

## **GRUPO AMORIM**

### **PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

**AMORIM COMERCIO E REPRESENTACAO DE INFORMATICA LTDA. – EM  
RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

**AMORIM TECH COMERCIO E LOCACAO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMATICA  
LTDA. – EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

**F-NEW COMERCIO DE ELETRONICOS LTDA. – EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

**FONECAR TELECOMUNICACOES ELETRONICAS LTDA. - M.E. – EM RECUPERAÇÃO  
JUDICIAL**

**THARGON TECHNOLOGY IMPORTADORA E DISTRIBUIDORA LTDA. – EM  
RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

São Paulo  
2023

## ÍNDICE

<b>1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....</b>	<b>4</b>
<b>2. SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>5</b>
2.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE A RECUPERAÇÃO JUDICIAL .....	5
2.2 OBJETIVO DO PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL .....	6
2.3 RESUMO DOS MEIOS DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL .....	6
2.4 DEFINIÇÕES E REGRAS DE INTERPRETAÇÃO .....	7
2.4.1 DEFINIÇÕES .....	7
2.4.2 CLÁUSULAS E ANEXOS .....	11
2.4.3 TÍTULOS .....	11
2.4.4 DISPOSIÇÕES LEGAIS .....	11
<b>3. APRESENTAÇÃO DAS EMPRESAS .....</b>	<b>11</b>
3.1 BREVE HISTÓRICO .....	11
3.2 ESTRUTURA OPERACIONAL .....	14
3.2.1 POLÍTICAS .....	14
3.2.2 ESTRUTURA OPERACIONAL .....	16
3.2.2.1 SANTA IFIGÊNIA – GRUPO AMORIM .....	17
3.2.2.2 CASA VERDE – GRUPO AMORIM .....	18
3.2.3 RELEVÂNCIA SOCIOECONÔMICA .....	19
<b>4. MERCADO .....</b>	<b>19</b>
4.1 MERCADOS DE ATUAÇÃO .....	19
4.2 HISTÓRIA DOS MERCADOS .....	20
4.2.1 VAREJO DE ELETRÔNICOS .....	20
4.2.2 E-COMMERCE .....	21
4.2.3 HOME OFFICE .....	23
4.2.4 GAMERS .....	24
4.3 ESTATÍSTICAS .....	26
4.4 OPORTUNIDADES DO MERCADO .....	27
4.4.1 MERCADO DE GAMERS .....	27
4.4.2 VAREJO DE ELETRÔNICOS E SEUS PERIFÉRICOS .....	28
4.4.3 E-COMMERCE .....	30
<b>5. MOTIVOS DA CRISE .....</b>	<b>32</b>
<b>6. MEDIDAS DE RECUPERAÇÃO .....</b>	<b>33</b>
6.1 OBJETIVO DO PLANO .....	33
6.2 DESCRIMINAÇÃO PORMENORIZADA DOS MEIOS PARA RECUPERAÇÃO .....	34
6.3 VISÃO GERAL SOBRE OS MEIOS DE RECUPERAÇÃO .....	34
<b>7. RESUMO DA LISTA DE CREDORES DAS RECUPERANDAS .....</b>	<b>36</b>
<b>8. VIABILIDADE ECONÔMICA E OPERACIONAL DO PLANO .....</b>	<b>37</b>
<b>9. REESTRUTURAÇÃO E LIQUIDAÇÃO DOS CRÉDITOS .....</b>	<b>38</b>
9.1 ORIGEM DOS RECURSOS PARA PAGAMENTO DOS CREDORES .....	38
9.2 PAGAMENTO AOS CREDORES .....	39

9.3 DATA DE VENCIMENTO DAS PARCELAS .....	39
<b>10. PROPOSTA DE PAGAMENTO AOS CREDITORES .....</b>	<b>39</b>
10.1 PROPOSTA DE PAGAMENTO .....	39
10.1.1 CRÉDITOS TRABALHISTAS .....	39
10.1.2 CRÉDITOS QUIROGRAFÁRIOS .....	40
10.1.3 CRÉDITOS MICROEMPRESAS (ME, EPP E MEI) .....	42
10.1.4 CREDITORES COLABORATIVOS .....	43
10.1.4.1 <i>Créditos Operacionais</i> .....	44
10.1.4.2 <i>Créditos Financeiros</i> .....	45
10.2 CREDITORES COM GARANTIA REAL .....	46
<b>11. CRÉDITOS CONTINGENTES – IMPUGNAÇÕES DE CRÉDITO .....</b>	<b>46</b>
<b>12. PASSIVO TRIBUTÁRIO .....</b>	<b>47</b>
<b>13. EFEITOS DO PLANO .....</b>	<b>48</b>
13.1 VINCULAÇÃO DO PLANO .....	48
13.2 NOVAÇÃO .....	48
13.3 PUBLICIDADE DOS PROTESTOS .....	48
<b>14. MEIOS DE PAGAMENTO .....</b>	<b>49</b>
14.1 INFORMAÇÃO DAS CONTAS BANCÁRIAS .....	49
14.2 DATA DO PAGAMENTO .....	50
<b>15. DISPOSIÇÕES GERAIS .....</b>	<b>50</b>
15.1 INVALIDADE PARCIAL .....	51
15.2 DESCUMPRIMENTO DO PLANO E PURGAÇÃO DA MORA .....	52
15.3 DAS GARANTIAS DE TERCEIROS .....	52
15.4 CESSÃO E TRANSFERÊNCIA DE CRÉDITOS .....	52
15.5 COMUNICAÇÕES .....	53
15.6 LEI APLICÁVEL .....	53
15.7 ELEIÇÃO DE FORO .....	54

## PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL DE GRUPO AMORIM

**AMORIM COMERCIO E REPRESENTACAO DE INFORMATICA LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 20.550.801/0001-38, estabelecida à Rua Horácio Vergueiro Rudge, nº 512, 1 andar, sala 1, Casa Verde, São Paulo/SP, CEP: 02512-060, **F-NEW COMERCIO DE ELETRONICOS LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 18.046.878/0001-23, estabelecida à Rua Vitoria, 357, Santa Efigênia, 1 andar, São Paulo/SP, CEP: 01210-001; **FONECAR TELECOMUNICACOES ELETRONICAS LTDA. - M.E. - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 60.433.091/0001-80, estabelecida à Rua Vitoria, nº 345, Santa Efigênia, São Paulo/SP, CEP: 01210-001; **THARGON TECHNOLOGY IMPORTADORA E DISTRIBUIDORA LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 34.482.006/0001-64, estabelecida à Rua Horácio Vergueiro Rudge, nº 512, Mezanino 1, Casa Verde, São Paulo/SP, CEP: 02512-060; **AMORIM TECH COMERCIO E LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMATICA LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 31.307.444/0001-06, estabelecida à Rua Horácio Vergueiro Rudge, nº 512, 2 andar, Casa Verde, São Paulo/SP, CEP: 02512-060, doravante denominada simplesmente ("Recuperandas" ou "Empresas"), apresentam o seguinte plano de recuperação judicial ("Plano") em cumprimento ao disposto no art. 53 da Lei 11.101/2005 ("LRJEF").

### 1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

- I. Considerando a dificuldade econômica e financeira pela qual atravessava, em 1 de junho de 2023, as Empresas ingressaram com o pedido de recuperação judicial, com fulcro nos artigos 47 e seguintes da LRJEF, visando à superação da crise econômico-financeira;

- II. Considerando que o pedido de recuperação judicial foi ajuizado e distribuído perante a 3ª Vara de Falências e Recuperações Judiciais de São Paulo, ("Juízo da RJ"), registrado sob o nº 1071434-23.2023.8.26.0100;
- III. Considerando que o deferimento do processamento da recuperação judicial ocorreu em 07 de junho de 2023, pelo Exma. Sra. Dra. Maria Rita Rebello Pinho Dias.
- IV. Considerando a nomeação da MGA Administração e Consultoria Ltda, representada pelo Dr. Mauricio Galvão de Andrade, inscrito na OAB/SP sob nº 424.626, CRC1SP nº 168.436/O-0 e CRA SP nº 135.527, como ("Administradora Judicial").
- V. Considerando que o presente Plano é apresentado em cumprimento ao disposto no art. 53 em toda sua abrangência e foi elaborado com o propósito de abranger e estabelecer os termos do plano de recuperação judicial, proposto sob a égide da LRJEF;
- VI. Considerando que através deste Plano as Recuperandas pretendem, (i) honrar com o pagamento dos credores; (ii) preservar as atividades empresariais; (iii) melhorar a sua performance operacional e (iv) se manter como fonte geradora de riquezas, tributos e empregos.

As Recuperandas apresentam o presente Plano, que propõe condições especiais para o pagamento das obrigações vencidas e vincendas e demonstra a viabilidade econômico-financeira da Empresa, bem como a compatibilidade entre a proposta de pagamento aos credores e a geração dos recursos financeiros nas condições e prazos propostos, consoante aos artigos 50, 53 e 54 da LRJEF.

## **2. SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **2.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE A RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

O objetivo principal da recuperação judicial é viabilizar a superação da crise econômico-financeira do devedor. Pretende-se, na forma da lei, conciliar a manutenção e a continuidade das atividades empresariais das Recuperandas com o pagamento dos credores, de forma a propiciar o cumprimento da função social da empresa, constitucionalmente protegida.

Este Plano representa uma alternativa viável para o pagamento sustentável e ordenado das obrigações, permitindo a manutenção das fontes produtoras, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos credores, promovendo a preservação da empresa.

## 2.2 OBJETIVO DO PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL

Este Plano tem o objetivo de permitir as Recuperandas superarem a crise econômico-financeira e atender aos interesses dos credores, estabelecendo as fontes de recursos e um cronograma de pagamentos. Em função da viabilidade econômica e do valor agregado, a manutenção das atividades é uma medida muito mais vantajosa para os credores do que os procedimentos de liquidação e de falência. Especificamente, o Plano proposto confere a cada um dos credores um fluxo claro e ordenado de pagamentos, que lhes asseguram o melhor retorno possível de ser alcançado.

## 2.3 RESUMO DOS MEIOS DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL

Nos termos do art. 50 da LRJEF, as Recuperandas destacam os seguintes meios de recuperação, dentre outros, que poderão ser utilizados para viabilizar a superação de crise econômica e financeira:

- (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) Equalização de encargos financeiros relativos aos débitos sujeitos de qualquer natureza;

- (iv) Novação das dívidas do passivo sem constituição de novas garantias;
- (v) Venda da Empresa;
- (vi) Dação em pagamento ou novação de dívidas do passivo, com ou sem constituição de garantia própria ou de terceiros;
- (vii) Venda parcial dos bens;

## 2.4 DEFINIÇÕES E REGRAS DE INTERPRETAÇÃO

### 2.4.1 DEFINIÇÕES

Os termos e expressões abaixo, sempre que utilizados em letras maiúsculas ou minúsculas, conforme apropriado neste documento, terão os significados que lhes serão atribuídos nesta cláusula. As definições são aplicáveis no singular e no plural, no gênero masculino ou no feminino, sem que, com isso, percam o significado que lhes é atribuído. A lista abaixo não prejudica outras definições que venham a ser introduzidas ao longo de todo o Plano.

“Administrador Judicial”: MGA Administração e Consultoria Ltda, representada pelo Dr. Mauricio Galvão de Andrade, inscrito na OAB/SP sob nº 424.626, CRC1SP nº 168.436/O-0 e CRA SP nº 135.527, conforme nomeação pelo Juízo da RJ, nos termos do Capítulo II, Seção III da LRJEF;

“AGC”: assembleia geral de credores, a ser convocada e instalada na forma prevista na LRJEF;

“Créditos Sujeitos”: são os créditos sujeitos aos efeitos da recuperação judicial, existentes (vencidos ou vincendos) na data da distribuição do pedido de recuperação judicial, por força de operações, contratos e outras relações obrigacionais celebradas com as Recuperandas;

“Créditos Trabalhistas”: são os créditos sujeitos, de natureza trabalhista e/ou acidentária, existentes (vencidos ou vincendos) na data da distribuição do pedido de recuperação judicial;

“Créditos com Garantia Real”: são os créditos sujeitos garantidos por penhor, hipoteca ou caução, existentes (vencidos ou vincendos) na data da distribuição do pedido de recuperação judicial;

“Créditos Quirografários”: são os créditos sujeitos não garantidos por garantia real, cessão ou alienação fiduciária, ou qualquer tipo de propriedade fiduciária ou reserva de domínio;

“Créditos ME, MEI e EPP”: são os créditos sujeitos que sejam qualificados como microempresas ou microempreendedores individuais ou empresas de pequeno porte, tal como consta dos artigos 41, inciso IV e 83, inciso IV da LRJEF;

“Créditos não Sujeitos”: são créditos que não são sujeitos aos efeitos do processo de recuperação judicial, nos termos do art. 49 da LRJEF, existentes (vencidos ou vincendos) na data da distribuição do pedido de recuperação judicial, por força de operações, contratos e outras relações obrigacionais celebradas com as Recuperandas;

“Credores Colaborativos”: são os credores titulares de créditos Quirografários e Microempresas que se adequarão aos critérios de fornecimentos estabelecidos neste plano;

“Credores com Garantia Real”: são os credores titulares de créditos com garantia real;

“Credores Não Sujeitos”: são os credores titulares de créditos não sujeitos aos efeitos da recuperação judicial, nos termos do art. 49 da LRJEF;

“Credores Sujeitos”: são os credores titulares de créditos concursais, sujeitos aos efeitos da recuperação judicial;



“Credores Trabalhistas”: são os credores titulares de créditos trabalhistas;

“Credores Quirografários”: são os credores titulares de créditos quirografários;

“Credores ME, MEI e EPP”: são os credores titulares de créditos, enquadrados como ME, MEI e EPP;

“Data de Homologação”: data da publicação da decisão que homologar o plano de recuperação judicial, no Diário da Justiça Eletrônico do Estado de São Paulo;

“Dia Útil”: para fins deste Plano, dia útil será qualquer dia, que não seja sábado, domingo ou feriado no Município de São Paulo, no Estado de São Paulo, ou que, por qualquer motivo, não haja expediente bancário no município de São Paulo/SP;

“Fisco”: trata-se de todas as entidades arrecadadoras de tributos, impostos e contribuições, sejam elas Federais, Estaduais ou Municipais;

“Juízo da RJ”: Juízo da 3ª Vara De Falências e Recuperações Judiciais de São Paulo;

“Laudo de Avaliação dos Bens e Ativos”: vide anexo II;

“Laudo Econômico-Financeiro”: vide anexo I;

“Lista de Credores”: relação de credores das Recuperandas, resumida na cláusula 7 deste Plano. Em caso de divergências entre a Lista de Credores das Recuperandas e a Lista de Credores que venha a ser publicada pela Administradora Judicial ou outra posterior, na forma da LRJEF, esta última prevalecerá;

“LRJEF”: Lei que regula a recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária (Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005);

“Plano de Recuperação Judicial” ou “Plano” ou “PRJ”: trata-se deste documento, apresentado pelas Recuperandas em atendimento ao artigo 53 da LRJEF;

“Recuperação Judicial”: processo de recuperação judicial atuado sob nº 1071434-23.2023.8.26.0100, em curso perante a 3ª Vara de Falências e Recuperações Judiciais de São Paulo;

“Recuperandas” ou “Empresas” ou “Devedoras”: Amorim Comercio e Representação de Informática Ltda – Em Recuperação Judicial, Amorim Tech Comercio e Locação de Equipamentos de Informática Ltda – Em Recuperação Judicial, F-New Comercio de Eletrônicos Ltda – Em Recuperação Judicial, Fonocar Telecomunicações Eletrônicas Ltda. - M.E. – Em Recuperação Judicial e Thargon Technology Importadora e Distribuidora Ltda – Em Recuperação Judicial;

“Rendimento da Caderneta de Poupança”: significa o rendimento atrelado à variação da Taxa Selic. Em 2012, entraram em vigor as novas regras de remuneração e atualmente obedecem aos seguintes critérios:

- ✓ Quando a Taxa Selic for igual ou inferior a 8,5% a.a. a correção será de 70% da Selic acrescentando-se a Taxa Referencial (TR);
- ✓ Quando a Taxa Selic for superior a 8,5% a.a. a correção será de 0,5% ao mês acrescentando-se a Taxa Referencial (TR).

“Taxa Selic”: é a taxa básica utilizada pelo Banco Central do Brasil como referência pela política monetária do Sistema Especial de Liquidação e de Custódia (Selic);

### 2.4.2 CLÁUSULAS E ANEXOS

Exceto se especificado de forma diversa, todas as cláusulas e anexos mencionados neste Plano referem-se a cláusulas e anexos deste Plano. Referências a cláusulas ou itens deste Plano referem-se também às respectivas subcláusulas e subitens.

### 2.4.3 TÍTULOS

Os títulos dos capítulos e das cláusulas deste Plano foram incluídos exclusivamente para referência e não devem afetar sua interpretação ou o conteúdo de suas previsões.

### 2.4.4 DISPOSIÇÕES LEGAIS

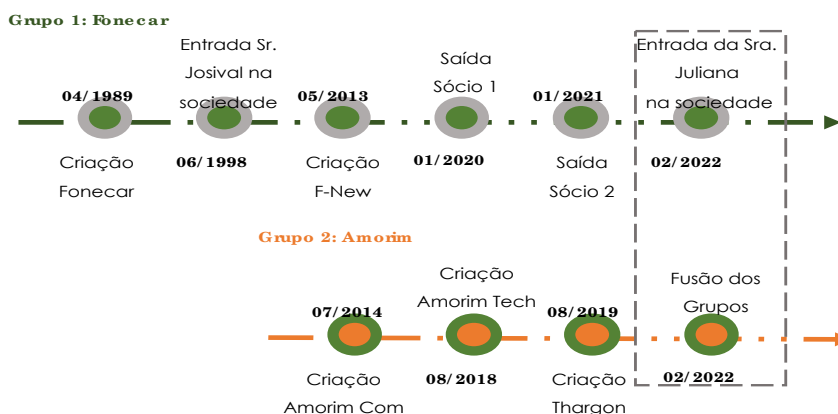
As referências a disposições legais e Leis devem ser interpretadas como referências a essas disposições, tais como vigentes nesta data ou em data que seja especificamente determinada pelo contexto.

## 3. APRESENTAÇÃO DAS EMPRESAS

### 3.1 BREVE HISTÓRICO

O Grupo Amorim é o resultado da união de dois grupos de empresas: o primeiro formado pelas Fonecar e F-New e o segundo composto pelas Amorim Com, Amorim Tech e Thargon.

Narraremos a história das empresas iniciando pela mais antiga, passando pelos percursos que levaram a fusão dos dois grupos.



A Recuperanda mais antiga é a Fonecar, que foi fundada em 21/04/1989 e atuava inicialmente na área de telefonia e PABX, motivo pelo qual deu origem ao seu nome. Com o passar dos anos, acompanhando o *boom* tecnológico, a Recuperanda migrou gradualmente para o setor de informática, tornando-se uma das pioneiras a comercializar itens de informática na região da Santa Efigênia, no município de São Paulo/SP, um dos principais polos voltados para tecnologia do estado, atendendo diversos públicos, desde lojistas até consumidores finais e corporativo.

Um dos sócios atuais, o Sr. Josival, enquanto colaborador atingiu resultados admiráveis e progrediu até se tornar sócio da empresa, após aproveitar-se da oferta de compra de uma parte da empresa por parte do antigo proprietário.

Ao longo dos anos, após o egresso dos demais sócios, observou o potencial da Sra. Juliana e a convidou para participar da sociedade empresarial com intuito de agregar sua vasta experiência em vendas e consultoria de produtos, serviços e soluções de informática, além de contribuir nas atividades administrativas do negócio.

Deparando-se com a oportunidade proporcionada pelo preço baixo dos produtos importados, especialmente gabinetes e fontes, fora constituída a F-New em 2013, cuja operação destinava-se a atender a crescente demanda gerada pelos lojistas da região, bem como a outros públicos.

A Amorim Com, constituída em 2014 pela Sra. Juliana, que dispunha de significativo *know how* por já atuar como representante comercial e intermediadora de produtos de informática, tinha como principal objetivo navegar pelo segmento online aumentando ainda mais o *market share* do grupo econômico.

Percorridos quatro anos, devido ao crescimento da atividade empresarial, principalmente pela robustez gerada pelo mercado online, o Grupo Amorim

ingressou no mercado dos *marketplace*, com a empresa Amorim Tech, que inicialmente se concentrava na locação de produtos e serviços de informática, o que impulsionou o crescimento dos negócios, especialmente durante a pandemia, momento em que o consumo por intermédio de plataformas online teve aumento significativo.

Por fim, a Thargon, cuja constituição se deu em 2019 e o seu objetivo era suprir a limitação do crédito atribuída às demais empresas do grupo, principalmente no que tangia a aquisição de produtos importados, tornando-se uma oportunidade para o Grupo expandir as suas atividades de importação, especialmente com foco em produtos voltados para o segmento gamer que estava em plena ascensão.

