João Schlickmann Neto  
CPF: 322.705.938-87  
RG: 44722299-6

João Schlickmann Neto  
JSN SRV. ADM. EIRELI-ME  
CNPJ: 19.062.384/0001-42