

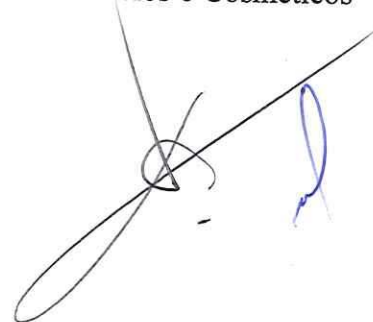
PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL

HOKEN INTERNATIONAL COMPANY – CNPJ nº 02.174.059/0001-21

HAI FRANCHISING LTDA – CNPJ nº 03.896.186/0001-05

**HOKEN COMÉRCIO DE PROD. ALIMENTÍCIOS E COSMÉTICOS LTDA –
CNPJ nº 05.248.397/0001-59**

Plano de Recuperação Judicial para apresentação nos autos do Processo nº: 1032741-02.2020.8.26.0576, em trâmite na 6ª Vara Cível – Comarca de São José do Rio Preto, consoante a LEI nº 11.101/2005 em atendimento ao seu artigo 53 e seguintes elaborado por Hoken International Company Ltda, Hai Franchising Ltda e Hoken Comércio de Produtos Alimentícios e Cosméticos Ltda.



SUMÁRIO

1	HISTÓRICO E APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	3
1.1	Estrutura Negócio	3
1.2	Estrutura de Produtos	6
2	MERCADO DE ATUAÇÃO	9
3	MOTIVOS PARA A O PEDIDO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL	10
4	OBJETIVOS DO PLANO RECUPERAÇÃO JUDICIAL	12
5	PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL	13
5.1	Reestruturação Fabril	13
5.2	Reestruturação Negócio	14
5.3	Reestruturação Administrativa e Financeira	14
6	LAUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO E FINANCEIRO	15
6.1	Premissas Gerais	15
6.2	Premissas Receita	16
6.3	Premissas Resultado Econômico	16
6.4	Projeções	17
7	PROPOSTA DE PAGAMENTO AOS CREDORES	18
7.1	Credores Trabalhistas – Classe I	19
7.2	Credores com Garantia Real – Classe II	19
7.3	Credores Quirografários – Classe III	20
7.4	Credores Pequenas e Médias Empresas - Classe IV	20
7.5	Forma Pagamento aos Credores	21
8	EFEITOS DO PLANO	22
9	CONCLUSÃO	22
10	ANEXO 1 - LISTA DO ATIVO	24
10.1	Resumo	24
10.2	Relação dos Ativos	24
11	ANEXO 2 - LAUDO AVALIAÇÃO IMÓVEIS	37
11.1	Imóvel 1	37
11.2	Imóvel 2	96
11.3	Imóvel 3	142
11.4	Imóvel 4	198

1 HISTÓRICO E APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

1.1 Estrutura Negócio

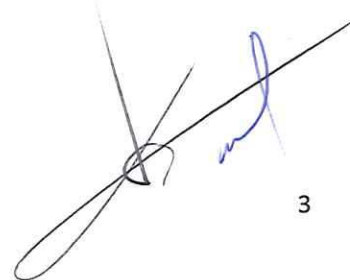
A Hoken International Company nasceu em setembro de 1997 na cidade de São José do Rio Preto, interior de São Paulo, como uma pequena indústria fabricante de filtros de água. Inicialmente seu modelo de negócios era baseado em venda direta, sistema em ascensão à época que favorecia a contratação de equipes de venda autônomas em formato 100% variável.

Logo após seu início, a Hoken optou pelo modelo de franquias como forma de resolver dois problemas, expansão e capital. Opção esta que se mostrou assertiva, pois o sistema de vendas aliado ao sistema de franquias permitiu à Hoken um rápido crescimento e projeção a nível nacional.

Com o crescimento a Hoken buscou se diferenciar no mercado e passou a inovar em tecnologias de filtragem, destacando-se pela qualidade de seus produtos, e em especial, pela qualidade da água fornecida por eles. Foi pioneira na tecnologia de Carbon Block (carvão em pós compactado) que garantiu a empresa reconhecimento e atestados de qualidade mundial e exclusivos no mercado nacional por muitos anos.

A expansão do negócio se manteve em ritmo acelerado e ultrapassou as fronteiras chegando ao Paraguai e Portugal, países onde também se destacou e foi reconhecida em várias premiações por revistas especializadas locais. Ainda no Brasil, se destacou também em seu modelo de gestão de pessoas sendo por quatro anos seguidos destaque entre as melhores empresas para se trabalhar no guia da revista Exame.