Com um mix bastante abrangente o Grupo Amorim consolidou-se no mercado de tecnologia, atendendo uma ampla gama de clientes e se adaptando às demandas e tendências do setor.

Assim, verifica-se que o Grupo Amorim, possui uma abrangência nos seus serviços, desde reparo até a venda de dispositivos modernos a preços mais acessíveis que grandes varejistas.

Com mais de 100 mil clientes em todo o país, incluindo 16 mil clientes corporativos, o portfólio do Grupo Amorim abrange mais de 200 tipos de produtos, como PCs Gamer (monitores e CPUs), PCs para uso doméstico (notebooks, desktops, minicomputadores, *all-in-one*), placas-mãe e de vídeo, processadores, fontes de energia, memórias, gravadores, coolers, roteadores, cabos, mouses, impressoras, televisões, entre outros.

As Recuperandas se destacam pelo conhecimento e atendimento diferenciado que possuem, o que as mantém como referência no mercado de tecnologia, mesmo em meio a uma concorrência acirrada. Além disso

também atuam como revendedoras em todo o país de importantes fabricantes nacionais.

## 3.2 ESTRUTURA OPERACIONAL

### 3.2.1 POLÍTICAS

#### **Missão:**

Sua missão é proporcionar soluções tecnológicas de alta qualidade e desempenho para atender às necessidades únicas dos clientes em suas jornadas de home office, no mundo dos games e nas demandas corporativas. Almeja ser a melhor opção no varejo de equipamentos de tecnologia, oferecendo uma ampla gama de produtos, excelência no atendimento e suporte técnico especializado, contribuindo para aprimorar a produtividade, o entretenimento e o sucesso de nossos clientes.

#### **Visão:**

Se tornar a principal referência no mercado de varejo de equipamentos de tecnologia, sendo, o grupo, reconhecido por oferecer produtos de última geração, soluções inovadoras e uma experiência de compra excepcional. Almeja estar à frente das tendências do setor, antecipando as necessidades e desejos de seus clientes, e sendo a escolha preferencial para aqueles que buscam o melhor em tecnologia para home office, games e ambiente corporativo.

#### **Valores:**

1. Excelência e Qualidade: Fornecer produtos selecionados com rigor para garantir a excelência e qualidade em cada item disponibilizado em seus pontos de vendas. Oferecer equipamentos e acessórios de tecnologia que superem as expectativas dos clientes.
2. Atendimento Personalizado: Valorizar a relação com seus clientes e buscar entender suas necessidades individuais para oferecer um

atendimento personalizado, cordial e eficiente, tendo como principal objetivo garantir a satisfação e a fidelidade de cada cliente.

3. Inovação: Acredita que a inovação é a chave para o obter sucesso na atuação no mercado de informática e tecnologia. Estar em constante busca por novas ideias, tecnologias e soluções para proporcionar aos clientes uma experiência de utilização da informática única e aprimorada.
4. Integridade: Tem sua conduta pautada pela ética, transparência e honestidade em todas as ações. Valorizar a confiança dos clientes, parceiros e colaboradores e realizar esforços para construir relacionamentos sólidos e duradouros baseados na integridade.
5. Paixão pelos Games: Apaixonada por jogos e pela comunidade gamer, permanece dedicada ao mundo dos games cujo principal objetivo consiste em fornecer produtos e serviços que atendam verdadeiramente às necessidades e desejos dos jogadores.
6. Atendimento ao Cliente: Tem o compromisso de oferecer um atendimento personalizado, eficiente e cordial, garantindo a satisfação total de cada cliente.
7. Inovação e Atualização Constante: Buscar, incansavelmente, inovações tecnológicas e tendências do mercado para oferecer as melhores soluções em tecnologia para os clientes. Tem como meta manter sua seleção de produtos atualizada e diversificada para atender às demandas em constante evolução.
8. Responsabilidade Socioambiental: Tem consciência de seu papel na sociedade e no meio ambiente. Busca práticas sustentáveis em suas

operações e sem envolve em projetos sociais que promovam a inclusão digital e o desenvolvimento da comunidade.

9. Conhecimento e Expertise: Sua equipe é composta de profissionais altamente capacitados e especializados em tecnologia. Acredita na importância do conhecimento e expertise para fornecer informações precisas e auxiliar os seus clientes na escolha dos melhores produtos para suas necessidades.

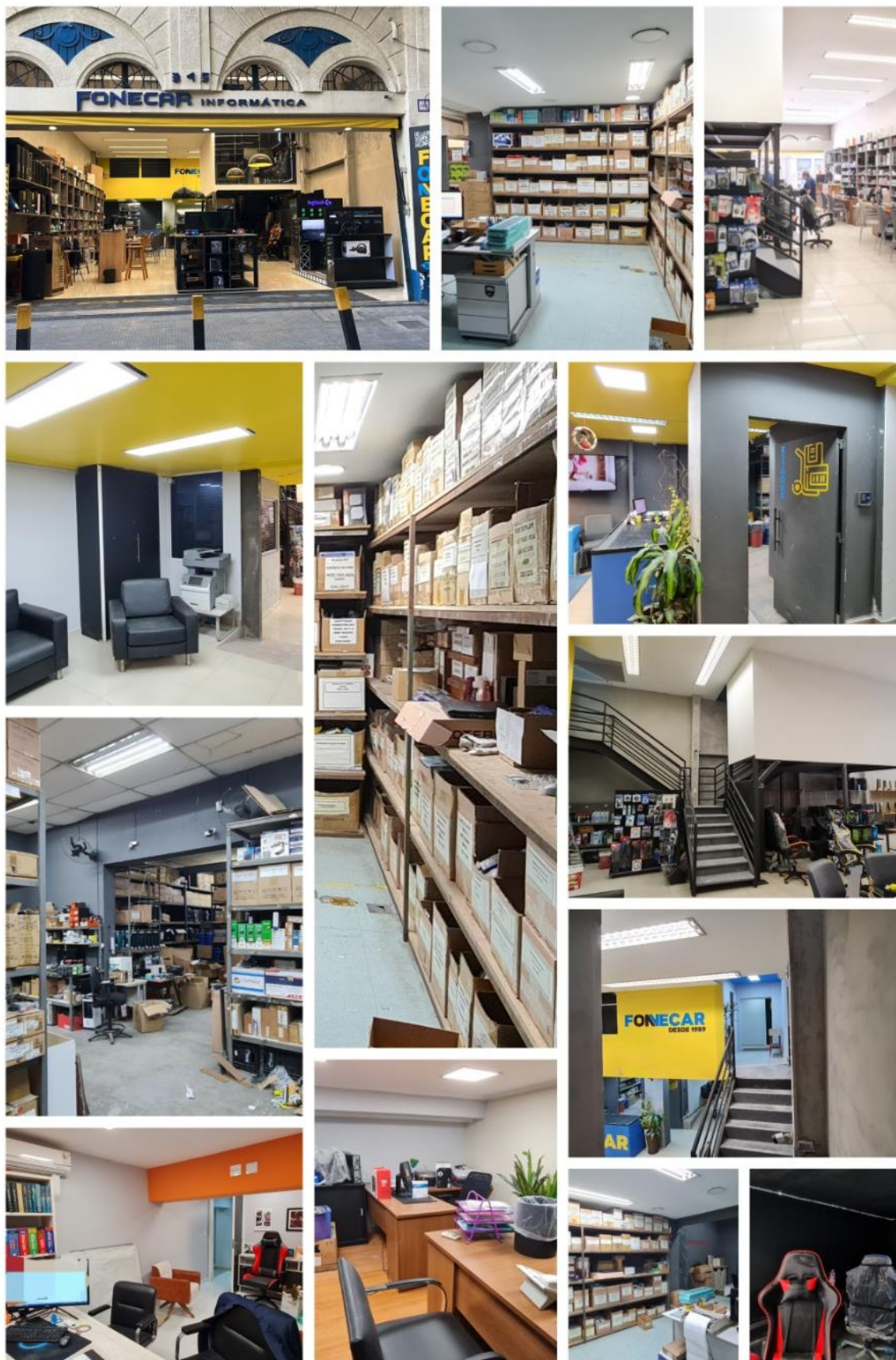
Seus valores são fundamentais para orientar cada ação e decisão dos dirigentes do grupo, assegurando o fornecimento das melhores opções em equipamentos de tecnologia para o home office, gamers e ambiente corporativo, proporcionando soluções tecnológicas de excelência e gerando valor para seus clientes.

### 3.2.2 ESTRUTURA OPERACIONAL

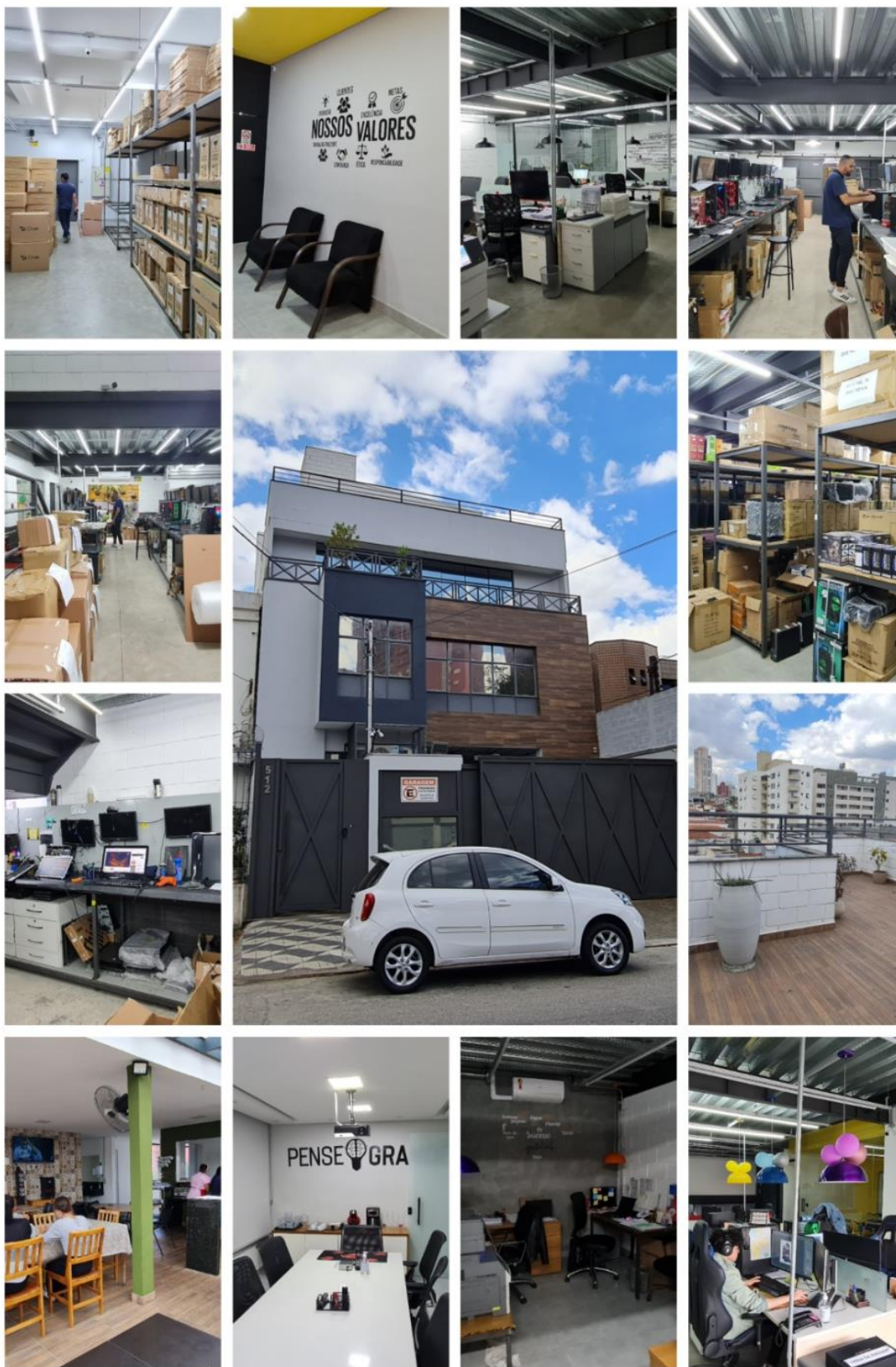
A seguir algumas imagens da atual estrutura da empresa:



3.2.2.1 SANTA IFIGÊNIA – GRUPO AMORIM



### 3.2.2.2 CASA VERDE – GRUPO AMORIM



### 3.2.3 RELEVÂNCIA SOCIOECONÔMICA

As Recuperandas, por princípio, valorizam os seus colaboradores e clientes.

Seus grandes diferenciais são a qualidade de seus produtos e serviços, além da pontualidade de suas entregas. A administração de recursos humanos sempre teve o entendimento de que para conseguir esses dois diferenciais é necessária a satisfação total de seus colaboradores nas atividades que desempenham, desde o nível operacional até o nível estratégico.

Atualmente, as Recuperandas empregam 35 colaboradores, além de mais de 150 empregos indiretos gerados em toda a cadeia. À todos os seus funcionários as empresas oferecem como benefícios o vale refeição, vale transporte e assistência médica.

Todos os colaboradores recebem continuamente qualificação técnica, através de treinamentos internos e externos, visando capacitação e proporcionando oportunidade de crescimento a cada um deles, fato este que demonstra o apoio e a aposta feita pelas Recuperandas em seus colaboradores, os principais responsáveis pelo crescimento ocorrido em quase duas décadas.

Além disso, as Recuperandas apoiam projetos sociais, como por exemplo "Favela Gamer", oferecendo jogos e cursos profissionalizantes em *e-sports* totalmente gratuito, com o intuito de que os jovens da comunidade possam ter acesso à tecnologia e jogos digitais.

## 4. MERCADO

### 4.1 MERCADOS DE ATUAÇÃO

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio de eletrônicos tem uma representatividade significativa no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. No entanto, é importante ressaltar que o

IBGE não fornece uma categoria específica para o comércio de eletrônicos, mas sim para o comércio varejista como um todo.

## 4.2 HISTÓRIA DOS MERCADOS

### 4.2.1 VAREJO DE ELETRÔNICOS

O Desde os primeiros dispositivos eletromecânicos até os avanços da era digital, o varejo de eletrônicos tem sido um protagonista fundamental na popularização e disseminação de inovações tecnológicas para o público em geral.

O varejo de eletrônicos teve suas raízes nas primeiras décadas do século XX, com a comercialização de dispositivos eletromecânicos, como rádios e gramofones. Lojas especializadas em eletrônicos começaram a surgir para atender à demanda crescente desses aparelhos que ofereciam novas formas de entretenimento e comunicação.

Com o desenvolvimento da televisão nas décadas de 1940 e 1950, as lojas de eletrônicos se tornaram um local essencial para a compra de aparelhos televisivos. O varejo de eletrônicos estava se consolidando, e as lojas ofereciam uma variedade de modelos de televisão para os consumidores escolherem.

Nas décadas de 1970 e 1980, o surgimento dos computadores pessoais trouxe outra onda de inovação ao varejo de eletrônicos. As lojas de eletrônicos se adaptaram para oferecer computadores e periféricos, como impressoras e monitores, à medida que a tecnologia dos PCs se tornava mais acessível ao público.

Com o avanço das tecnologias digitais, a indústria de eletrônicos começou a oferecer dispositivos portáteis, como tocadores de MP3, smartphones e tablets. Isso levou ao surgimento de lojas especializadas em dispositivos móveis, que se tornaram parte integrante do varejo de eletrônicos.

Com o crescimento da Internet e o comércio eletrônico, as lojas de eletrônicos expandiram suas operações para o mundo online. As vendas de eletrônicos pela Internet se tornaram uma tendência crescente, permitindo que os consumidores comprassem produtos eletrônicos sem sair de casa.

Com o tempo, a convergência tecnológica se tornou uma realidade, com muitos dispositivos eletrônicos combinando várias funções em um único aparelho. Por exemplo, smartphones se tornaram dispositivos versáteis que combinam telefone, câmera, computador, tocador de música e muito mais.

O varejo de eletrônicos precisou se adaptar a essa mudança, oferecendo produtos multifuncionais e serviços relacionados.

A preocupação com a sustentabilidade e a conscientização ambiental tem influenciado o varejo de eletrônicos. Os consumidores estão cada vez mais interessados em produtos eletrônicos *eco-friendly* e empresas que adotam práticas responsáveis em suas operações.

Hoje, o varejo de eletrônicos continua evoluindo, com a crescente popularidade de produtos como *smartwatches*, dispositivos de realidade virtual, assistentes de voz inteligentes, equipamentos para gamers e muito mais. A indústria eletrônica está em constante inovação, e o varejo desempenha um papel fundamental na disseminação dessas novas tecnologias para o público em geral.

#### 4.2.2 E-COMMERCE

O e-commerce no Brasil teve seus primeiros passos na década de 1990, com o início da popularização da internet no país. Nessa época, algumas empresas começaram a realizar vendas online, principalmente de produtos de tecnologia e informática. No entanto, o acesso à internet ainda era limitado, e a falta de confiança dos consumidores em fazer compras online era um desafio a ser superado.

Com o aumento do acesso à internet e a maior confiança dos consumidores em realizar compras online, o e-commerce começou a se consolidar nos anos 2000. Novas empresas de comércio eletrônico surgiram, oferecendo uma variedade maior de produtos e serviços para os consumidores brasileiros.

Grandes varejistas também entraram no mercado de e-commerce, ampliando ainda mais a oferta de produtos disponíveis online.

Um dos fatores que impulsionaram o crescimento do e-commerce no Brasil foi o aumento do uso de cartões de crédito como forma de pagamento. Com a maior disponibilidade de cartões de crédito e o avanço da tecnologia de pagamentos online, os consumidores se sentiram mais confortáveis em realizar transações virtuais.

O crescimento do e-commerce também foi impulsionado pelo desenvolvimento de plataformas de comércio eletrônico mais sofisticadas e fáceis de usar. Empresas de tecnologia ofereceram soluções cada vez mais completas para lojas online, facilitando a criação e gestão de e-commerces por empreendedores e empresas.

Com o avanço dos smartphones e o aumento da conectividade móvel, o acesso ao e-commerce por dispositivos móveis se tornou cada vez mais relevante. As empresas começaram a investir em sites responsivos e aplicativos para dispositivos móveis, a fim de oferecer uma experiência de compra mais conveniente para os consumidores.

A popularização da Black Friday e outros eventos promocionais, como a *Cyber Monday*, teve um papel importante no crescimento do e-commerce no Brasil. Esses eventos criaram uma expectativa de ofertas e descontos especiais, incentivando os consumidores a comprarem online.

A pandemia de COVID-19, iniciada em 2020, acelerou ainda mais o crescimento do *e-commerce* no Brasil. Com as medidas de isolamento social e o fechamento temporário de lojas físicas, muitos consumidores recorreram ao comércio eletrônico para realizar suas compras de forma segura e conveniente.

Hoje, o *e-commerce* no Brasil é uma indústria em expansão, com uma variedade diversificada de produtos e serviços disponíveis para os consumidores. A contínua evolução da tecnologia, a melhoria na infraestrutura logística e a crescente confiança dos consumidores em fazer compras online são fatores que contribuem para o contínuo crescimento do *e-commerce* no país.

#### 4.2.3 HOME OFFICE

O conceito de *home office*, ou trabalho remoto, foi introduzido no Brasil em 1997, no entanto, não houve uma aderência significativa pelas empresas, sendo as primeiras empresas a aderirem a essa possibilidade de trabalho foram as de tecnologia e startups, onde o trabalho pode ser realizado em computadores e não requer uma presença física no escritório o tempo todo.

A partir de 2017, com a regulamentação da Lei 13.467 o Teletrabalho (como o *Home Office* é chamado na Lei) na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), iniciou-se uma grande movimentação pelas empresas em introduzir o *home office* para seus funcionários, com a premissa de oferecer mais flexibilidade.

Nos anos seguintes, o conceito de *home office* ganhou mais destaque com o aumento da conectividade e a disponibilidade de ferramentas de colaboração *online*, como e-mails, mensagens instantâneas, videoconferências e compartilhamento de arquivos em nuvem. Isso permitiu que mais empresas e setores considerassem a possibilidade de implementar o trabalho remoto.

No entanto, foi durante a pandemia de COVID-19 em 2020 que o *home office* se tornou amplamente difundido no Brasil e em todo o mundo. Com as medidas de isolamento social e restrições impostas para conter a disseminação do vírus, muitas empresas foram forçadas a adotar o trabalho remoto como uma medida de segurança.

Essa mudança repentina acelerou a adoção do *home office* em diversas áreas, independentemente do setor de atuação. Muitas empresas perceberam que o trabalho remoto podia ser viável e até mesmo mais produtivo em algumas situações. Com isso, o *home office* se tornou uma opção mais permanente para muitos trabalhadores, mesmo após o fim das restrições.

Devido a essa urgente necessidade de implantação de *home office*, houve um aumento no mercado de periféricos, visando a necessidade de configurações adequadas para o ambiente de trabalho em casa. Alguns dos periféricos mais comuns utilizados no *home office* incluem: Teclados e mouses ergonômicos, Monitores adicionais, Fones de ouvido com cancelamento de ruído, Câmeras e *webcams*, *Headsets* e microfones, Suportes para notebook e monitores, impressoras e scanners.

#### 4.2.4 GAMERS

O mercado de computadores e periféricos para gamers acompanha a evolução dos jogos eletrônicos e a busca constante por experiências mais imersivas e envolventes. Desde os primeiros PCs adaptados para jogos até os avançados sistemas de hoje, esse mercado tem sido impulsionado pela demanda crescente de jogadores apaixonados por tecnologia.

Nos anos 1980, os jogos para PC eram mais simples e com recursos gráficos limitados. Nessa fase inicial, os periféricos para gamers se limitavam a teclados e mouses convencionais, mas os entusiastas de jogos começaram a modificar e personalizar seus PCs para obter melhor desempenho em jogos.



Nos anos 1990, empresas como a Alienware e a Falcon Northwest começaram a oferecer computadores pré-montados e personalizados para jogos. Esses computadores apresentavam configurações de hardware mais poderosas, incluindo processadores mais rápidos e placas gráficas avançadas.

Conforme os jogos se tornaram mais sofisticados, os periféricos para gamers também evoluíram. Surgiram teclados e mouses com designs ergonômicos, alta precisão e retro iluminação personalizável. Além disso, surgiram headsets com som surround e microfones de alta qualidade, oferecendo uma experiência de áudio imersiva durante os jogos.

Com o avanço da tecnologia de hardware e o desejo dos jogadores de jogar em movimento, os notebooks para jogos se tornaram uma opção popular. Esses dispositivos oferecem desempenho similar ao de computadores desktop, permitindo que os jogadores desfrutem de uma experiência de jogo de alta qualidade em qualquer lugar.

Monitores com altas taxas de atualização, resoluções mais altas e tecnologia de sincronização de tela, como FreeSync e G-Sync, foram desenvolvidos para atender às necessidades dos jogadores que buscam uma jogabilidade mais fluida e sem *tearing*.

Além dos computadores e periféricos principais, o mercado de acessórios para gamers cresceu exponencialmente. Cadeiras ergonômicas, mesas *gamer*, *mousepads* com superfícies otimizadas e iluminação RGB se tornaram itens populares entre os entusiastas de jogos.

Hoje, o mercado de computadores e periféricos para gamers é uma indústria robusta e em constante evolução, impulsionada pela inovação tecnológica e pelo desejo dos jogadores de obterem a melhor experiência de jogo possível. Com o crescimento contínuo da indústria de jogos eletrônicos e a demanda por tecnologias cada vez mais avançadas, é provável que esse

mercado continue a se desenvolver e a oferecer novas soluções para os jogadores ávidos por novidades tecnológicas.

#### 4.3 ESTATÍSTICAS

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio de eletrônicos tem uma representatividade significativa no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

No último levantamento disponível, referente ao ano de 2019, o comércio varejista representou cerca de 10% do PIB brasileiro. Dentro desse setor, os produtos eletrônicos, como eletrodomésticos, eletrônicos de consumo, celulares, computadores e outros dispositivos eletrônicos, têm uma participação significativa nas vendas.

De acordo com dados da Pesquisa Game Brasil 2021, realizada pela Sioux Group, Blend New Research e ESPM, o Brasil possui cerca de 82,7 milhões de consumidores gamers. Esse número representa aproximadamente 53% da população brasileira com idade acima de 16 anos.

A pesquisa também revela que a maioria dos consumidores gamers no Brasil são homens (66,5%), enquanto as mulheres representam 33,5% desse público.

Além disso, a faixa etária mais representativa entre os gamers é de 25 a 34 anos, correspondendo a 35,8% do total.

É importante ressaltar que esses números podem variar ao longo do tempo, à medida que o mercado de jogos eletrônicos continua a crescer e atrair novos jogadores. Recomenda-se consultar fontes confiáveis, como pesquisas atualizadas e relatórios de mercado, para obter dados mais precisos e atualizados sobre o número de consumidores gamers no Brasil.

#### 4.4 OPORTUNIDADES DO MERCADO

##### 4.4.1 MERCADO DE GAMERS

No âmbito da microeconomia, o segmento de produtos para gamers pode ser analisado a partir de diferentes perspectivas.

A primeira delas é que a demanda por produtos para gamers é impulsionada pela crescente popularidade dos videogames e pela expansão da indústria de jogos. A elasticidade da demanda pode variar de acordo com o tipo de produto, a disponibilidade de alternativas e a sensibilidade dos consumidores ao preço.

Em seguida temos a competição e estrutura de mercado, pois o mercado de produtos para gamers é altamente competitivo, com várias marcas e fabricantes oferecendo uma ampla gama de opções. A estrutura de mercado pode variar de um oligopólio, com algumas empresas dominantes, a um mercado mais fragmentado, com maior concorrência.

Quando falamos de preços e margens de lucro, temos que os preços dos produtos para gamers podem variar significativamente de acordo com a marca, a qualidade e as características oferecidas.

Importante ressaltar que a indústria de produtos para gamers é caracterizada por uma constante inovação e diferenciação. As empresas estão constantemente buscando desenvolver novas características e tecnologias para atrair os consumidores e ganhar participação de mercado.

Deve-se ressaltar que o comportamento do consumidor é extremamente relevante para a análise de mercado, sendo que os consumidores de produtos para gamers geralmente são jovens e estão dispostos a investir em equipamentos de alta qualidade para melhorar sua experiência de jogo. O comportamento do consumidor pode ser influenciado por fatores como

marca, recomendações de outros jogadores, avaliações online e tendências do setor.

A demanda por produtos destinados aos gamers tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos. Isso se deve ao aumento da popularidade dos videogames e ao crescimento da indústria de jogos eletrônicos.

Os gamers são um público-alvo específico, composto principalmente por jovens e adultos que são entusiastas de jogos eletrônicos. Eles estão dispostos a investir em equipamentos de alta qualidade para melhorar sua experiência de jogo.

A demanda por esses produtos é impulsionada por diversos fatores. Primeiramente, os avanços tecnológicos nos jogos eletrônicos têm levado a uma maior exigência de desempenho e qualidade dos equipamentos utilizados. Os jogadores buscam periféricos como teclados, mouses, headsets e monitores com recursos avançados, como maior sensibilidade, resposta rápida, som imersivo e resolução de alta definição.

Além disso, a crescente popularidade dos *eSports*, competições profissionais de jogos eletrônicos, tem contribuído para o aumento da demanda por produtos para gamers. Os jogadores profissionais e amadores buscam equipamentos que lhes proporcionem vantagens competitivas, como maior precisão, conforto e durabilidade.

#### 4.4.2 VAREJO DE ELETRÔNICOS E SEUS PERIFÉRICOS

O mercado do varejo de tecnologia é um setor em constante crescimento e evolução. Com o avanço da tecnologia e a demanda por produtos eletrônicos, o varejo de tecnologia se tornou um dos segmentos mais importantes do comércio varejista.

O varejo de tecnologia abrange uma ampla gama de produtos, desde smartphones, tablets e laptops até TVs, câmeras, dispositivos de áudio, videogames, periféricos e acessórios. Os consumidores têm acesso a uma grande variedade de marcas, modelos e opções de produtos.

A indústria de tecnologia está em constante evolução, com lançamentos frequentes de novos produtos e atualizações de tecnologia. Isso cria uma demanda contínua por produtos mais recentes e avançados, impulsionando o mercado do varejo de tecnologia.

Os produtos de tecnologia são vendidos em diversos canais de distribuição, incluindo lojas físicas, lojas online, marketplaces e revendedores autorizados.

Os consumidores têm a opção de comprar produtos em lojas especializadas em tecnologia, grandes varejistas, lojas de departamento e até mesmo diretamente dos fabricantes.

A experiência do cliente é um fator importante no varejo de tecnologia. Os varejistas buscam oferecer um ambiente de compra agradável, com atendimento ao cliente eficiente, demonstrações de produtos, suporte técnico e serviços pós-venda, como garantias estendidas e assistência técnica.

O comércio eletrônico desempenha um papel significativo no varejo de tecnologia. Os consumidores têm a conveniência de comprar produtos online, comparar preços, ler avaliações de produtos e ter acesso a uma ampla variedade de opções. O e-commerce também permite que os varejistas alcancem um público maior e expandam suas operações para além das fronteiras físicas.

O mercado do varejo de tecnologia é influenciado por tendências de consumo, como a demanda por dispositivos móveis, produtos inteligentes

para casa, wearables, realidade virtual/aumentada e produtos ecologicamente corretos. Os varejistas precisam acompanhar essas tendências e oferecer produtos que atendam às necessidades e preferências dos consumidores.

O mercado do varejo de tecnologia é altamente competitivo, com vários varejistas disputando a preferência dos consumidores. Grandes varejistas, lojas especializadas e até mesmo fabricantes competem por participação de mercado, oferecendo preços competitivos, promoções, programas de fidelidade e diferenciação por meio de serviços e experiência do cliente.

Em suma, o mercado do varejo de tecnologia é um setor dinâmico e em constante crescimento, impulsionado pela inovação tecnológica e pela demanda dos consumidores por produtos eletrônicos. Os varejistas precisam se adaptar às mudanças do mercado, oferecer uma ampla variedade de produtos, proporcionar uma experiência de compra satisfatória e acompanhar as tendências de consumo para se manterem competitivos.

#### 4.4.3 E-COMMERCE

O e-commerce no Brasil tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pelo aumento do acesso à internet, maior confiança dos consumidores em fazer compras online e a conveniência oferecida pelo comércio eletrônico.

De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o faturamento do e-commerce no Brasil atingiu R\$ 126,3 bilhões em 2020, representando um crescimento de 37% em relação ao ano anterior.

O e-commerce tem ganhado uma participação cada vez maior no varejo brasileiro. Em 2020, o comércio eletrônico representou cerca de 10% do total de vendas do varejo no país, de acordo com a Ebit | Nielsen.

Segundo a pesquisa "Panorama do E-commerce Brasileiro", realizada pela *Conversion* em parceria com o Opinion Box, o Brasil possui mais de 150 milhões de consumidores online. Esse número representa uma parcela significativa da população brasileira.

As categorias de produtos mais populares no e-commerce brasileiro incluem eletrônicos, moda e acessórios, cosméticos e perfumaria, casa e decoração, além de alimentos e bebidas.

A pesquisa "Panorama do E-commerce Brasileiro" também revelou que a maioria dos consumidores brasileiros realiza compras online por meio de dispositivos móveis, como smartphones e tablets. O uso de dispositivos móveis para compras online tem se tornado cada vez mais comum.

Os marketplaces têm desempenhado um papel importante no crescimento do e-commerce no Brasil. Grandes plataformas como Mercado Livre, B2W (Americanas, Submarino, Shoptime), Magazine Luiza e Amazon têm uma presença significativa no mercado brasileiro e atraem um grande número de consumidores.

A logística e a entrega são desafios importantes para o e-commerce no Brasil, devido à extensão territorial do país. No entanto, empresas de logística e transportadoras têm investido em soluções para melhorar a eficiência e a velocidade das entregas.

Apesar desses números fornecerem uma visão geral do e-commerce no Brasil é importante ressaltar que o mercado está em constante evolução. O crescimento do comércio eletrônico no país continua a ser impulsionado por fatores como a expansão do acesso à internet, o aumento da confiança dos consumidores e a busca por conveniência nas compras online.

## 5. MOTIVOS DA CRISE

Preocupados com o bem-estar de seus empregados e colaboradores, tanto diretos quanto indiretos, as Recuperandas enfrentaram bravamente as crises financeiras, econômicas, políticas e sanitárias que assolaram o Brasil. Mesmo diante desses desafios que poderiam levar muitos negócios à falência, os sócios decidiram reforçar seu compromisso com o país, mantendo suas operações e preservando empregos, apesar dos relevantes prejuízos sanados com linhas de empréstimos e financiamentos.

As empresas sempre tiveram uma atuação responsável, séria e dedicada para com seus colaboradores e fornecedores, e essa postura é fortemente evidenciada nesse momento de adversidades.

Porém, as crises econômica, financeira, sanitária e política, incluindo os efeitos da pandemia de COVID-19, deixaram marcas negativas, como o aumento da criminalidade e a desvalorização da região da Santa Ifigênia, onde está estabelecida a unidade de vendas realizadas fisicamente pelas Recuperandas. A situação é tão preocupante que muitas lojas da região reduziram drasticamente seus horários de funcionamento haja vista o risco iminente de aumento de furtos e roubos com a presença de dependentes químicos frequentadores da “cracolândia” e tal fato, conseqüentemente, desestimulou o trânsito de clientes assíduos da tradicional região destinada à aquisição de equipamentos eletrônicos e de informática, impactando negativamente os resultados econômico-financeiros das empresas.

Para agravar ainda mais a situação econômico e financeira das Recuperandas, as taxas de juros praticadas pelas instituições financeiras se mostravam por demais elevadas e totalmente incompatíveis com a realidade, ao mesmo passo que ocorria redução significativa das receitas e as margens de lucro que restavam cada vez mais achatadas.



Diante desta combinação de fatores, como a redução da demanda de consumidores do varejo, restrição de crédito e aumento dos custos e despesas financeiras, redução das margens operacionais, instalou-se um cenário de elevado prejuízo, não sendo possível cumprir com as obrigações na forma em que haviam sido assumidas.

Apesar da crise instalada, as Recuperandas possuem um histórico bem-sucedido de superação dos desafios e acreditam que reestruturando os passivos poderão, mais uma vez, superar as dificuldades, para voltarem a atuar de forma eficiente no mercado, zelando pelo prestígio e pela credibilidade das Empresas.

É notório que o "Grupo Amorim" permanece comprometido com suas atividades e responsabilidades, mas as circunstâncias desafiadoras demandaram medidas extraordinárias para enfrentar a crise e buscar a recuperação.

## **6. MEDIDAS DE RECUPERAÇÃO**

As Recuperandas vêm adotando ações para a reestruturação das áreas administrativa, financeira e comercial para fazer frente à atual crise imposta pela atual pandemia, inclusive para se adequarem à restrição financeira e à necessidade de pagamento dos credores. Sendo assim, são apresentadas abaixo as principais premissas utilizadas para a confecção das medidas de recuperação.

### **6.1 OBJETIVO DO PLANO**

O objetivo do Plano é permitir que as Recuperandas superem a crise econômico-financeira, implemente as medidas cabíveis para a reorganização operacional, atenda aos interesses e preserve os direitos dos credores e demais interessados. Para tanto, as Empresas começaram a redefinir pontos estratégicos na operação e com isso já definir as metas e objetivos do negócio.

## 6.2 DESCRIMINAÇÃO PORMENORIZADA DOS MEIOS PARA RECUPERAÇÃO

Visando as melhores práticas de gestão, necessárias para que retorne à lucratividade, e, em atendimento do artigo 53, item I, da lei 11.101/2005, conseqüentemente, possa cumprir com a liquidação dos débitos, o que depende não só do equacionamento do endividamento como também da capacidade de geração de caixa, as Empresas pretendem implementar diversas medidas para a sua efetiva reestruturação, tendo como principais:

- (i) Adotar novas práticas de planejamento estratégico e de orçamento, com fixação de metas rigorosas a serem cumpridas;
- (ii) Adequação do organograma relativo às atividades administrativas;
- (iii) Implementar a área de controladoria com painéis de indicadores de performance para profissionalização da gestão;
- (iv) Aplicar metas de curto e médio prazo para a redução de custos fixos para melhoria da margem operacional, bem como para evitar gastos desnecessários e desperdícios;
- (v) Melhorar as condições comerciais dos fornecedores de equipamentos e periféricos;
- (vi) Adequar o preço de venda dos produtos, para recomposição da margem bruta;
- (vii) Adequar o mix de produtos de acordo com a tendência de mercado;
- (viii) Realizar constantes melhorias nos serviços pós-vendas;
- (ix) Atender de forma eficiente os prazos de entregas;
- (x) Contratar linhas de crédito com perfis adequados à necessidade do fluxo de caixa; e
- (xi) Cumprir com a proposta do plano de recuperação judicial.

## 6.3 VISÃO GERAL SOBRE OS MEIOS DE RECUPERAÇÃO

A seguir serão explicitadas as formas identificadas como meios de recuperação que poderão ser utilizados pelas Recuperanda, definindo-se o modo e condições em que se concretizarão.

**(i) Concessão de prazos e condições especiais para pagamento das obrigações vencidas ou vincendas:**

É indispensável que as Recuperandas possam, no âmbito da recuperação judicial e dentro dos limites estabelecidos pela Lei e por este Plano, reestruturarem as dívidas contraídas perante os credores concursais. As Empresas elaboraram uma forma de pagamento aos credores sujeitos e, dentro dos limites legais aplicáveis, também buscarão a renegociação do endividamento junto a credores não sujeitos a recuperação judicial, ressalvado, no entanto, que a renegociação com os credores não sujeitos somente será concretizada mediante acordos específicos entre as Recuperandas e os referidos credores, conforme aplicável (no entanto, para fins de clareza e transparência, tal fato é mencionado neste Plano), de acordo com as projeções econômicas e financeiras para os próximos períodos, e também com o laudo econômico-financeiro. Com base nos números das projeções, as Recuperandas se utilizarão, dentre outros, de prazos e condições especiais para o pagamento de cada um dos credores, através de um parcelamento de longo prazo, conforme previsto na cláusula 10 adiante.

**(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:**

As Recuperandas poderão realizar a cisão, incorporação, fusão ou transformação da sociedade, constituição de subsidiária integral ou cessão das ações.

No entanto, fica ao critério das Recuperandas à realização desse tipo de operação, desde que observada a legislação vigente. Utilizando-se dessa operação no decurso do prazo que trata o art. 61 da LRJEF, os credores, o Administrador Judicial e o Juízo da RJ deverão ser notificados da intenção, que somente será eficaz caso não prejudique o exato cumprimento da proposta contida neste Plano.

**(iii) Equalização de encargos financeiros relativos aos débitos sujeitos de qualquer natureza:**

As Recuperandas uniformizarão os encargos financeiros aos credores sujeitos, de acordo com cada classe, sendo certo que os credores têm plena ciência de que as taxas de atualização e juros incidentes sobre os seus créditos serão alteradas por este Plano, em preferência às condições que deram origem aos seus respectivos créditos.

Para viabilizar a recuperação das Empresas e a reversão do estado de crise, as Recuperandas propõem encargos financeiros, conforme devidamente suportado pelo fluxo de caixa, conforme descrito nas propostas de pagamento da cláusula 10 adiante.

**(iv) Novação de dívidas do passivo sem constituição de garantia:**

Este plano novará todas as dívidas sujeitas a recuperação judicial, previstas para serem equalizadas em novos termos, de acordo com as propostas da cláusula 10 adiante. A novação de dívidas, prevista no art. 360 e seguintes do Código Civil, significa a substituição da dívida anterior por nova dívida, com a aprovação deste Plano. Deste modo, os credores têm plena ciência de que os valores, prazos, termos e/ou condições de satisfação dos seus créditos serão alterados por este Plano, em preferência às condições que deram origem aos seus respectivos créditos. Apesar de não oferecer garantias adicionais, ficam resguardadas aos credores as garantias atuais vigentes em seus contratos.

## **7. RESUMO DA LISTA DE CREDITORES DAS RECUPERANDAS**

Abaixo, encontra-se o resumo da lista de credores apresentada pelas Recuperandas, de acordo com o edital disponibilizado no DJE de São Paulo/SP em 06 de julho de 2023, conforme o art. 52, § 1º, da LRJEF:

<b>COMPOSIÇÃO DA LISTA DE CREDORES POR CLASSE - ART 52 § 1º</b>			
<b>Classe</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Moeda</b>	<b>Valor</b>
I - Trabalhista	47	R\$	253.941,82
III - Quirografária	50	R\$	23.755.093,37
IV - MEI, ME e EPP	4	R\$	203.292,71
<b>Total Geral</b>	<b>101</b>	<b>R\$</b>	<b>24.212.327,90</b>

## **8. VIABILIDADE ECONÔMICA E OPERACIONAL DO PLANO**

A crise financeira experimentada pelas Recuperandas é fruto de uma conjunção de fatores que afetaram adversamente o fluxo de caixa, impossibilitando a continuidade do pagamento pontual das obrigações junto aos credores trabalhistas, fornecedores e instituições financeiras.

Em que pese estar atravessando um indesejado momento de dificuldades financeiras, as Recuperandas são empresas viáveis, lucrativas e com valor agregado. Além disso, é, inquestionavelmente, fonte de geração de empregos diretos e indiretos e de recolhimento de tributos.

As Recuperandas estão entre as mais importantes empresas revendedoras de itens eletrônicos e de informática, destacando-se, pela qualidade, transparência e por sua equipe especializada.