Após o ano de 2005 o modelo de negócio passou a dar indícios de desgaste, principalmente com a chegada de muitas empresas de venda direta ao mercado Brasileiro, que operavam em segmentos de produtos de consumo e com menor valor agregado e maior facilidade de venda. Esta concorrência começou a tirar o foco das equipes de venda e a empresa passou a enfrentar sua primeira crise, vendo seu crescimento desacelerar e chegando a encolher no ano de 2007, culminando com o fim do modelo de venda direta.



Como alternativa ao antigo formato a Hoken lançou um novo modelo de negócio fortemente baseado em Renda Recorrente. A empresa migra então parte de sua venda para um modelo de locação de filtros de água incentivando fortemente a rede de franquias, que aderiu ao novo modelo.

Para diminuir a barreira de entrada e facilitar cada vez mais as vendas, a Hoken passa a diminuir a taxa de adesão, cobrada do consumidor para aderir ao plano de locação, chegando em um certo momento a zerar a cobrança de qualquer taxa inicial de sua rede franqueada.

Este movimento fez a curva de vendas dos contratos de locação crescer de forma acentuada, mas com isso iniciou-se a primeira crise financeira da Hoken.

Tal crise se deu pela mudança brusca no modelo de negócio, que passou de um negócio de curto prazo com vendas em sua maioria à vista para um modelo de longo prazo com receitas recorrentes.

A consequência positiva é que a Hoken passa a ter muito mais valor de mercado e sustentabilidade de longo prazo, porém na mesma proporção oposta veio a necessidade de caixa no curto prazo para financiar tais locações. Este movimento deu início aos primeiros grandes endividamento da empresa.

Não obstante os desafios naturais da gestão de caixa deste novo modelo, a empresa ainda enfrentou problemas operacionais durante a curva de aprendizado dos novos processos que corroboraram ao agravamento da crise de caixa.

Tais problemas operacionais, principalmente ligados as questões de análise de crédito, modelo de venda e formato de cobrança levaram algumas regiões a elevados níveis de inadimplência, superando em alguns casos a marca dos 50%.

Uma vez adequadas as questões operacionais e as vendas em níveis econômicos saudáveis, foi tomada a decisão de acelerar o processo de aquisição de clientes, tomando por estratégia o crescimento através de uma força própria de vendas paralela a rede de franquia que se manteve estável.

Entre os anos de 2010 e 2014, operaram várias unidades de franquia próprias que tinham como foco a venda de contratos de locação. Estas unidades chegaram contar com mais de 120 vendedores CLT além das equipes administrativas e técnicas para instalações e serviços.

Apesar dos bons resultados de venda, devido a estrutura pesada de gestão e com altos custos fixos, o custo de venda passou a subir de forma desproporcional.

Este movimento elevou além do planejado o payback orçado para esta modalidade obrigando a Hoken aumentar ainda mais seu endividamento para sustentar o modelo de vendas.

O modelo então ruiu, deixando severos danos decorrentes dos passivos e responsabilidades inclusive decorrentes do oneroso modelo trabalhista atrelado a tal volume de funcionários, visto que a Companhia gerava quase 300 empregos diretos.

Buscando alternativa para retomar um rápido crescimento, a Hoken decide retornar ao mercado de venda direta no ano de 2017.

Para isso uma nova empresa é criada, com foco em produtos de consumo como perfumaria, cosmético e suplementos alimentares.

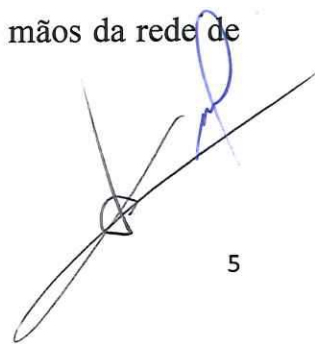
A parceria entre Hoken e a nova empresa prevê que os profissionais de venda direta poderiam comercializar equipamentos de purificação de água no modelo de locação, com foco em nova expansão de vendas para solucionar as dificuldades financeiras.

O novo negócio acabou não convertendo os resultados esperados, devido especialmente ao elevado custo de manutenção dos vendedores autônomos, e à forte competição criada recentemente pela concorrência digital neste canal.