Para reestruturar o negócio, o que dará viabilidade econômica ao plano de recuperação judicial, O Grupo Amorim projetou aumentar timidamente o volume de vendas, reduzir custos e, conseqüentemente, melhorar a sua geração de caixa se tornando possível equilibrar o seu fluxo de caixa com o pagamento do seu endividamento.

Como consequência, as Recuperandas deverão se beneficiar dos resultados que serão alcançados nos próximos períodos, na medida em que todas as ações planejadas para a reestruturação dos negócios estejam em prática.

Ademais, este Plano foi elaborado tomando por base premissas de reestruturação operacional, administrativa e financeira e prevê como forma de reestruturação do endividamento das Recuperandas, a adequação do perfil e o alongamento do prazo para pagamento, a fim de possibilitar aos credores uma forma de recebimento de seus créditos mais vantajosa do que a forma de recebimento que ocorreria em eventual hipótese de falência e consequente liquidação dos ativos das Recuperandas.

## **9. REESTRUTURAÇÃO E LIQUIDAÇÃO DOS CRÉDITOS**

As Recuperandas pagarão os créditos na forma deste Plano. As disposições abaixo aplicar-se-ão a todos os credores das Recuperandas, independentemente da classe, naquilo que couber.

### **9.1 ORIGEM DOS RECURSOS PARA PAGAMENTO DOS CREDORES**

As Recuperandas continuarão a desempenhar normalmente as funções, mantendo as atividades empresariais e gerando receitas e empregos. Diante disso, disponibilizarão para o pagamento dos credores a geração futura de caixa, decorrente da continuidade dos negócios.

Para demonstrar a geração de caixa originada pela operação e a consequente capacidade de pagamento, foram elaboradas projeções econômico-financeiras. Os demonstrativos de Projeções dos Resultados e Projeções de Fluxo de Caixa, além de todas as premissas operacionais e financeiras das atividades que foram utilizadas como base, são demonstrados no Anexo I deste Plano, em laudo econômico-financeiro elaborado por profissional legalmente habilitado, consoante ao inciso III, do art. 53 da LRJEF que considera, além dos efeitos de todas as premissas de receita, custo e despesas e também do plano de reestruturação, os efeitos do plano de pagamentos aos credores determinado neste Plano.

Dessa forma, o Grupo Amorim destinará parte dos recursos gerados pela continuidade das atividades para o pagamento dos credores, cujos

pagamentos serão em parcelas de valor fixo e que estarão destacados na cláusula 10 adiante.

## 9.2 PAGAMENTO AOS CREDORES

A premissa adotada para a elaboração da proposta, é que ela seja condizente com a capacidade de pagamento demonstrada pelo laudo econômico-financeiro, de forma que possa ser superada a crise.

Diante disso, este Plano reflete condições econômicas e financeiras favoráveis, tendo em vista que (i) será utilizado parcelas de valor fixo para o pagamento do passivo; (ii) o pagamento de alguns créditos, nas condições de origem, levaria necessariamente a insuficiência de valores para pagamento dos demais créditos e (iii) a alteração dos prazos, termo e/ou condições de satisfação dos créditos, nos termos deste Plano, é a única forma possível e real de permitir que todos os credores recebam seus créditos.

## 9.3 DATA DE VENCIMENTO DAS PARCELAS

Todos os prazos de vencimento de parcelas e outras obrigações previstas neste Plano terão como base de início a partir da Data de Homologação, que se trata da data da publicação da decisão que homologar este plano de recuperação judicial no Diário da Justiça Eletrônico do Estado de São Paulo.

# 10. PROPOSTA DE PAGAMENTO AOS CREDORES

Considerando a programação operacional e financeira de geração de fluxo de caixa prevista no laudo econômico-financeiro, os créditos sujeitos a recuperação judicial serão pagos nos termos deste capítulo.

## 10.1 PROPOSTA DE PAGAMENTO

### 10.1.1 CRÉDITOS TRABALHISTAS

Os Credores Trabalhistas serão pagos de acordo com o art. 54 da LRJEF, no qual receberão 30% (trinta por cento) do saldo original de seus créditos até o décimo segundo mês após a Data de Homologação.

Forma de pagamento: as Recuperandas farão o pagamento a esse grupo de credores na conta bancária de cada credor, conforme indicado na cláusula 14.1 adiante.

Correção monetária e juros: os Créditos Trabalhistas serão atualizados e remunerados aplicando-se 30% (trinta por cento) do rendimento da caderneta de poupança acrescido de juros pré-fixados de 0,25% (zero vírgula vinte e cinco por cento) ao ano, que começarão a incidir a partir da data da distribuição do pedido de recuperação judicial. Os pagamentos de juros e atualização monetária ocorrerão juntamente com os pagamentos do principal e serão calculados aplicando os índices propostos sobre o valor do crédito. Os juros serão calculados mensalmente, pelo sistema de juros compostos e incidirão sobre o valor do crédito corrigido. Caso os índices propostos venham a ser extintos, passarão a vigor os novos índices que vierem a substituí-los.

Alterações de crédito e/ou Inclusão de novos credores: Na hipótese de serem reconhecidos novos Créditos Trabalhista, por decisão judicial ou acordo entre as partes, e sendo esses sujeitos aos efeitos da recuperação judicial, os referidos créditos serão pagos nas mesmas condições dos credores inseridos nesta classe.

#### 10.1.2 CRÉDITOS QUIROGRAFÁRIOS

Os Créditos Quirografários serão pagos da seguinte maneira:

Desconto: 80% (oitenta por cento).

Carência: 24 (vinte e quatro) meses a partir da Data de Homologação.

Amortização: pagamento em 26 (vinte e seis) parcelas semestrais, crescentes e consecutivas, iniciadas após o prazo de carência, ou seja, no 25º mês, com distribuição proporcional ao saldo de cada credor da classe.



A seguir é demonstrado o quadro com valores das parcelas fixas semestrais:

<b>FLUXO DE AMORIZAÇÃO DE PRINCIPAL</b>					
<b>CRÉDITOS - CLASSE III</b>					
ANO	SEMESTRE	PAGTO EM R\$	ANO	SEMESTRE	PAGTO EM R\$
Ano 1	Semestre 1	0	Ano 9	Semestre 17	228.331
	Semestre 2	0		Semestre 18	228.331
Ano 2	Semestre 3	0	Ano 10	Semestre 19	240.436
	Semestre 4	0		Semestre 20	240.436
Ano 3	Semestre 5	48.788	Ano 11	Semestre 21	254.870
	Semestre 6	48.788		Semestre 22	254.870
Ano 4	Semestre 7	73.839	Ano 12	Semestre 23	336.277
	Semestre 8	73.839		Semestre 24	336.277
Ano 5	Semestre 9	102.272	Ano 13	Semestre 25	342.545
	Semestre 10	102.272		Semestre 26	342.545
Ano 6	Semestre 11	146.089	Ano 14	Semestre 27	348.931
	Semestre 12	146.089		Semestre 28	348.931
Ano 7	Semestre 13	180.902	Ano 15	Semestre 29	355.435
	Semestre 14	180.902		Semestre 30	355.435
Ano 8	Semestre 15	217.865	<b>TOTAL</b>		<b>5.753.156</b>
	Semestre 16	217.865			

Correção monetária e juros: os Créditos Quirografários serão atualizados e remunerados aplicando-se 30% (trinta por cento) do rendimento da caderneta de poupança acrescido de juros pré-fixados de 0,25% (zero vírgula vinte e cinco por cento) ao ano, que começarão a incidir a partir da data da distribuição do pedido de recuperação judicial. A atualização monetária e os juros serão acumulados durante o período de carência e serão pagos juntamente com os pagamentos do principal, sendo aplicados sobre o valor de cada parcela, pelo sistema de juros compostos. Caso os índices propostos venham a ser extintos, passarão a vigor os novos índices que vierem a substituí-los.

Alterações de crédito e/ou Inclusão de novos credores: Na hipótese de serem reconhecidos novos Créditos Quirografários, por decisão judicial ou acordo entre as partes, e sendo esses sujeitos aos efeitos da recuperação judicial, os

referidos créditos serão pagos nas mesmas condições dos credores inseridos nesta classe.

### 10.1.3 CRÉDITOS MICROEMPRESAS (ME, EPP E MEI)

Os Créditos Microempresas serão pagos da seguinte maneira:

Desconto: 80% (oitenta por cento).

Carência: 24 (vinte e quatro) meses a partir da Data de Homologação.

Amortização: pagamento em 2 (duas) parcelas semestrais, iguais e consecutivas, com início após o período de carência, ou seja, no 25º mês, com distribuição proporcional ao saldo de cada credor da classe.

A seguir é demonstrado o quadro com valores das parcelas fixas semestrais:

<b>FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DE PRINCIPAL CRÉDITOS - CLASSE IV</b>		
<b>ANO</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>PAG'IO EM R\$</b>
Ano 1	Semestre 1	0
	Semestre 2	0
Ano 2	Semestre 3	0
	Semestre 4	0
Ano 3	Semestre 5	22.483
	Semestre 6	22.483
<b>TOTAL</b>		<b>44.965</b>

Correção monetária e juros: os Créditos Microempresas serão atualizados e remunerados aplicando-se 30% (trinta por cento) do rendimento da caderneta de poupança acrescido de juros pré-fixados de 0,25% (zero vírgula vinte e cinco por cento) ao ano, que começarão a incidir a partir da data da distribuição do pedido de recuperação judicial. A atualização monetária e os juros serão acumulados durante o período de carência e serão pagos juntamente com os pagamentos do principal, sendo aplicados sobre o valor

de cada parcela, pelo sistema de juros compostos. Caso os índices propostos venham a ser extintos, passarão a vigor os novos índices que vierem a substituí-los.

Alterações de crédito e/ou Inclusão de novos credores: Na hipótese de serem reconhecidos novos Créditos Microempresas, por decisão judicial ou acordo entre as partes, e sendo esses sujeitos aos efeitos da recuperação judicial, os referidos créditos serão pagos nas mesmas condições dos credores inseridos nesta classe.

#### 10.1.4 CREDORES COLABORATIVOS

Os Créditos Quirografários das Classes III e IV poderão ter o recebimento dos créditos de forma diferenciada.

Para isso, poderão participar desta proposta de amortização antecipada, que contribuirá de forma estratégica para as Recuperandas conseguirem alcançar os objetivos traçados, uma vez que continuam dependentes das parcerias de fornecimento de mercadorias e de linhas de créditos que ocorriam anteriormente ao pedido de recuperação judicial.

Para a proposta de antecipação de pagamentos destinada aos Créditos Quirografários foi dividida em dois grupos: “Créditos Operacionais” e “Créditos Financeiros”, no qual para cada grupo haverá uma proposta de pagamento acelerado distinta, conforme a seguir:

- No grupo de Créditos Operacionais estão inclusos: todos os créditos provenientes de fornecimento de mercadorias e materiais de qualquer natureza, de prestadores de serviços e demais créditos que não se enquadrem no grupo de créditos financeiros;
- No grupo de Créditos Financeiros estão inclusos: todos os créditos provenientes de instituições financeiras, fundos de investimento,

securitizadoras, *factorings*, contratos de mútuo ou qualquer outra modalidade em que foi transacionado recursos financeiros.

Os valores apurados com estas propostas destinadas aos credores colaborativos (cláusulas 10.1.4.1 e 10.1.4.2 a seguir) serão inicialmente destinados à redução do desconto proposto aos credores. Caso ocorra a cobertura do respectivo desconto, as propostas de aceleração passarão a reduzir o prazo de pagamento proposto.

#### 10.1.4.1 *Créditos Operacionais*

O valor a ser pago de aceleração de pagamento dos créditos operacionais será calculado através da aplicação dos percentuais descritos abaixo sobre o valor dos novos fornecimentos (valor constante na nota fiscal) ocorridos após a Data de Homologação, que dependerão dos prazos de pagamento oferecidos pelos credores, nos termos das regras a seguir:

- (a) O período de apuração dos novos fornecimentos ocorrerá mensalmente a partir da Data de Homologação e as demais sucessivamente à primeira;
- (b) Os pagamentos das amortizações aceleradas serão realizados em até cinco dias úteis após o fechamento do mês de apuração;
- (c) Os Credores que realizarem novos fornecimentos à vista ou com Prazo Médio inferior a 21 (vinte e um) dias, não terão direito a qualquer antecipação de pagamento;
- (d) Os Credores que realizarem novos fornecimentos com Prazo Médio mínimo de 21 (vinte e um) dias, receberão 4,00% (quatro por cento) do valor total dos novos fornecimentos, como pagamento de amortização antecipada;
- (e) Os Credores que realizarem novos fornecimentos com Prazo Médio mínimo de 28 (vinte e oito) dias, receberão 5,00% (cinco por cento) do valor total dos novos fornecimentos, como pagamento de amortização antecipada;

- (f) Os Credores que realizarem novos fornecimentos com Prazo Médio mínimo de 35 (trinta e cinco) dias, receberão 6,00% (seis por cento) do valor total dos novos fornecimentos, como pagamento de amortização antecipada;
- (g) Os Credores que realizarem novos fornecimentos com Prazo Médio mínimo de 42 (trinta e cinco) dias, receberão 7,00% (sete por cento) do valor total dos novos fornecimentos, como pagamento de amortização antecipada;
- (h) O Prazo Médio será apurado pela média ponderada de pagamento de cada nota fiscal emitida pelo credor.

Ressalta-se que as Recuperandas terão total gerência sobre as compras e contratações, ficando ao exclusivo critério, aceitar ou não as condições de fornecimento (preço, prazo, quantidade etc.) apresentadas pelo credor.

#### 10.1.4.2 *Créditos Financeiros*

Os credores que se enquadrarem neste grupo e que concordarem com esta proposta de aceleração de pagamento, fornecendo às Recuperandas novas linhas de crédito para o financiamento do capital de giro, desde que respeitadas as condições propostas no quadro “Proposta - Credor Colaborativo Financeiro”, a seguir, além da proposta de pagamento dos itens 10.1.2 e 10.1.3, terão direito à receber seus créditos com deságio e prazo reduzidos. A seguir serão demonstradas as opções com as condições das propostas exclusivas para os credores colaborativos participantes deste item:

#### **Proposta - Credor Colaborativo Financeiro**

• <b>Modalidade da linha crédito:</b> CCB - Capital de Giro/Empréstimos/Financiamentos
• <b>Carência:</b> 6 (seis) meses
• <b>Prazo para amortização de juros e principal:</b> 36 (trinta e seis) meses após o período de carência

- **Atualização:** Juros correspondente à 100% do CDI (Certificado de Depósito Interbancário) acrescido de 0,80% a.m. (zero vírgula oitenta por cento ao mês)
- **Proposta de amortização:** 30% (trinta por cento) aplicados sobre o valor liberado na nova operação de crédito, respeitando o mesmo prazo das amortizações da nova linha de crédito, para o recebimento das antecipações destinadas à redução do deságio e prazo de pagamento constantes nos itens 10.1.2 e 10.1.3.

## 10.2 CREDORES COM GARANTIA REAL

Na presente data não há créditos na classe com garantia real sujeitos à recuperação judicial.

Na hipótese de serem reconhecidos Créditos com Garantia Real, por decisão judicial, arbitral ou acordo entre as partes, seja na lista de credores do Administrador Judicial ou outra que vier a substituí-la, os referidos credores com garantia real terão o mesmo tratamento dado aos Créditos Quirografários, conforme descrito na cláusula 10.1.2 deste Plano.

## 11. CRÉDITOS CONTINGENTES – IMPUGNAÇÕES DE CRÉDITO

Conforme previsto no art. 7 § 2º da LRJEF, os credores possuem prazo para apresentar junto ao Administrador Judicial suas habilitações ou suas divergências quanto aos créditos relacionados na relação apresentada pelas Recuperandas. Os pedidos de habilitações e divergências (valores e classes de credores) poderão vir a majorar o passivo inscrito na recuperação judicial, na lista de credores a ser apresentada pelo Administrador Judicial.

Se novos créditos forem incluídos no quadro geral de credores, seja na lista de credores a ser apresentada pelo Administrador Judicial ou outra que vier a substituí-la, estes credores receberão seus pagamentos nas mesmas condições e formas estabelecidas neste Plano, de acordo com a

classificação que lhes será atribuída, sem direito aos rateios de pagamentos eventualmente já realizados.

Qualquer alteração da lista de credores que deu base às propostas de pagamentos contidas neste Plano, acarretará somente na alteração do prazo de pagamento previsto, visto que, em nenhuma hipótese, haverá alterações nos valores das parcelas fixas propostas. Caso ocorra a majoração da lista de credores, as Recuperandas continuarão realizando o pagamento do valor da última parcela, por tantos quantos semestres se fizerem necessários até a quitação integral dos créditos.

## **12. PASSIVO TRIBUTÁRIO**

Foi prevista a destinação de parte da geração de caixa para o pagamento do atual passivo tributário que as Recuperandas possuem.

As Empresas buscarão para equalização e administração desse endividamento, parcelamentos especiais e específicos para equilibrar os pagamentos de acordo com a capacidade de geração de caixa.

Logo, a reserva de parte da geração de caixa para o pagamento do atual passivo tributário não implicará em reconhecimento ou em confissão de dívida fiscal. Também não vincula as Recuperandas e nem o Fisco às condições projetadas, servindo, apenas, de provisão. As saídas de caixa estão projetadas no laudo econômico-financeiro, com base em parcelamentos ordinários já previstos nos regulamentos federal e estadual.

Por se tratar de credor não sujeito aos procedimentos da recuperação judicial e não ser uma proposta vinculante, caso por qualquer motivo não sejam realizados os pagamentos ao Fisco previstos neste Plano, não será caracterizado descumprimento de obrigação assumida no Plano, nos termos § 1º do art. 61 da LRJEF.

### 13. EFEITOS DO PLANO

#### 13.1 VINCULAÇÃO DO PLANO

As disposições deste Plano vinculam as Recuperandas e os credores, e os respectivoscessionários e sucessores, a partir da Data de Homologação.

#### 13.2 NOVAÇÃO

A inexistência de recurso com efeito suspensivo (ou ação judicial com mesmo efeito) interposto contra a homologação do Plano acarretará a novação dos créditos concursais. Mediante referida novação, todas as obrigações, *covenants*, índices financeiros, hipóteses de vencimento antecipado, bem como outras obrigações e garantias que sejam incompatíveis com as condições deste Plano deixarão de ser aplicáveis, na forma dos artigos 50, IX, da LRJEF e 360, I do Código Civil<sup>1</sup>.

#### 13.3 PUBLICIDADE DOS PROTESTOS

Uma vez aprovado o Plano, com a novação de todos os créditos sujeitos ao mesmo, pela decisão que conceder a recuperação judicial, todos os credores concordarão com a suspensão da publicidade dos protestos efetuados, enquanto o Plano estiver sendo cumprido, nos termos aprovados, ordem essa que poderá ser proferida pelo MM. Juízo da RJ a pedido das Recuperandas a partir da Data de Homologação.

Após o pagamento integral dos créditos nos termos e formas estabelecidas neste Plano, os respectivos valores serão considerados integralmente quitados e o respectivo credor dará a mais ampla, geral, irrevogável e irretratável quitação, para nada mais reclamar a qualquer título, contra quem quer que seja, sendo inclusive obrigado a fornecer, se o caso, carta de anuência /instrumento de protesto para fins de baixa definitiva dos protestos.

---

<sup>1</sup> Art. 360. Dá-se a novação:

I - quando o devedor contrai com o credor nova dívida para extinguir e substituir a anterior;



Sendo assim, serão civilmente responsáveis por todos os prejuízos que causarem, por culpa ou dolo, os credores (as empresas e seus dirigentes) que mantiverem os protestos vigentes enquanto o Plano estiver sendo cumprido nos termos aprovados ou após a quitação dos débitos.

#### **14. MEIOS DE PAGAMENTO**

Os valores devidos aos credores nos termos deste Plano serão pagos diretamente nas contas bancárias dos credores por meio da transferência direta de recursos à conta bancária, por meio de Documento de Ordem de Crédito (DOC) ou de Transferência Eletrônica Disponível (TED) ou PIX ou Depósito Bancário. O comprovante do valor creditado a cada credor servirá de prova de quitação do respectivo pagamento.

##### **14.1 INFORMAÇÃO DAS CONTAS BANCÁRIAS**

Para a realização dos pagamentos, os credores deverão informar às Recuperandas suas respectivas contas bancárias para esse fim, mediante comunicação por escrito e com aviso de recebimento (AR) endereçada às Recuperandas, aos cuidados do Departamento Financeiro, no endereço R. Horácio Vergueiro Rudge, 512 - Casa Verde, São Paulo - SP, CEP: 02512-060, com os dados completos para pagamento: (i) nome e número do banco; (ii) número da agência e conta corrente; (iii) nome completo ou nome empresarial; e (iv) C.P.F. ou C.N.P.J., a partir da Data de Homologação do Plano e até o mínimo de quarenta e oito horas de antecedência da data do primeiro pagamento previsto.

A conta bancária para o pagamento deverá obrigatoriamente ser de titularidade do Credor, caso contrário, deverá obter autorização judicial para pagamento em conta de terceiros. Da mesma forma, caso o Credor altere sua conta durante o prazo de cumprimento do Plano, deverá enviar nova carta com aviso de recebimento (AR) à sede das Recuperandas, indicando os novos dados e respeitando o prazo mínimo de quarenta e oito horas de antecedência da data de pagamento.

Caso o credor não envie a carta com os dados para a transferência, os valores devidos a este determinado credor permanecerão no caixa das Recuperandas, até que este cumpra com tal procedimento, sendo que o pagamento ocorrerá sempre trinta dias após o recebimento desta, sem ônus adicionais, como multa, correção monetária e juros.

Os pagamentos não realizados em razão de os credores não terem informado suas contas bancárias, não serão considerados como um evento de descumprimento do Plano.

#### 14.2 DATA DO PAGAMENTO

Os pagamentos deverão ser realizados nas datas dos respectivos vencimentos, tendo como base o dia da Data de Homologação. Na hipótese de qualquer pagamento deste Plano estar previsto para ser realizado em um dia que não seja considerado dia útil, o referido pagamento deverá ser realizado, conforme o caso, imediatamente no próximo dia útil.

### 15. DISPOSIÇÕES GERAIS

As Recuperandas optam pelo pedido de assistência e proteção da recuperação judicial prevista na LRJEF, essencialmente fundada e objetivando assegurar os meios de recuperação, nos seguintes aspectos:

- (a) A todos os créditos decorrentes de operações de fomento de qualquer natureza, comercial ou financeiro, realizadas após a distribuição do pedido de recuperação judicial será assegurada a condição de crédito extraconcursal para os fins dos privilégios na ordem de pagamento previsto nos artigos 67 e 84 da LRJEF;
- (b) Na hipótese de conflito entre as disposições deste Plano e as obrigações das Empresas previstas em contratos celebrados com qualquer credor anteriormente a data do pedido de recuperação judicial, o Plano prevalecerá;

- (c) Todos os anexos a este Plano são a ele incorporados e constituem parte integrante do Plano. Na hipótese de haver qualquer inconsistência entre este Plano e qualquer anexo, o Plano prevalecerá;
- (d) A aprovação do Plano pela assembleia geral de credores representa a concordância e ratificação das Recuperandas e dos credores de todos os atos praticados e obrigações contraídas pelas Recuperandas no curso da recuperação judicial;
- (e) As Recuperandas poderão pleitear pelo encerramento do processo de recuperação judicial desde que tal pedido seja aprovado pelos credores durante AGC e de que tal pedido seja homologado pelo MM. Juízo da RJ.
- (f) Na hipótese de necessidade de ajustes nas condições ora propostas em virtude de fatos imprevistos, ou por qualquer motivo, as Recuperandas poderão apresentar alterações no plano, durante a vigência do processo de recuperação judicial, sendo que tais alterações deverão ser submetidas à aprovação dos credores em deliberação durante AGC.

### 15.1 INVALIDIDADE PARCIAL

Se quaisquer cláusulas ou disposições deste Plano forem declaradas nulas, ilegais, inexecutáveis ou inválidas sob qualquer aspecto, essa declaração não afetará ou prejudicará a validade das demais cláusulas e disposições, que se manterão em pleno vigor, eficazes e executáveis. Não obstante, nessa hipótese de invalidade, ineficácia ou inexecutabilidade parcial, as Recuperandas deverão rever este Plano para substituir as cláusulas e disposições consideradas inválidas, ineficazes ou inexecutáveis por outras que produzam, na máxima extensão permitida pela Lei aplicável, efeitos equivalentes, mantendo-se os efeitos daquelas que não foram declaradas inválidas, ineficazes ou inexecutáveis. Caso haja decisão judicial que altere qualquer cláusula deste Plano, a respectiva cláusula continuará em vigor pelo menos até o trânsito em julgado da decisão que visa alterá-la, a fim de não prejudicar os pagamentos dos credores, tampouco o direito de defesa

constitucionalmente garantido às Recuperandas. Após o trânsito em julgado, eventuais acréscimos serão pagos com a última parcela prevista neste Plano.

### 15.2 DESCUMPRIMENTO DO PLANO E PURGAÇÃO DA MORA

O Plano somente será considerado descumprido na hipótese de mora no pagamento por mais de 60 (sessenta) dias de uma das parcelas previstas neste Plano e desde que as Recuperandas sejam cientificadas por escrito anteriormente. Eventual mora no descumprimento de qualquer parcela poderá ser purgada no prazo de 60 (sessenta) dias a contar da data de vencimento, sem ônus, em até duas oportunidades.

### 15.3 DAS GARANTIAS DE TERCEIROS

Uma vez homologado pelo Juízo o presente Plano, obrigará as Recuperandas e seus credores sujeitos à Recuperação Judicial, assim como os seus respectivos sucessores a qualquer título e acarretará a automática, irrevogável e irretroatável liberação e quitação de todos os terceiros garantidores, que tenham figurado em quaisquer operações na qualidade de garantidores, avalistas, fiadores, devedores solidários e subsidiários, e seus sucessores e cessionários, por qualquer responsabilidade derivada de qualquer garantia fidejussória, inclusive por força de fiança e aval, que tenha sido prestada a credores para assegurar o pagamento de qualquer crédito.

Em obediência ao art. 49, §1º, da Lei no 11.101/2005, os credores sujeitos ao presente processo conservarão seus direitos em desfavor dos coobrigados solidários, contudo, só poderão exercer esse direito na hipótese de descumprimento deste plano de recuperação nos moldes § 1º e 2º, art. 61 e 73 da LRJEF. Essa previsão tem por finalidade que o crédito devido não seja exigido em duplicidade em consonância com o artigo 884 do Código Civil.

### 15.4 CESSÃO E TRANSFERÊNCIA DE CRÉDITOS

Uma vez aprovado o Plano, os credores concursais poderão ceder ou transferir livremente os seus créditos contra as Recuperandas, desde que observadas

as seguintes condições: (i) que o crédito cedido, independentemente da cessão ocorrer por lei ou por contrato, estará sempre sujeito aos efeitos do Plano, especialmente em relação às condições de pagamento, comprometendo-se o credor cedente a informar ao cessionário a condição do crédito, sob pena de ineficácia em relação as Recuperandas; (ii) a cessão somente terá eficácia, uma vez notificada as Recuperandas, a fim de direcionar os pagamentos previstos neste Plano ao devido detentor do crédito; e (iii) poderão os credores transigir, ceder, transferir seus créditos às Recuperandas, desde que tal ato reverta em benefício dos demais credores e não configure crime falimentar.

#### 15.5 COMUNICAÇÕES

Todas as notificações, requerimentos, pedidos e outras comunicações às Recuperandas, requeridas ou permitidas por este Plano, para serem eficazes, devem ser feitas por escrito e serão consideradas realizadas, quando enviadas por correspondência registrada, com aviso de recebimento, e efetivamente entregues e confirmadas pelas Empresas. Todas as comunicações devem ser endereçadas da seguinte forma ou de outra forma que for informada pelas Recuperandas, nos autos do processo de recuperação judicial ou diretamente ao Administrador Judicial ou aos credores:

**Ao**

**Grupo Amorim**

R. Horácio Vergueiro Rudge, 512 - Casa Verde, São Paulo - SP,

02512-060

A/C: Depto Financeiro

#### 15.6 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, tendo como base sempre a LRJEF.

## 15.7 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 as Recuperandas e os respectivos credores, após o encerramento do processo de recuperação judicial.

Este Plano é firmado pela representante legal das Recuperandas, assim constituídos nas formas dos respectivos contratos sociais e é acompanhado da página de assinaturas, do laudo econômico-financeiro e de avaliação dos bens e ativos, subscritos por profissionais e/ou empresas especializados, na forma da LRJEF.

São Paulo, 11 de agosto de 2023.

---

**AMORIM COMERCIO E REPRESENTACAO DE INFORMATICA LTDA. - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL - C.N.P.J/MF nº 20.550.801/0001-38**

---

**AMORIM TECH COMERCIO E LOCAÇAO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMATICA LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL - C.N.P.J/MF nº 31.307.444/0001-06**

---

**F-NEW COMERCIO DE ELETRONICOS LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL - C.N.P.J/MF nº 18.046.878/0001-23**

---

**FONECAR TELECOMUNICACOES ELETRONICAS LTDA. - M.E. - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL - C.N.P.J/MF nº 60.433.091/0001-80**

---

**THARGON TECHNOLOGY IMPORTADORA E DISTRIBUIDORA LTDA - EM RECUPERAÇÃO JUDICIAL - C.N.P.J/MF nº 34.482.006/0001-64**

## GRUPO AMORIM

# Anexo I – Laudo Econômico-Financeiro



São Paulo/SP  
Agosto de 2023

## ÍNDICE

<b>1. CONSIDERAÇÕES GERAIS .....</b>	<b>3</b>
1.1 ESCOPO .....	4
1.2 ABRANGÊNCIA E RESTRIÇÃO DO TRABALHO .....	5
<b>2. CONTEXTUALIZAÇÃO DA RECUPERANDA.....</b>	<b>7</b>
2.1 BREVE HISTÓRICO.....	7
<b>3. MERCADO .....</b>	<b>9</b>
3.1 MERCADOS DE ATUAÇÃO .....	9
3.2 HISTÓRIA DOS MERCADOS .....	10
3.2.1 VAREJO DE ELETRÔNICOS .....	10
3.2.2 E-COMMERCE .....	11
3.2.3 HOME OFFICE .....	13
3.2.4 GAMERS .....	14
3.3 ESTATÍSTICAS .....	16
3.4 OPORTUNIDADES DO MERCADO .....	16
3.4.1 MERCADO DE GAMERS .....	17
3.4.2 VAREJO DE ELETRÔNICOS E SEUS PERIFÉRICOS.....	18
3.4.3 E-COMMERCE.....	20
3.5 DADOS MACROECONÔMICOS .....	21
<b>4. PROJEÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA.....</b>	<b>22</b>
4.1 METODOLOGIA DO LAUDO.....	23
4.2 PREMISSAS DO LAUDO.....	24
4.3 RESULTADO OPERACIONAL .....	24
RECEITA BRUTA.....	24
IMPOSTOS DIRETOS E INDIRETOS.....	25
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS .....	26
DESPESAS ADMINISTRATIVAS E OPERACIONAIS .....	26
GERAÇÃO DE EBITDA.....	27
DESPESAS FINANCEIRAS.....	27
4.4 FLUXO DE CAIXA .....	28
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL .....	28
FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DE CREDORES SUJEITOS .....	29
PLANO PARA PAGAMENTO AOS CREDORES .....	29
FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO .....	32
<b>5. CONCLUSÃO .....</b>	<b>32</b>
<b>6. PROJEÇÃO DE RESULTADOS ECONÔMICOS .....</b>	<b>34</b>
<b>7. PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA.....</b>	<b>35</b>



## 1. CONSIDERAÇÕES GERAIS

**H&P Finance Solution**, inscrita no cadastro nacional de pessoa jurídica sob o nº 15.588.711/0001-04, foi contratada pelo Grupo Amorim, composto pelas empresas **Amorim Comercio e Representação de Informática Ltda - Em Recuperação Judicial**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 20.550.801/0001-38, estabelecida à Rua Horácio Vergueiro Rudge, nº 512, 1 andar, sala 1, Casa Verde, São Paulo/SP, CEP: 02512-060, **F-New Comercio de Eletrônicos Ltda - Em Recuperação Judicial**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 18.046.878/0001-23, estabelecida à Rua Vitoria, 357, Santa Efigênia, 1 andar, São Paulo/SP, CEP: 01210-001; **Fonecar Telecomunicações Eletrônicas Ltda. - M.E. - Em Recuperação Judicial**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 60.433.091/0001-80, estabelecida à Rua Vitoria, nº 345, Santa Efigênia, São Paulo/SP, CEP: 01210-001; **Thargon Technology Importadora e Distribuidora Ltda - Em Recuperação Judicial**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 34.482.006/0001-64, estabelecida à Rua Horácio Vergueiro Rudge, nº 512, Mezanino 1, Casa Verde, São Paulo/SP, CEP: 02512-060; **Amorim Tech Comercio e Locação de Equipamentos de Informática Ltda - Em Recuperação Judicial**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 31.307.444/0001-06, estabelecida à Rua Horácio Vergueiro Rudge, nº 512, 2 andar, Casa Verde, São Paulo/SP, CEP: 02512-060 para elaborar o laudo econômico-financeiro, no qual o resultado é representado pelos demonstrativos de ("Projeções de Resultados") e ("Projeções de Fluxo de Caixa") e se torna parte integrante do Plano de Recuperação Judicial, como Anexo I, a ser apresentado nesta data à 3ª Vara de Falências e Recuperações Judiciais de São Paulo, como parte do processo de recuperação judicial nº 1071434-23.2023.8.26.0100.

Os demonstrativos de projeções de resultado e de fluxo de caixa apresentados no presente laudo econômico-financeiro tratam exclusivamente sobre as empresas **Amorim Comercio e Representação de**

**Informática Ltda., Amorim Tech Comercio e Locação de Equipamentos de Informática Ltda., F-New Comercio de Eletrônicos Ltda., Fonocar Telecomunicações Eletrônicas Ltda. - M.E. e Thargon Technology Importadora e Distribuidora Ltda.** – grupo Em Recuperação Judicial - doravante denominada simplesmente “Recuperandas” ou “Empresas” ou “Grupo Amorim” ou “Companhias”.

### 1.1 ESCOPO

Este laudo econômico-financeiro tem por propósito preparar as projeções de resultado e de fluxo de caixa do Grupo Amorim, fornecendo subsídios para suportar o Plano nos aspectos das projeções econômico-financeiras, conforme requerido pela Lei de Recuperações e Falências nº 11.101/05, artigo 53, inciso III<sup>1</sup>. Nenhum outro objetivo pode ser tácito ou deduzido, sendo este documento destinado exclusivamente para a finalidade ora descrita.

As considerações apresentadas neste Laudo são práticas comuns em estudos desta natureza, as quais acreditamos ter, e somos reconhecidos publicamente como tendo, significativo conhecimento e experiência. Os serviços prestados são limitados a tais conhecimentos e experiências e não representam auditoria, assessoria ou outros serviços relacionados que podem ser fornecidos pela **H&P Finance Solution**. Não obstante essas limitações, a conclusão contida neste Laudo não foi destinada ou escrita pela **H&P Finance Solution** para ser usada, e não deverá ser usada, pelo destinatário ou qualquer terceiro como propósito de evitar sanções que possam ser impostas pela legislação brasileira.

---

<sup>1</sup> Art. 53. O plano de recuperação será apresentado pelo devedor em juízo no prazo improrrogável de 60 (sessenta) dias da publicação da decisão que deferir o processamento da recuperação judicial, sob pena de convolação em falência, e deverá conter: [...]

III – laudo econômico-financeiro e de avaliação dos bens e ativos do devedor, subscrito por profissional legalmente habilitado ou empresa especializada.

## 1.2 ABRANGÊNCIA E RESTRIÇÃO DO TRABALHO

A participação e o trabalho técnico desenvolvido pela **H&P Finance Solution** neste laudo econômico-financeiro deu-se através da elaboração das projeções econômicas e financeiras de acordo com informações, dados e premissas disponibilizadas pelo Grupo Amorim, bem como fatos históricos, informações macroeconômicas e de mercado. Essas informações foram utilizadas na projeção de resultado econômico-financeiro. Tais informações indicaram as fontes de recursos e as melhores estimativas possíveis para viabilização do Plano, assim como demonstraram o potencial de geração de caixa do Grupo Amorim e, conseqüentemente, a capacidade de amortização da dívida.

Ressalta-se que a **H&P Finance Solution** não atua como perita, auditora, contadora, testemunha, gestora, nem mesmo produz compilação, revisão, validação ou qualquer outra qualidade que gere responsabilidade pelas informações trazidas neste laudo econômico-financeiro em questão, uma vez que as projeções foram elaboradas apenas com base em informações do próprio Grupo Amorim.

A responsabilidade da **H&P Finance Solution** em sua atividade profissional de prestação de serviços não inclui opiniões, garantias, gestão ou aprovação em relação aos sistemas de controle interno e informações econômicas e financeiras do Grupo Amorim. É pressuposto fundamental que todas as informações fornecidas pelas Empresas, seus sócios, gestores e empregados para a execução dos trabalhos ora propostos foram verdadeiras, precisas e completas.

Deve-se notar que os resultados projetados contêm estimativas que envolvem riscos e incertezas quanto à sua efetivação, visto que dependem parcialmente de fatores externos à gestão da Companhia, tendo, portanto, caráter incerto, cabendo o esclarecimento de que eventualmente poderão ocorrer diferenças entre os resultados projetados e os resultados futuros reais.

As projeções foram realizadas com base nas informações históricas e nas perspectivas do próprio Grupo Amorim em relação ao comportamento de mercado, faturamento, compras de periféricos e itens de informática, dentre outras despesas inerentes à atividade econômica.

Assim, mudanças nas conjunturas econômicas, nacionais e internacionais, inclusive no caso de implementação das medidas de reestruturação contidas no Plano, não constituem qualquer garantia quanto aos resultados efetivos e reais a serem atingidos pelo Grupo Amorim, portanto, a **H&P Finance Solution** não se responsabilizará, em nenhuma hipótese, pela falta de realização efetiva das referidas projeções, bem como no comportamento das proposições consideradas, que refletirão nos resultados apresentados neste laudo econômico-financeiro.

As conclusões aqui apresentadas são resultantes da análise dos dados e informações do Grupo Amorim, além de projeções macroeconômicas e de mercado, assim como sobre performance e resultados decorrentes de eventos futuros, e estão sujeitas às seguintes considerações:

- O Laudo ora apresentado envolve questões de julgamentos objetivo e subjetivo face à complexidade das análises dos dados e informações e às fontes de informações consultadas;
- Este Laudo foi preparado com a finalidade de avaliar a viabilidade das Empresas no âmbito do seu Plano e a **H&P Finance Solution** não é responsável perante terceiros por qualquer ato ou fato decorrente da sua utilização para qualquer outro fim que não o aqui declarado;
- Este Laudo foi desenvolvido a pedido do Grupo Amorim e não deve ser interpretado por qualquer terceiro como instrumento de decisão para investimento ou opinião em relação ao Plano.

Ademais, salienta-se que não é parte do escopo dos serviços prestados pela **H&P Finance Solution** atividades relacionadas a gestão das Empresas, sendo

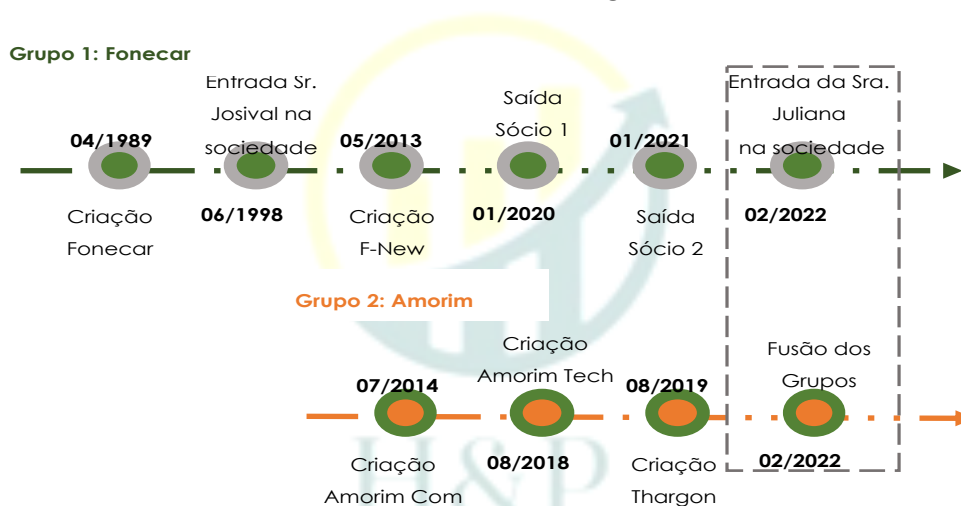
essa atividade de responsabilidade exclusiva dos sócios e gestores do Grupo Amorim.

## 2. CONTEXTUALIZAÇÃO DA RECUPERANDA

### 2.1 BREVE HISTÓRICO<sup>2</sup>

O Grupo Amorim é o resultado da união de dois grupos de empresas: o primeiro formado pelas Fonecar e F-New e o segundo composto pelas Amorim Com, Amorim Tech e Thargon.

Narraremos a história das empresas iniciando pela mais antiga, passando pelos percursos que levaram a fusão dos dois grupos.



A Recuperanda mais antiga é a Fonecar, que foi fundada em 21/04/1989 e atuava inicialmente na área de telefonia e PABX, motivo pelo qual deu origem ao seu nome. Com o passar dos anos, acompanhando o *boom* tecnológico, a Recuperanda migrou gradualmente para o setor de informática, tornando-se uma das pioneiras a comercializar itens de informática na região da Santa Efigênia, no município de São Paulo/SP, um dos principais polos voltados para tecnologia do estado, atendendo diversos públicos, desde lojistas até consumidores finais e corporativo.