O novo negócio teve seu encerramento decretado no primeiro semestre de 2019, porém deixando como legado um incremento complementar ao endividamento da Companhia, decorrente das obrigações com fornecedores, estoques elevados, com afiliados autônomos e com as recentes novas franquias focadas em tal canal.

A Hoken passa a seguir uma linha mais tradicional além de modernizada, investindo em frentes de marketing digital e construção de Branding, direcionando seu foco ao consumidor final além de manter ainda em torno de 100 unidades franqueadas ativas.

Destaque especial para as novas estratégias de vendas, pois nunca haviam sido utilizadas pelos modelos anteriores, pois todo o comercial ficava nas mãos da rede de franquias e distribuidores independentes.



As recentes estratégias se mostram assertivas, mantendo seu direcionamento voltado a aproximação do cliente final e à melhoria na gestão das Franquias existentes. O modelo de vendas digital se mostra cada vez mais rentável e com grande potencial de expansão, com crescimento contínuo desde sua criação e com fácil adaptação às vendas de locação ou tradicional, dependendo do direcionamento.

A empresa passa também a investir em unidades próprias de forma sustentável, com foco em criar modelos replicáveis e estáveis.

Todas estas estratégias alinhadas com sua rede de franquias que passa a se profissionalizar e se estabelecer como uma rede profissional voltada a serviços se provam muito promissoras, levando a Hoken aos seus primeiros resultados positivos, interrompendo uma linha de tendência de queda que se arrastava a cerca de cinco anos

A Companhia iniciou também seu processo de profissionalização em 2018, criando governança e planejamento, além da implantação de boas práticas de gestão, porém tem sido fortemente afetada pelo início da crise sanitária que assola o Brasil e mundo atualmente, interrompendo assim o ciclo promissor de turnaround que estava em fase de implantação, refletindo também em queda significativa de faturamento e causando potencial novo risco de alavancagem.

Desta forma, apesar de todo endividamento contraído nos últimos anos em função de modelos, crises e alguns negócios sem o sucesso esperado, a Hoken reencontrou seu caminho e passa a ter modelos, métodos e processos funcionais que substanciam uma expansão consistente e saudável ao negócio, porém se depara com um cenário de elevado endividamento comparativamente a seu faturamento atual.

1.2 Estrutura de Produtos

A Hoken possui uma completa linha de aparelhos para tratamento de água desenvolvidos com alta tecnologia e sob rígido controle de qualidade, sempre com a responsabilidade em desenvolver e aprimorar sua linha de produtos para que continue fornecendo aos seus clientes os mais altos padrões de qualidade nos produtos de filtragem de água residencial.

Destacamos ainda:

- i. *Afiliada Abrafipa (Associação Brasileira das Empresas de Filtros, Purificadores, Bebedouros e Equipamentos para Tratamento de Água)* - Afiliada desde 2001, tendo inclusive participada da fundação da associação;
- ii. *Associado Water Quality* – Membro desde 1999 junto à associação que reúne players do setor no mundo;
- iii. *Afiliada ABF (Associação Brasileira de Franchising)* - Afiliada desde 2001 e vista como uma das principais redes de franquias do país.
- iv. *Elemento Filtrante Carbomax* – produto com certificação WQA Gold Seal;
- v. *Prêmio Quality* - Reconhecimento a empresas cuja excelência na qualidade de seus produtos e serviços contribuem para o desenvolvimento sócio- econômico do país. Conquista adquirida em 2003.

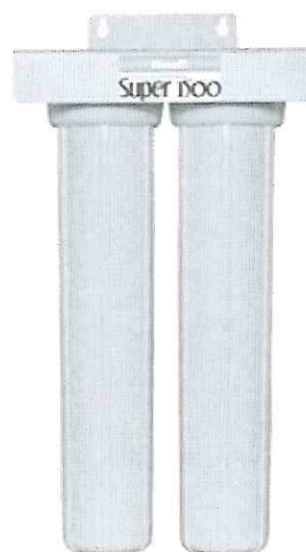
Linha Água Natural - Ideais para cozinhas, residências e pequenos e médios refeitórios. Oferece água natural (sem refrigeração) de alta qualidade, livre de impurezas sólidas, químicas e orgânicas. Ideal para uso doméstico.



Multi 1500



Multi Smart

**HK 1000****Shower Filter****Big Filter****Super 1500**

Linha Água Gelada - Ideais para cozinhas e refeitórios, oferece água natural, gelada de alta qualidade e livre de impurezas sólidas, químicas, orgânicas e microbiológicas.