<sup>2</sup> Informações obtidas através da Petição Inicial de RJ e do Plano de Recuperação Judicial da Empresa.

Um dos sócios atuais, o Sr. Josival, enquanto colaborador atingiu resultados admiráveis e progrediu até se tornar sócio da empresa, após aproveitar-se da oferta de compra de uma parte da empresa por parte do antigo proprietário.

Ao longo dos anos, após o egresso dos demais sócios, observou o potencial da Sra. Juliana e a convidou para participar da sociedade empresarial com intuito de agregar sua vasta experiência em vendas e consultoria de produtos, serviços e soluções de informática, além de contribuir nas atividades administrativas do negócio.

Deparando-se com a oportunidade proporcionada pelo preço baixo dos produtos importados, especialmente gabinetes e fontes, fora constituída a F-New em 2013, cuja operação destinava-se a atender a crescente demanda gerada pelos lojistas da região, bem como a outros públicos.

A Amorim Com, constituída em 2014 pela Sra. Juliana, que dispunha de significativo *know how* por já atuar como representante comercial e intermediadora de produtos de informática, tinha como principal objetivo navegar pelo segmento online aumentando ainda mais o *market share* do grupo econômico.

Percorridos quatro anos, devido ao crescimento da atividade empresarial, principalmente pela robustez gerada pelo mercado online, o Grupo Amorim ingressou no mercado dos *marketplace*, com a empresa Amorim Tech, que inicialmente se concentrava na locação de produtos e serviços de informática, o que impulsionou o crescimento dos negócios, especialmente durante a pandemia, momento em que o consumo por intermédio de plataformas online teve aumento significativo.

Por fim, a Thargon, cuja constituição se deu em 2019 e o seu objetivo era suprir a limitação do crédito atribuída às demais empresas do grupo, principalmente no que tangia a aquisição de produtos importados, tornando-se uma

oportunidade para o Grupo expandir as suas atividades de importação, especialmente com foco em produtos voltados para o segmento gamer que estava em plena ascensão.

Com um mix bastante abrangente o Grupo Amorim consolidou-se no mercado de tecnologia, atendendo uma ampla gama de clientes e se adaptando às demandas e tendências do setor.

Assim, verifica-se que o Grupo Amorim, possui uma abrangência nos seus serviços, desde reparo até a venda de dispositivos modernos a preços mais acessíveis que grandes varejistas.

Com mais de 100 mil clientes em todo o país, incluindo 16 mil clientes corporativos, o portfólio do Grupo Amorim abrange mais de 200 tipos de produtos, como PCs Gamer (monitores e CPUs), PCs para uso doméstico (notebooks, desktops, minicomputadores, *all-in-one*), placas-mãe e de vídeo, processadores, fontes de energia, memórias, gravadores, *coolers*, roteadores, cabos, mouses, impressoras, televisões, entre outros.

As Recuperandas se destacam pelo conhecimento e atendimento diferenciado que possuem, o que as mantém como referência no mercado de tecnologia, mesmo em meio a uma concorrência acirrada. Além disso também atuam como revendedoras em todo o país de importantes fabricantes nacionais.

### 3. MERCADO

#### 3.1 MERCADOS DE ATUAÇÃO

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio de eletrônicos tem uma representatividade significativa no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. No entanto, é importante ressaltar que o

IBGE não fornece uma categoria específica para o comércio de eletrônicos, mas sim para o comércio varejista como um todo.

## 3.2 HISTÓRIA DOS MERCADOS

### 3.2.1 VAREJO DE ELETRÔNICOS

O Desde os primeiros dispositivos eletromecânicos até os avanços da era digital, o varejo de eletrônicos tem sido um protagonista fundamental na popularização e disseminação de inovações tecnológicas para o público em geral.

O varejo de eletrônicos teve suas raízes nas primeiras décadas do século XX, com a comercialização de dispositivos eletromecânicos, como rádios e gramofones. Lojas especializadas em eletrônicos começaram a surgir para atender à demanda crescente desses aparelhos que ofereciam novas formas de entretenimento e comunicação.

Com o desenvolvimento da televisão nas décadas de 1940 e 1950, as lojas de eletrônicos se tornaram um local essencial para a compra de aparelhos televisivos. O varejo de eletrônicos estava se consolidando, e as lojas ofereciam uma variedade de modelos de televisão para os consumidores escolherem.

Nas décadas de 1970 e 1980, o surgimento dos computadores pessoais trouxe outra onda de inovação ao varejo de eletrônicos. As lojas de eletrônicos se adaptaram para oferecer computadores e periféricos, como impressoras e monitores, à medida que a tecnologia dos PCs se tornava mais acessível ao público.

Com o avanço das tecnologias digitais, a indústria de eletrônicos começou a oferecer dispositivos portáteis, como tocadores de MP3, smartphones e tablets. Isso levou ao surgimento de lojas especializadas em dispositivos móveis, que se tornaram parte integrante do varejo de eletrônicos.



Com o crescimento da Internet e o comércio eletrônico, as lojas de eletrônicos expandiram suas operações para o mundo online. As vendas de eletrônicos pela Internet se tornaram uma tendência crescente, permitindo que os consumidores comprassem produtos eletrônicos sem sair de casa.

Com o tempo, a convergência tecnológica se tornou uma realidade, com muitos dispositivos eletrônicos combinando várias funções em um único aparelho. Por exemplo, smartphones se tornaram dispositivos versáteis que combinam telefone, câmera, computador, tocador de música e muito mais.

O varejo de eletrônicos precisou se adaptar a essa mudança, oferecendo produtos multifuncionais e serviços relacionados.

A preocupação com a sustentabilidade e a conscientização ambiental tem influenciado o varejo de eletrônicos. Os consumidores estão cada vez mais interessados em produtos eletrônicos *eco-friendly* e empresas que adotam práticas responsáveis em suas operações.

Hoje, o varejo de eletrônicos continua evoluindo, com a crescente popularidade de produtos como *smartwatches*, dispositivos de realidade virtual, assistentes de voz inteligentes, equipamentos para gamers e muito mais. A indústria eletrônica está em constante inovação, e o varejo desempenha um papel fundamental na disseminação dessas novas tecnologias para o público em geral.

### 3.2.2 E-COMMERCE

O e-commerce no Brasil teve seus primeiros passos na década de 1990, com o início da popularização da internet no país. Nessa época, algumas empresas começaram a realizar vendas online, principalmente de produtos de tecnologia e informática. No entanto, o acesso à internet ainda era limitado, e a falta de confiança dos consumidores em fazer compras online era um desafio a ser superado.

Com o aumento do acesso à internet e a maior confiança dos consumidores em realizar compras online, o e-commerce começou a se consolidar nos anos 2000. Novas empresas de comércio eletrônico surgiram, oferecendo uma variedade maior de produtos e serviços para os consumidores brasileiros.

Grandes varejistas também entraram no mercado de e-commerce, ampliando ainda mais a oferta de produtos disponíveis online.

Um dos fatores que impulsionaram o crescimento do e-commerce no Brasil foi o aumento do uso de cartões de crédito como forma de pagamento. Com a maior disponibilidade de cartões de crédito e o avanço da tecnologia de pagamentos online, os consumidores se sentiram mais confortáveis em realizar transações virtuais.

O crescimento do e-commerce também foi impulsionado pelo desenvolvimento de plataformas de comércio eletrônico mais sofisticadas e fáceis de usar. Empresas de tecnologia ofereceram soluções cada vez mais completas para lojas online, facilitando a criação e gestão de e-commerces por empreendedores e empresas.

Com o avanço dos smartphones e o aumento da conectividade móvel, o acesso ao e-commerce por dispositivos móveis se tornou cada vez mais relevante. As empresas começaram a investir em sites responsivos e aplicativos para dispositivos móveis, a fim de oferecer uma experiência de compra mais conveniente para os consumidores.

A popularização da Black Friday e outros eventos promocionais, como a Cyber Monday, teve um papel importante no crescimento do e-commerce no Brasil. Esses eventos criaram uma expectativa de ofertas e descontos especiais, incentivando os consumidores a comprarem online.

A pandemia de COVID-19, iniciada em 2020, acelerou ainda mais o crescimento do e-commerce no Brasil. Com as medidas de isolamento social e o fechamento temporário de lojas físicas, muitos consumidores recorreram ao comércio eletrônico para realizar suas compras de forma segura e conveniente.

Hoje, o e-commerce no Brasil é uma indústria em expansão, com uma variedade diversificada de produtos e serviços disponíveis para os consumidores. A contínua evolução da tecnologia, a melhoria na infraestrutura logística e a crescente confiança dos consumidores em fazer compras online são fatores que contribuem para o contínuo crescimento do e-commerce no país.

### 3.2.3 HOME OFFICE

O conceito de *home office*, ou trabalho remoto, foi introduzido no Brasil em 1997, no entanto, não houve uma aderência significativa pelas empresas, sendo as primeiras empresas a aderirem a essa possibilidade de trabalho foram as de tecnologia e startups, onde o trabalho pode ser realizado em computadores e não requer uma presença física no escritório o tempo todo.

A partir de 2017, com a regulamentação da Lei 13.467 o Teletrabalho (como o *Home Office* é chamado na Lei) na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), iniciou-se uma grande movimentação pelas empresas em introduzir o *home office* para seus funcionários, com a premissa de oferecer mais flexibilidade.

Nos anos seguintes, o conceito de *home office* ganhou mais destaque com o aumento da conectividade e a disponibilidade de ferramentas de colaboração *online*, como e-mails, mensagens instantâneas, videoconferências e compartilhamento de arquivos em nuvem. Isso permitiu que mais empresas e setores considerassem a possibilidade de implementar o trabalho remoto.

No entanto, foi durante a pandemia de COVID-19 em 2020 que o *home office* se tornou amplamente difundido no Brasil e em todo o mundo. Com as medidas de isolamento social e restrições impostas para conter a disseminação do vírus, muitas empresas foram forçadas a adotar o trabalho remoto como uma medida de segurança.

Essa mudança repentina acelerou a adoção do *home office* em diversas áreas, independentemente do setor de atuação. Muitas empresas perceberam que o trabalho remoto podia ser viável e até mesmo mais produtivo em algumas situações. Com isso, o *home office* se tornou uma opção mais permanente para muitos trabalhadores, mesmo após o fim das restrições.

Devido a essa urgente necessidade de implantação de *home office*, houve um aumento no mercado de periféricos, visando a necessidade de configurações adequadas para o ambiente de trabalho em casa. Alguns dos periféricos mais comuns utilizados no *home office* incluem: Teclados e mouses ergonômicos, Monitores adicionais, Fones de ouvido com cancelamento de ruído, Câmeras e *webcams*, *Headsets* e microfones, Suportes para notebook e monitores, impressoras e scanners.

#### 3.2.4 GAMERS

O mercado de computadores e periféricos para gamers acompanha a evolução dos jogos eletrônicos e a busca constante por experiências mais imersivas e envolventes. Desde os primeiros PCs adaptados para jogos até os avançados sistemas de hoje, esse mercado tem sido impulsionado pela demanda crescente de jogadores apaixonados por tecnologia.

Nos anos 1980, os jogos para PC eram mais simples e com recursos gráficos limitados. Nessa fase inicial, os periféricos para gamers se limitavam a teclados e mouses convencionais, mas os entusiastas de jogos começaram a modificar e personalizar seus PCs para obter melhor desempenho em jogos.

Nos anos 1990, empresas como a Alienware e a Falcon Northwest começaram a oferecer computadores pré-montados e personalizados para jogos. Esses computadores apresentavam configurações de hardware mais poderosas, incluindo processadores mais rápidos e placas gráficas avançadas.

Conforme os jogos se tornaram mais sofisticados, os periféricos para gamers também evoluíram. Surgiram teclados e mouses com designs ergonômicos, alta precisão e retro iluminação personalizável. Além disso, surgiram headsets com som surround e microfones de alta qualidade, oferecendo uma experiência de áudio imersiva durante os jogos.

Com o avanço da tecnologia de hardware e o desejo dos jogadores de jogar em movimento, os notebooks para jogos se tornaram uma opção popular. Esses dispositivos oferecem desempenho similar ao de computadores desktop, permitindo que os jogadores desfrutem de uma experiência de jogo de alta qualidade em qualquer lugar.

Monitores com altas taxas de atualização, resoluções mais altas e tecnologia de sincronização de tela, como FreeSync e G-Sync, foram desenvolvidos para atender às necessidades dos jogadores que buscam uma jogabilidade mais fluida e sem *tearing*.

Além dos computadores e periféricos principais, o mercado de acessórios para gamers cresceu exponencialmente. Cadeiras ergonômicas, mesas *gamer*, *mousepads* com superfícies otimizadas e iluminação RGB se tornaram itens populares entre os entusiastas de jogos.

Hoje, o mercado de computadores e periféricos para gamers é uma indústria robusta e em constante evolução, impulsionada pela inovação tecnológica e pelo desejo dos jogadores de obterem a melhor experiência de jogo possível. Com o crescimento contínuo da indústria de jogos eletrônicos e a demanda por tecnologias cada vez mais avançadas, é provável que esse

mercado continue a se desenvolver e a oferecer novas soluções para os jogadores ávidos por novidades tecnológicas.

### 3.3 ESTATÍSTICAS

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio de eletrônicos tem uma representatividade significativa no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

No último levantamento disponível, referente ao ano de 2019, o comércio varejista representou cerca de 10% do PIB brasileiro. Dentro desse setor, os produtos eletrônicos, como eletrodomésticos, eletrônicos de consumo, celulares, computadores e outros dispositivos eletrônicos, têm uma participação significativa nas vendas.

De acordo com dados da Pesquisa Game Brasil 2021, realizada pela Sioux Group, Blend New Research e ESPM, o Brasil possui cerca de 82,7 milhões de consumidores gamers. Esse número representa aproximadamente 53% da população brasileira com idade acima de 16 anos.

A pesquisa também revela que a maioria dos consumidores gamers no Brasil são homens (66,5%), enquanto as mulheres representam 33,5% desse público.

Além disso, a faixa etária mais representativa entre os gamers é de 25 a 34 anos, correspondendo a 35,8% do total.

É importante ressaltar que esses números podem variar ao longo do tempo, à medida que o mercado de jogos eletrônicos continua a crescer e atrair novos jogadores. Recomenda-se consultar fontes confiáveis, como pesquisas atualizadas e relatórios de mercado, para obter dados mais precisos e atualizados sobre o número de consumidores gamers no Brasil.

### 3.4 OPORTUNIDADES DO MERCADO

### 3.4.1 MERCADO DE GAMERS

No âmbito da microeconomia, o segmento de produtos para gamers pode ser analisado a partir de diferentes perspectivas.

A primeira delas é que a demanda por produtos para gamers é impulsionada pela crescente popularidade dos videogames e pela expansão da indústria de jogos. A elasticidade da demanda pode variar de acordo com o tipo de produto, a disponibilidade de alternativas e a sensibilidade dos consumidores ao preço.

Em seguida temos a competição e estrutura de mercado, pois o mercado de produtos para gamers é altamente competitivo, com várias marcas e fabricantes oferecendo uma ampla gama de opções. A estrutura de mercado pode variar de um oligopólio, com algumas empresas dominantes, a um mercado mais fragmentado, com maior concorrência.

Quando falamos de preços e margens de lucro, temos que os preços dos produtos para gamers podem variar significativamente de acordo com a marca, a qualidade e as características oferecidas.

Importante ressaltar que a indústria de produtos para gamers é caracterizada por uma constante inovação e diferenciação. As empresas estão constantemente buscando desenvolver novas características e tecnologias para atrair os consumidores e ganhar participação de mercado.

Deve-se ressaltar que o comportamento do consumidor é extremamente relevante para a análise de mercado, sendo que os consumidores de produtos para gamers geralmente são jovens e estão dispostos a investir em equipamentos de alta qualidade para melhorar sua experiência de jogo. O comportamento do consumidor pode ser influenciado por fatores como marca, recomendações de outros jogadores, avaliações online e tendências do setor.

A demanda por produtos destinados aos gamers tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos. Isso se deve ao aumento da popularidade dos videogames e ao crescimento da indústria de jogos eletrônicos.

Os gamers são um público-alvo específico, composto principalmente por jovens e adultos que são entusiastas de jogos eletrônicos. Eles estão dispostos a investir em equipamentos de alta qualidade para melhorar sua experiência de jogo.

A demanda por esses produtos é impulsionada por diversos fatores. Primeiramente, os avanços tecnológicos nos jogos eletrônicos têm levado a uma maior exigência de desempenho e qualidade dos equipamentos utilizados. Os jogadores buscam periféricos como teclados, mouses, headsets e monitores com recursos avançados, como maior sensibilidade, resposta rápida, som imersivo e resolução de alta definição.

Além disso, a crescente popularidade dos *eSports*, competições profissionais de jogos eletrônicos, tem contribuído para o aumento da demanda por produtos para gamers. Os jogadores profissionais e amadores buscam equipamentos que lhes proporcionem vantagens competitivas, como maior precisão, conforto e durabilidade.

#### 3.4.2 VAREJO DE ELETRÔNICOS E SEUS PERIFÉRICOS

O mercado do varejo de tecnologia é um setor em constante crescimento e evolução. Com o avanço da tecnologia e a demanda por produtos eletrônicos, o varejo de tecnologia se tornou um dos segmentos mais importantes do comércio varejista.

O varejo de tecnologia abrange uma ampla gama de produtos, desde smartphones, tablets e laptops até TVs, câmeras, dispositivos de áudio,



videogames, periféricos e acessórios. Os consumidores têm acesso a uma grande variedade de marcas, modelos e opções de produtos.

A indústria de tecnologia está em constante evolução, com lançamentos frequentes de novos produtos e atualizações de tecnologia. Isso cria uma demanda contínua por produtos mais recentes e avançados, impulsionando o mercado do varejo de tecnologia.

Os produtos de tecnologia são vendidos em diversos canais de distribuição, incluindo lojas físicas, lojas online, marketplaces e revendedores autorizados.

Os consumidores têm a opção de comprar produtos em lojas especializadas em tecnologia, grandes varejistas, lojas de departamento e até mesmo diretamente dos fabricantes.

A experiência do cliente é um fator importante no varejo de tecnologia. Os varejistas buscam oferecer um ambiente de compra agradável, com atendimento ao cliente eficiente, demonstrações de produtos, suporte técnico e serviços pós-venda, como garantias estendidas e assistência técnica.

O comércio eletrônico desempenha um papel significativo no varejo de tecnologia. Os consumidores têm a conveniência de comprar produtos online, comparar preços, ler avaliações de produtos e ter acesso a uma ampla variedade de opções. O e-commerce também permite que os varejistas alcancem um público maior e expandam suas operações para além das fronteiras físicas.

O mercado do varejo de tecnologia é influenciado por tendências de consumo, como a demanda por dispositivos móveis, produtos inteligentes para casa, wearables, realidade virtual/aumentada e produtos ecologicamente corretos. Os varejistas precisam acompanhar essas

tendências e oferecer produtos que atendam às necessidades e preferências dos consumidores.

O mercado do varejo de tecnologia é altamente competitivo, com vários varejistas disputando a preferência dos consumidores. Grandes varejistas, lojas especializadas e até mesmo fabricantes competem por participação de mercado, oferecendo preços competitivos, promoções, programas de fidelidade e diferenciação por meio de serviços e experiência do cliente.

Em suma, o mercado do varejo de tecnologia é um setor dinâmico e em constante crescimento, impulsionado pela inovação tecnológica e pela demanda dos consumidores por produtos eletrônicos. Os varejistas precisam se adaptar às mudanças do mercado, oferecer uma ampla variedade de produtos, proporcionar uma experiência de compra satisfatória e acompanhar as tendências de consumo para se manterem competitivos.

### 3.4.3 E-COMMERCE

O e-commerce no Brasil tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pelo aumento do acesso à internet, maior confiança dos consumidores em fazer compras online e a conveniência oferecida pelo comércio eletrônico.

De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o faturamento do e-commerce no Brasil atingiu R\$ 126,3 bilhões em 2020, representando um crescimento de 37% em relação ao ano anterior.

O e-commerce tem ganhado uma participação cada vez maior no varejo brasileiro. Em 2020, o comércio eletrônico representou cerca de 10% do total de vendas do varejo no país, de acordo com a Ebit | Nielsen.

Segundo a pesquisa "Panorama do E-commerce Brasileiro", realizada pela *Conversion* em parceria com o Opinion Box, o Brasil possui mais de 150 milhões

de consumidores online. Esse número representa uma parcela significativa da população brasileira.

As categorias de produtos mais populares no e-commerce brasileiro incluem eletrônicos, moda e acessórios, cosméticos e perfumaria, casa e decoração, além de alimentos e bebidas.

A pesquisa "Panorama do E-commerce Brasileiro" também revelou que a maioria dos consumidores brasileiros realiza compras online por meio de dispositivos móveis, como smartphones e tablets. O uso de dispositivos móveis para compras online tem se tornado cada vez mais comum.

Os marketplaces têm desempenhado um papel importante no crescimento do e-commerce no Brasil. Grandes plataformas como Mercado Livre, B2W (Americanas, Submarino, Shoptime), Magazine Luiza e Amazon têm uma presença significativa no mercado brasileiro e atraem um grande número de consumidores.

A logística e a entrega são desafios importantes para o e-commerce no Brasil, devido à extensão territorial do país. No entanto, empresas de logística e transportadoras têm investido em soluções para melhorar a eficiência e a velocidade das entregas.

Apesar desses números fornecerem uma visão geral do e-commerce no Brasil é importante ressaltar que o mercado está em constante evolução. O crescimento do comércio eletrônico no país continua a ser impulsionado por fatores como a expansão do acesso à internet, o aumento da confiança dos consumidores e a busca por conveniência nas compras online.

### 3.5 DADOS MACROECONÔMICOS

A tabela a seguir apresenta as premissas macroeconômicas para os próximos dois anos, que servirão de suporte para esse laudo econômico-financeiro e

foram extraídas do Relatório de Mercado emitido pelo Banco Bradesco, com data base de 10 de julho de 2023<sup>3</sup>.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>ATIVIDADE</b>								
<b>Crescimento Real do PIB (% aa.)</b>	1,22	-3,28	4,99	2,90	2,10	1,50	1,70	1,70
<b>Agropecuária (%)</b>	0,41	4,18	0,28	-1,74	11,26	1,74	1,74	1,74
<b>Indústria (%)</b>	-0,67	-2,97	4,78	1,62	0,60	1,04	1,04	1,04
<b>Serviços (%)</b>	1,51	-3,74	5,22	4,16	1,64	1,69	1,69	1,69
<b>PIB Nominal (R\$ bilhões)</b>	7.389,1	7.609,6	8.898,7	9.915,3	10.649,5	11.331,4	12.047,3	12.805,8
<b>População - milhões</b>	210,15	212,08	213,44	214,75	216,00	217,19	218,33	219,41
<b>PIB per capita - R\$</b>	35.162	35.881	41.692	46.172	49.304	52.172	55.179	58.365
<b>Vendas no varejo - Restrita (%)</b>	1,84	1,18	1,40	0,99	0,96	0,12	2,00	2,00
<b>Produção Industrial (%)</b>	-1,08	-4,45	3,93	-0,70	-0,36	1,03	0,50	0,50
<b>Taxa de desemprego (% - média) - Pnad Contínua</b>	13,76	13,23	9,27	8,29	9,01	9,02	8,59	8,59
<b>Taxa de Crescimento da Massa Salarial - IBGE (%)</b>	2,55	-6,41	-2,05	12,30	2,45	2,05	2,52	2,16
<b>Rendimento médio real - IBGE (%)</b>	0,42	2,49	-10,77	8,20	1,62	1,68	1,27	0,83
<b>INFLAÇÃO E JUROS</b>								
<b>IPCA (IBGE) - % aa.</b>	4,31	4,52	10,06	5,79	4,81	3,63	3,34	3,32
<b>IGP-M (FGV) - % aa.</b>	7,30	23,14	17,78	5,45	-4,10	4,54	4,27	4,26
<b>Taxa Selic Meta (% aa.)</b>	4,50	2,00	9,25	13,75	12,00	9,75	9,25	9,25
<b>CDI (% aa.) - Taxa dezembro</b>	4,59	1,90	8,76	13,65	12,12	9,65	9,26	9,15
<b>Taxa Selic nominal (acumulado 12 meses) %</b>	5,95	2,75	4,44	12,38	13,14	10,44	9,64	9,07
<b>Taxa Selic real / IPCA (acumulado 12 meses) %</b>	1,57	-1,69	-5,11	6,23	7,95	6,57	6,09	5,57
<b>Taxa Selic real / IGP-M (acumulado 12 meses) %</b>	-1,27	-16,55	-11,33	6,57	17,97	5,64	5,15	4,62
<b>TJLP (% aa.) - acumulado no ano</b>	6,20	4,87	4,80	6,78	7,14	7,00	7,32	7,45

#### 4. PROJEÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

Neste capítulo são apresentadas as projeções econômico-financeiras do Grupo Amorim, o qual consideram as premissas operacionais e financeiras estimada pelas Empresas no âmbito de seu Plano, com base no seu cenário atual, sendo apresentada abaixo de forma segregada, e consubstancialmente nas cláusulas 6 e 7 neste documento.

O fluxo de caixa esperado para os negócios após uma eventual aprovação do Plano ainda estará sujeito a alterações ocasionadas por diversas variáveis. Além das incertezas naturais inerentes a essas projeções, há outros fatores que podem comprometer o fluxo de caixa futuro do negócio, tais como: práticas contábeis a serem adotadas, planejamento tributário decorrente do

<sup>3</sup> <https://www.economiaemdia.com.br/SiteEconomiaEmDia/Projecoes/Longo-Prazo>

tratamento fiscal dado às transações subjacentes ao Plano e interpretações legais.

Todas as premissas assumidas neste Laudo foram baseadas em cenários esperados e projetados exclusivamente pelo Grupo Amorim e seus sócios, assessores e demais prestadores de serviços contratados para elaboração do Plano e não foram objeto de investigação independente pela **H&P Finance Solution**, à qual não coube, como parte do escopo de trabalho contratado, propor ou julgar quaisquer aspectos relacionados a tais eventos.

A partir do plano de negócios das Recuperandas, a **H&P Finance Solution** analisou as premissas operacionais e os resultados futuros projetados.

Para tanto, foram realizadas as seguintes atividades:

- Discussões com o Grupo Amorim para entendimento das projeções;
- Identificação das premissas mais relevantes e necessárias para as projeções;
- Foi desenvolvida uma modelagem econômico-financeira específica, refletindo o mais próximo possível a realidade do funcionamento contábil, organizacional e operacional.

#### 4.1 METODOLOGIA DO LAUDO

Para demonstrar e evidenciar a proposta apresentada no Plano, assim como para demonstrar que os meios empregados são suficientes para garantir a superação da situação de crise do Grupo Amorim, foram desenvolvidas projeções que demonstram as disponibilidades atuais e a geração de caixa no período proposto pelas Empresas, atestando assim, que haverá recursos suficientes para cumprir com a proposta apresentada aos credores.

Dessa forma, procedemos à projeção de resultados e fluxo de caixa futuros do Grupo Amorim através da mensuração das variáveis operacionais que afetam os negócios.

Neste trabalho, optamos por considerar cenário único de projeções, que representa as operações do Grupo Amorim conforme a sua reestruturação operacional e financeira e a programação e evolução esperada do seu mercado de atuação, conforme detalhado no Plano.

#### 4.2 PREMISSAS DO LAUDO

A projeção não contempla efeitos inflacionários. A premissa adotada é que deverão ser repassados tanto ao preço venda como nos custos envolvidos na atividade empresarial, melhorando a rentabilidade projetada, bem como, a geração de caixa e a capacidade de pagamento resultante.

As projeções foram estruturadas de forma mensal e serão demonstradas anualmente neste Laudo, considerando o ano 1, como sendo os doze meses subsequentes a data da publicação da decisão que homologar o Plano de recuperação judicial no Diário de Justiça Eletrônico do Estado de São Paulo ("Data de Homologação").

#### 4.3 RESULTADO OPERACIONAL

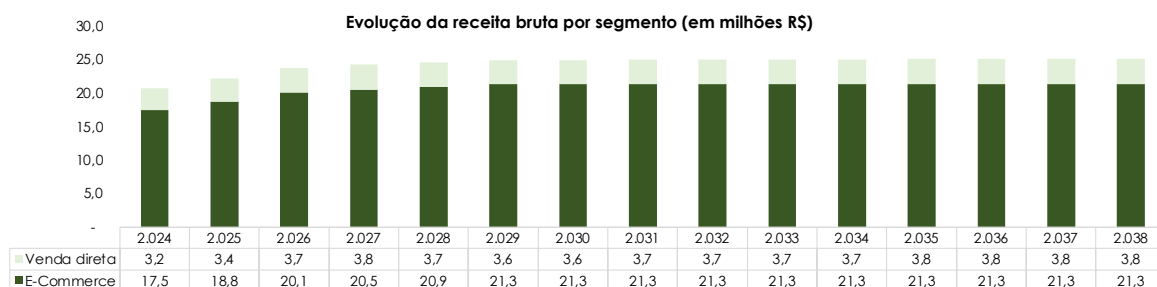
##### 4.3.1 RECEITA BRUTA

As atividades das Empresas sofreram grande impacto devido à instabilidade política, econômica, afetando diretamente a confiança do consumidor e seu poder de compra, além das situações que envolvem a saúde pública, como por exemplo a migração da "cracolândia" para as imediações de uma das principais unidades de negócios das Recuperandas. Diante disso, foi elaborado um planejamento comercial e operacional de curto, médio e longo prazo. Esse planejamento prevê a imediata recuperação de mercado e, posteriormente, um crescimento gradual no volume de vendas durante o período do Plano, com base no volume histórico de vendas, de forma

conservadora e realista também levando em consideração o capital de giro disponível.

A receita bruta projetada para o Grupo Amorim foi composta das vendas realizadas por intermédio de *marketplace* e unidade física, sendo considerado nesse mix, 85% e 15% respectivamente.

A seguir está apresentada, em forma de gráfico, a projeção da Receita Bruta do Grupo Amorim.

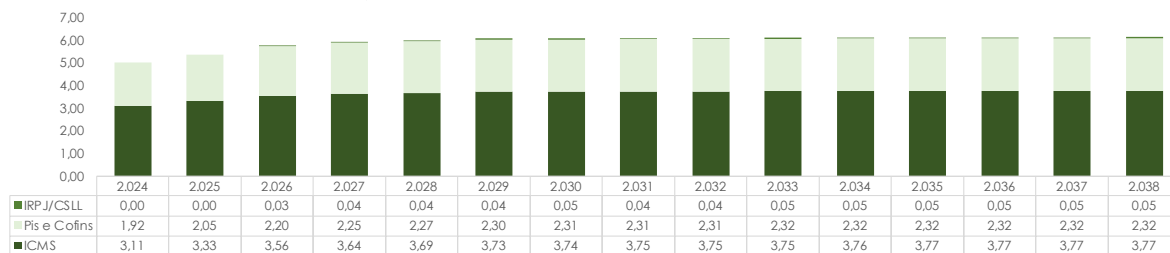


A expectativa de crescimento das vendas e conseqüentemente das receitas é evidenciada no gráfico acima. As Empresas pretendem atingir um patamar de aproximadamente R\$ 24,9 milhões de receita bruta já no ano 6 da projeção. Essa estratégia envolve um melhor acompanhamento das tendências de mercado, ampliação do seu mix de produtos e a frequente realização de investimentos em marketing, utilizando-se de ferramentas como *marketplace*, *e-commerce*, mídias sociais, dentre outras.

#### 4.3.2 IMPOSTOS DIRETOS E INDIRETOS

Foi utilizado o sistema tributário normal com apuração de Lucro Real sendo consideradas assim, as respectivas alíquotas de cada imposto incidente para as projeções de resultados. Apesar do regime de apuração atual, Lucro Presumido, as projeções contemplaram a migração para o regime de apuração Lucro Real haja vista uma melhora significativa no resultado econômico das Recuperandas.

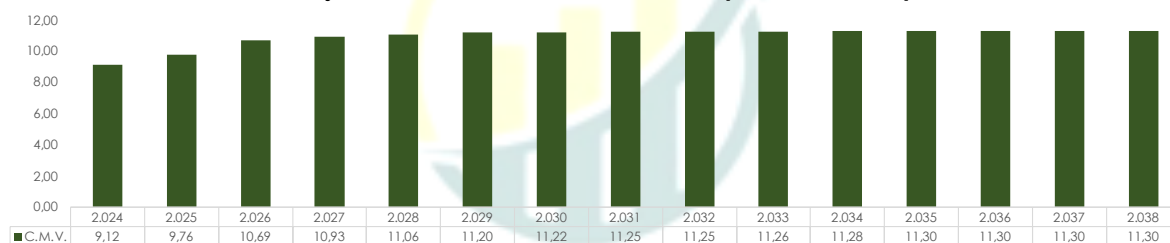
**Evolução do recolhimento dos tributos (em milhões de R\$)**



### 4.3.3 CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS

O custo das mercadorias vendidas foi composto pelo valor destinado à aquisição dos itens para revenda, sejam eles acessórios, periféricos, itens remanufaturados, dentre outros.

**Evolução do custo das mercadorias vendidas (em milhões de R\$)**

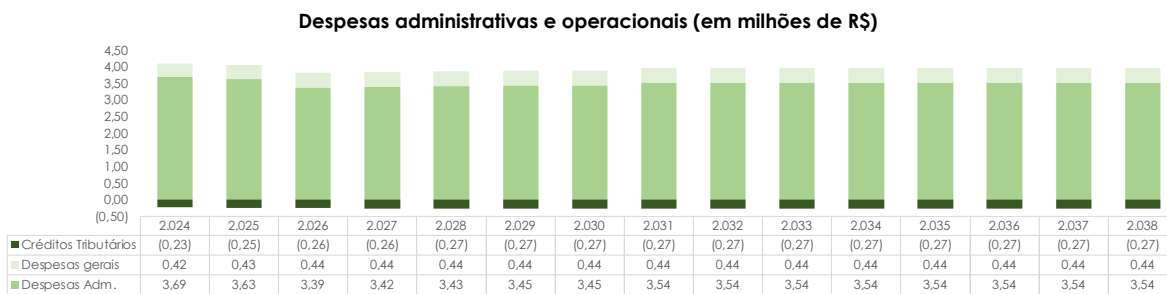


### 4.3.4 DESPESAS ADMINISTRATIVAS E OPERACIONAIS

Estes custos operacionais projetados pelo Grupo Amorim sofreram pequenas variações ao longo do período projetivo, em função dos aumentos de receita previstos para os próximos anos. Estas despesas terão um pequeno e gradativo aumento no decorrer dos períodos, pois mesmo sendo fixas por característica, na realidade, o aumento no volume de vendas demandará investimentos, principalmente em *marketplace* e profissionais especializados.

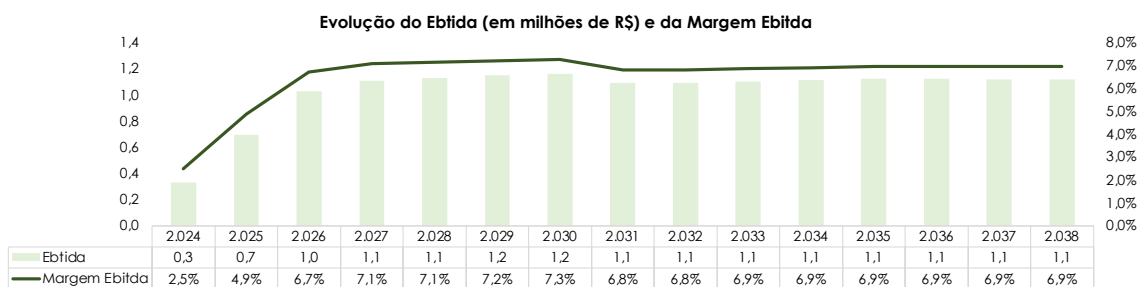
Iniciativas que estão sendo tomadas pelo Grupo Amorim para otimizar essas despesas incluem a reestruturação completa da área, com a eliminação das ineficiências operacionais, melhor negociação com fornecedores de itens revenda e a reorganização do organograma administrativo da empresa.





#### 4.3.5 GERAÇÃO DE EBITDA

A evolução da geração de *Ebitda* (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*), sigla que representa o resultado operacional das Companhias, um dos mais importantes indicadores de gestão, reflete todas as medidas que deverão ser implementadas durante o período abrangido pela projeção. A margem *Ebitda* média projetada tem constante crescimento nos 6 (seis) primeiros anos e depois mantém-se, até o final do período projetado, em 6,9% sobre a receita líquida, conforme descrito na projeção e destacado no gráfico abaixo:

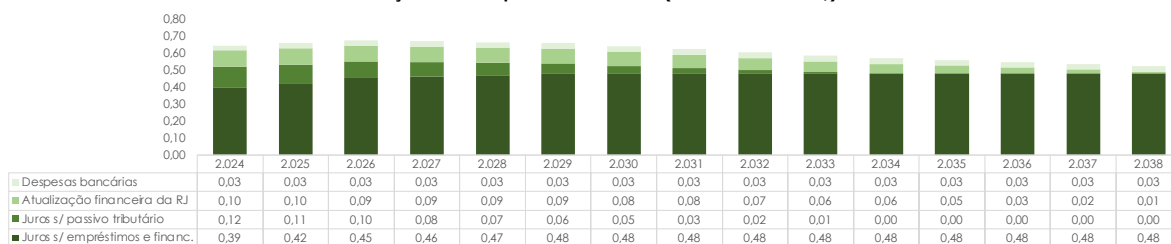


#### 4.3.6 DESPESAS FINANCEIRAS

As despesas financeiras contemplam as atualizações monetárias e os juros incidentes sobre o pagamento dos passivos sujeito, não sujeito e capital de giro, bem como despesas bancárias. Essas despesas tendem a reduzir haja vista a amortização do principal relativo aos passivos do Grupo Amorim.

A seguir a projeção, em formato de gráfico, das despesas financeiras da Companhia:

**Evolução das despesas financeiras (em milhões de R\$)**



#### 4.4 FLUXO DE CAIXA

##### 4.4.1 FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

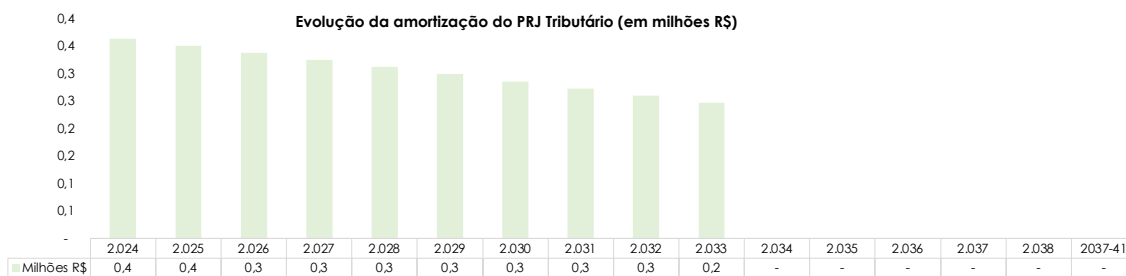
As receitas, os custos, despesas e a apuração dos impostos previstos nas projeções de resultado são lançadas no fluxo de caixa. Abaixo é apresentado o fluxo de caixa operacional, projetado a partir das premissas disponibilizadas pelo Grupo Amorim:

#### *Fluxo de Caixa Operacional*

FLUXO DE CAIXA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	ANO 11	ANO 12	ANO 13	ANO 14	ANO 15
<b>1 - Entradas operacionais</b>	<b>20.717</b>	<b>22.188</b>	<b>23.764</b>	<b>24.294</b>	<b>24.587</b>	<b>24.892</b>	<b>24.927</b>	<b>24.998</b>	<b>24.997</b>	<b>25.033</b>	<b>25.069</b>	<b>25.106</b>	<b>25.105</b>	<b>25.105</b>	<b>25.105</b>
. E-Commerce	17.533	18.777	20.111	20.513	20.923	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341
. Venda direta	3.185	3.411	3.653	3.781	3.664	3.550	3.585	3.657	3.656	3.692	3.728	3.764	3.764	3.764	3.763
<b>2 - Saídas Operacionais</b>	<b>(19.925)</b>	<b>(20.989)</b>	<b>(22.193)</b>	<b>(22.632)</b>	<b>(22.874)</b>	<b>(23.126)</b>	<b>(23.154)</b>	<b>(23.300)</b>	<b>(23.299)</b>	<b>(23.329)</b>	<b>(23.359)</b>	<b>(23.390)</b>	<b>(23.389)</b>	<b>(23.389)</b>	<b>(23.389)</b>
. Fornecedores - revenda	(9.116)	(9.763)	(10.694)	(10.932)	(11.064)	(11.201)	(11.217)	(11.249)	(11.249)	(11.265)	(11.281)	(11.298)	(11.297)	(11.297)	(11.297)
. Impostos sobre vendas e lucro	(4.791)	(5.135)	(5.504)	(5.628)	(5.697)	(5.768)	(5.776)	(5.793)	(5.793)	(5.801)	(5.810)	(5.818)	(5.818)	(5.818)	(5.818)
. Despesas Administrativas	(3.694)	(3.630)	(3.389)	(3.416)	(3.431)	(3.447)	(3.448)	(3.538)	(3.538)	(3.540)	(3.542)	(3.545)	(3.544)	(3.544)	(3.544)
. Despesas com vendas	(1.905)	(2.033)	(2.171)	(2.217)	(2.242)	(2.269)	(2.272)	(2.278)	(2.278)	(2.281)	(2.284)	(2.288)	(2.288)	(2.288)	(2.287)
. Despesas gerais	(419)	(427)	(435)	(438)	(439)	(441)	(441)	(441)	(441)	(441)	(442)	(442)	(442)	(442)	(442)
<b>3 - Ger. operac. de caixa (1+2)</b>	<b>792</b>	<b>1.199</b>	<b>1.571</b>	<b>1.662</b>	<b>1.713</b>	<b>1.766</b>	<b>1.772</b>	<b>1.698</b>	<b>1.698</b>	<b>1.704</b>	<b>1.710</b>	<b>1.716</b>	<b>1.716</b>	<b>1.716</b>	<b>1.716</b>

#### Projeção de Refinanciamento de Impostos

Para o passivo tributário, o Grupo Amorim provisionou a destinação de parte da geração de caixa em cada período, nas seguintes condições: para os tributos federais, estaduais e previdenciários, as Empresas projetaram saídas no fluxo de caixa, buscando a adoção do melhor parcelamento dos créditos tributários existente, sob a escolha das Recuperandas. Essa forma de provisão de recursos no fluxo de caixa serve para as Empresas se utilizarem de parcelamentos específicos, com vistas a buscar a adoção do melhor parcelamento existente.

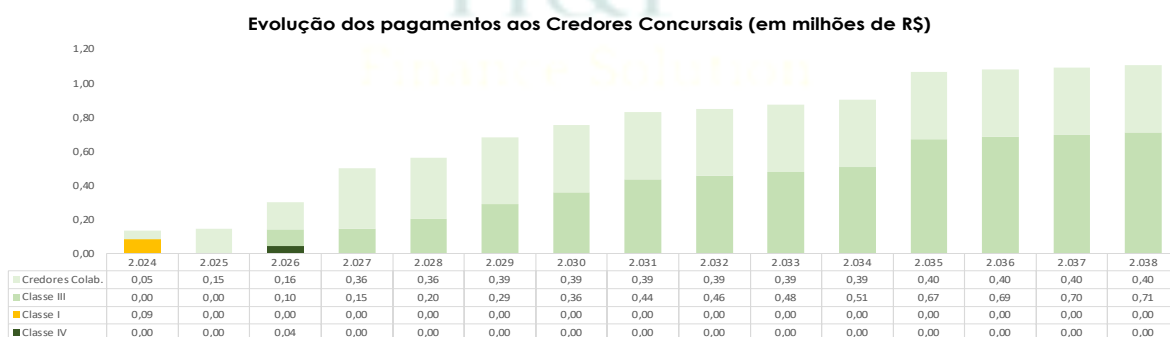


#### 4.4.2 FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DE CREDORES SUJEITOS

##### Projeção do Plano de Pagamento dos Credores Concurtais

Os valores de pagamento dos créditos sujeitos a recuperação judicial foram extraídos da atual lista de credores do Grupo Amorim, os quais tiveram os pagamentos projetados no fluxo de caixa, conforme as propostas de pagamento descritas no Plano. Além disso as Recuperandas também projetaram saídas destinadas aos “credores colaborativos” com a perspectiva de retomada da credibilidade com os seus fornecedores.

O valor da dívida concursal utilizada como base para as projeções inclui os credores reconhecidos na lista de credores apresentada pelas Recuperandas. Para eventuais credores em disputas judiciais ou outros ainda não reconhecidos na lista de credores, foram projetadas saídas de caixa na conta “Recuperação Judicial - Contingências”.



#### 4.4.3 PLANO PARA PAGAMENTO AOS CREDORES

Este capítulo apresenta de maneira sintetizada o Plano para pagamento aos credores do Grupo Amorim, extraído da Cláusula 10 do Plano, documento em que este se anexa. Para um maior detalhamento das condições de pagamento determinadas, poderão ser observadas as referidas cláusulas do documento citado.

Este Laudo foi elaborado contemplando as premissas financeiras e operacionais decorrentes da execução assertiva do Plano. As projeções contidas neste Laudo pressupõem a aprovação e implementação do Plano proposto pelo Grupo Amorim.

### Classe I

Os credores Trabalhistas receberão seus créditos conforme cláusula 10.1.1 do PRJ, descrito abaixo:

Proposta	
Desconto:	✓ 70% (setenta por cento);
Carência:	✓ Não se aplica;
Prazo:	✓ Em até 12 meses após da data da publicação da Homologação do PRJ;
Atualização monetária:	✓ 30% do rendimento da caderneta de poupança acrescido de taxa pré-fixada de 0,25% a.a.

### Classe III

Os credores Quirografários receberão seus créditos conforme cláusula 10.1.2 do PRJ, descrito abaixo:

Proposta	
Desconto:	✓ 80% (oitenta por cento);
Início dos Pagamentos:	✓ O pagamento da primeira parcela semestral ocorrerá no 25º mês após a data da publicação da Homologação do PRJ e as demais em igual data dos semestres subsequentes;
Prazo:	✓ 26 parcelas semestrais, crescentes e consecutivas;
Atualização monetária:	✓ 30% do rendimento da caderneta de poupança acrescido de taxa pré-fixada de 0,25% a.a.
Credor Colaborativo: (Apuração Mensal)	✓ <b>Operacionais:</b> ✓ Percentual aplicado sobre novos fornecimentos a prazo, a partir de 21 dias, conforme condições abaixo: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 21 dias: 4,0%</li> </ul>

Credor Colaborativo: (Apuração Mensal)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 28 dias: 5,0%</li> <li>➤ 35 dias: 6,0%</li> <li>➤ 42 dias: 7,0%</li> </ul> <p>✓ <b>Financeiro:</b></p> <p>✓ Reversão de deságio considerando 30% do valor liberado na nova operação de crédito nas seguintes condições:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Modalidade: CCB – Capital de Giro/Empréstimos/Financiamentos</li> <li>○ Carência: 6 (seis) meses</li> <li>○ Prazo para amortização de juros e principal: 36 meses após o período de carência</li> <li>○ Atualização: Juros correspondente à 100% do CDI (Certificado de Depósito Interbancário) acrescido de 0,80% a.m.</li> <li>○ Forma de pagamento da aceleração: Pagamento de 30% sobre a parcela de amortização do principal, nos mesmos vencimentos das PMTs da nova operação de crédito (regime de caixa).</li> <li>○ Garantia: Não há</li> </ul>
---	--

#### Classe IV

Os credores Quirografários desta classe, correspondendo às empresas enquadradas como Microempresas, MEI e EPP, receberão seus créditos conforme cláusula 10.1.3 do PRJ, descrito abaixo:

#### Proposta

Desconto:	✓ 80% de deságio.
Início dos Pagamentos:	✓ O pagamento da primeira parcela semestral ocorrerá no 25º mês após a data da publicação da Homologação do PRJ e a segunda em igual data do semestre subsequente.
Prazo:	✓ 2 parcelas semestrais, iguais e sucessivas.
Atualização monetária:	

Credor Colaborativo: (Apuração Mensal)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 30% do rendimento da caderneta de poupança acrescido de taxa pré-fixada de 0,25% a.a.</li> <li>✓ <b>Vide Classe III</b></li> </ul>
---	---

#### 4.4.4 FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

O fluxo de caixa projetado, incluindo o impacto do Plano, é composto pelo fluxo de caixa operacional, não operacional, das atividades de financiamento e das atividades de investimento para um período de 15 anos. Neste relatório, item 7, poderá ser observada de forma consolidada, a geração de caixa e a viabilidade financeira da proposta oferecida pelo Grupo Amorim aos seus credores.

## 5. CONCLUSÃO

O presente laudo foi elaborado pela **H&P Finance Solution** como subsídio ao Plano do Grupo Amorim e está sujeito às premissas nele expressadas.

Este laudo econômico-financeiro é parte integrante do Plano como Anexo I e tem, como objetivo, a estimativa de projeção de resultados futuros e de fluxo de caixa do Grupo Amorim, analisando as alternativas para a reestruturação da sua estrutura de capital, verificando a continuidade de suas operações e buscando a maximização de retorno para credores e a comunidade na qual faz parte.

Com isso, após conduzirmos análises, sujeito às premissas nele expressadas, consideramos que o Plano de Recuperação Judicial apresentado pelo Grupo Amorim é viável sob a óptica econômico-financeira, destacando que:

- Através do Plano proposto, o Grupo Amorim pretende equalizar seu passivo, voltando a apresentar uma capacidade financeira que permita a continuidade das suas operações.

Dentro deste contexto, a **H&P Finance Solution** que elaborou este laudo econômico-financeiro, acredita que o processo de reestruturação administrativa, comercial, operacional, financeira, bem como as correspondentes projeções econômico-financeiras detalhadas neste documento, desde que fielmente implementadas e realizadas, possibilitará o pagamento dos credores conforme o Plano de Recuperação Judicial proposto.

Permanecemos à inteira disposição de V.Sas. para quaisquer esclarecimentos adicionais.

São Paulo, 11 de agosto de 2023.



**H&P FINANCE SOLUTION**

Tel.: + 55 (11) 3213-0152

Tel.: + 55 (11) 9.9925-8202

## 6. PROJEÇÃO DE RESULTADOS ECONÔMICOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	ANO 11	ANO 12	ANO 13	ANO 14	ANO 15
<b>Receita bruta</b>	<b>20.717</b>	<b>22.188</b>	<b>23.764</b>	<b>24.294</b>	<b>24.587</b>	<b>24.892</b>	<b>24.927</b>	<b>24.998</b>	<b>24.997</b>	<b>25.033</b>	<b>25.069</b>	<b>25.106</b>	<b>25.105</b>	<b>25.105</b>	<b>25.105</b>
E-Commerce	17.533	18.777	20.111	20.513	20.923	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341
Venda direta	3.185	3.411	3.653	3.781	3.664	3.550	3.585	3.657	3.656	3.692	3.728	3.764	3.764	3.764	3.763
<b>Impostos s/ vendas + dvv</b>	<b>(6.929)</b>	<b>(7.414)</b>	<b>(7.934)</b>	<b>(8.108)</b>	<b>(8.205)</b>	<b>(8.305)</b>	<b>(8.317)</b>	<b>(8.340)</b>	<b>(8.340)</b>	<b>(8.352)</b>	<b>(8.364)</b>	<b>(8.376)</b>	<b>(8.376)</b>	<b>(8.375)</b>	<b>(8.375)</b>
ICMS	(3.108)	(3.328)	(3.565)	(3.644)	(3.688)	(3.734)	(3.739)	(3.750)	(3.750)	(3.755)	(3.760)	(3.766)	(3.766)	(3.766)	(3.766)
Pis e Cofins	(1.916)	(2.052)	(2.198)	(2.247)	(2.274)	(2.302)	(2.306)	(2.312)	(2.312)	(2.316)	(2.319)	(2.322)	(2.322)	(2.322)	(2.322)
Despesas com vendas	(1.905)	(2.033)	(2.171)	(2.217)	(2.242)	(2.269)	(2.272)	(2.278)	(2.278)	(2.281)	(2.284)	(2.288)	(2.288)	(2.288)	(2.287)
<b>Rec. Líquida</b>	<b>13.325</b>	<b>14.271</b>	<b>15.284</b>	<b>15.631</b>	<b>15.798</b>	<b>15.972</b>	<b>15.999</b>	<b>16.053</b>	<b>16.052</b>	<b>16.079</b>	<b>16.107</b>	<b>16.135</b>	<b>16.134</b>	<b>16.134</b>	<b>16.134</b>
E-Commerce	11.277	12.077	12.935	13.199	13.444	13.694	13.698	13.705	13.705	13.708	13.712	13.715	13.715	13.715	13.715
Venda direta	2.048	2.194	2.350	2.433	2.354	2.278	2.301	2.348	2.348	2.371	2.395	2.419	2.419	2.419	2.418
<b>C.M.V.</b>	<b>(9.116)</b>	<b>(9.763)</b>	<b>(10.694)</b>	<b>(10.932)</b>	<b>(11.064)</b>	<b>(11.201)</b>	<b>(11.217)</b>	<b>(11.249)</b>	<b>(11.249)</b>	<b>(11.265)</b>	<b>(11.281)</b>	<b>(11.298)</b>	<b>(11.297)</b>	<b>(11.297)</b>	<b>(11.297)</b>
% s/ Rec. Líquida	68%	68%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
<b>Lucro bruto</b>	<b>4.209</b>	<b>4.508</b>	<b>4.591</b>	<b>4.699</b>	<b>4.734</b>	<b>4.771</b>	<b>4.782</b>	<b>4.804</b>	<b>4.804</b>	<b>4.815</b>	<b>4.826</b>	<b>4.837</b>	<b>4.837</b>	<b>4.837</b>	<b>4.837</b>
<b>% s/ Rec. Líquida</b>	<b>31,6%</b>	<b>31,6%</b>	<b>30,0%</b>	<b>30,1%</b>	<b>30,0%</b>	<b>29,9%</b>	<b>29,9%</b>	<b>29,9%</b>	<b>29,9%</b>	<b>29,9%</b>	<b>30,0%</b>	<b>30,0%</b>	<b>30,0%</b>	<b>30,0%</b>	<b>30,0%</b>
Despesas Administrativas	(3.694)	(3.630)	(3.389)	(3.416)	(3.431)	(3.447)	(3.448)	(3.538)	(3.538)	(3.540)	(3.542)	(3.545)	(3.544)	(3.544)	(3.544)
Despesas gerais	(419)	(427)	(435)	(438)	(439)	(441)	(441)	(441)	(441)	(441)	(442)	(442)	(442)	(442)	(442)
Outras receitas - créditos tributários	233	245	259	263	265	268	268	269	269	269	270	270	270	270	270
<b>EBITDA</b>	<b>329</b>	<b>696</b>	<b>1.025</b>	<b>1.108</b>	<b>1.129</b>	<b>1.152</b>	<b>1.161</b>	<b>1.093</b>	<b>1.093</b>	<b>1.102</b>	<b>1.111</b>	<b>1.121</b>	<b>1.120</b>	<b>1.120</b>	<b>1.120</b>
% s/ Rec. Líquida	2,5%	4,9%	6,7%	7,1%	7,1%	7,2%	7,3%	6,8%	6,8%	6,9%	6,9%	6,9%	6,9%	6,9%	6,9%
Depreciação e amortização	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)	(46)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>283</b>	<b>650</b>	<b>979</b>	<b>1.062</b>	<b>1.083</b>	<b>1.106</b>	<b>1.115</b>	<b>1.048</b>	<b>1.048</b>	<b>1.057</b>	<b>1.066</b>	<b>1.075</b>	<b>1.075</b>	<b>1.075</b>	<b>1.075</b>
<b>Receitas financeiras</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despesas financeiras</b>	<b>(644)</b>	<b>(658)</b>	<b>(674)</b>	<b>(670)</b>	<b>(664)</b>	<b>(658)</b>	<b>(641)</b>	<b>(623)</b>	<b>(603)</b>	<b>(583)</b>	<b>(569)</b>	<b>(560)</b>	<b>(548)</b>	<b>(536)</b>	<b>(523)</b>
Despesas bancárias	(27)	(29)	(32)	(32)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)	(33)
Juros s/ empréstimos e financ.	(395)	(423)	(453)	(462)	(471)	(479)	(479)	(480)	(480)	(480)	(480)	(480)	(480)	(480)	(480)
Juros s/ passivo tributário	(123)	(110)	(97)	(84)	(71)	(58)	(46)	(33)	(20)	(7)	0	0	0	0	0
Atualização financeira da RJ	(99)	(96)	(92)	(91)	(90)	(87)	(83)	(78)	(71)	(64)	(56)	(46)	(35)	(22)	(10)
<b>Resultado antes do IRPJ e da CSLL</b>	<b>(361)</b>	<b>(8)</b>	<b>305</b>	<b>393</b>	<b>419</b>	<b>448</b>	<b>474</b>	<b>425</b>	<b>444</b>	<b>473</b>	<b>497</b>	<b>515</b>	<b>527</b>	<b>539</b>	<b>552</b>
<b>IRPJ/CSLL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>(30)</b>	<b>(38)</b>	<b>(41)</b>	<b>(43)</b>	<b>(46)</b>	<b>(41)</b>	<b>(43)</b>	<b>(46)</b>	<b>(48)</b>	<b>(49)</b>	<b>(50)</b>	<b>(52)</b>	<b>(53)</b>
<b>Resultado líquido</b>	<b>(361)</b>	<b>(8)</b>	<b>275</b>	<b>355</b>	<b>378</b>	<b>405</b>	<b>429</b>	<b>383</b>	<b>401</b>	<b>428</b>	<b>449</b>	<b>466</b>	<b>476</b>	<b>487</b>	<b>499</b>
% s/ Rec. Líquida	(2,7%)	(0,1%)	1,8%	2,3%	2,4%	2,5%	2,7%	2,4%	2,5%	2,7%	2,8%	2,9%	3,0%	3,0%	3,1%

Em milhares de Reais (R\$)



## 7. PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	ANO 11	ANO 12	ANO 13	ANO 14	ANO 15
<b>1 - Entradas operacionais</b>	<b>20.717</b>	<b>22.188</b>	<b>23.764</b>	<b>24.294</b>	<b>24.587</b>	<b>24.892</b>	<b>24.927</b>	<b>24.998</b>	<b>24.997</b>	<b>25.033</b>	<b>25.069</b>	<b>25.106</b>	<b>25.105</b>	<b>25.105</b>	<b>25.105</b>
. E-Commerce	17.533	18.777	20.111	20.513	20.923	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341	21.341
. Venda direta	3.185	3.411	3.653	3.781	3.664	3.550	3.585	3.657	3.656	3.692	3.728	3.764	3.764	3.764	3.763
<b>2 - Saídas Operacionais</b>	<b>(19.925)</b>	<b>(20.989)</b>	<b>(22.193)</b>	<b>(22.632)</b>	<b>(22.874)</b>	<b>(23.126)</b>	<b>(23.154)</b>	<b>(23.300)</b>	<b>(23.299)</b>	<b>(23.329)</b>	<b>(23.359)</b>	<b>(23.390)</b>	<b>(23.389)</b>	<b>(23.389)</b>	<b>(23.389)</b>
. Fornecedores - revenda	(9.116)	(9.763)	(10.694)	(10.932)	(11.064)	(11.201)	(11.217)	(11.249)	(11.249)	(11.265)	(11.281)	(11.298)	(11.297)	(11.297)	(11.297)
. Impostos sobre vendas e lucro	(4.791)	(5.135)	(5.504)	(5.628)	(5.697)	(5.768)	(5.776)	(5.793)	(5.793)	(5.801)	(5.810)	(5.818)	(5.818)	(5.818)	(5.818)
. Despesas Administrativas	(3.694)	(3.630)	(3.389)	(3.416)	(3.431)	(3.447)	(3.448)	(3.538)	(3.538)	(3.540)	(3.542)	(3.545)	(3.544)	(3.544)	(3.544)
. Despesas com vendas	(1.905)	(2.033)	(2.171)	(2.217)	(2.242)	(2.269)	(2.272)	(2.278)	(2.278)	(2.281)	(2.284)	(2.288)	(2.288)	(2.288)	(2.287)
. Despesas gerais	(419)	(427)	(435)	(438)	(439)	(441)	(441)	(441)	(441)	(441)	(442)	(442)	(442)	(442)	(442)
<b>3 - Ger. operac. de caixa (1+2)</b>	<b>792</b>	<b>1.199</b>	<b>1.571</b>	<b>1.662</b>	<b>1.713</b>	<b>1.766</b>	<b>1.772</b>	<b>1.698</b>	<b>1.698</b>	<b>1.704</b>	<b>1.710</b>	<b>1.716</b>	<b>1.716</b>	<b>1.716</b>	<b>1.716</b>
<b>4 - Investimentos</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>
Desmobilizações	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Imobilizações e Investimentos em Ma	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
<b>5 - Geração de caixa (3+4)</b>	<b>692</b>	<b>1.099</b>	<b>1.471</b>	<b>1.562</b>	<b>1.613</b>	<b>1.666</b>	<b>1.672</b>	<b>1.598</b>	<b>1.598</b>	<b>1.604</b>	<b>1.610</b>	<b>1.616</b>	<b>1.616</b>	<b>1.616</b>	<b>1.616</b>
<b>6 - Atividades de financiamento</b>	<b>(1.043)</b>	<b>(1.059)</b>	<b>(1.330)</b>	<b>(1.518)</b>	<b>(1.568)</b>	<b>(1.679)</b>	<b>(1.730)</b>	<b>(1.786)</b>	<b>(1.583)</b>	<b>(1.584)</b>	<b>(1.362)</b>	<b>(1.540)</b>	<b>(1.553)</b>	<b>(1.567)</b>	<b>(1.581)</b>
Recuperação judicial - Classe I	(85)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperação judicial - Classe III	0	0	(98)	(148)	(205)	(292)	(362)	(436)	(457)	(481)	(510)	(673)	(685)	(698)	(711)
Recuperação judicial - Classe IV	0	0	(45)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperação Judicial - Credores Col	(50)	(146)	(160)	(355)	(360)	(392)	(393)	(394)	(394)	(394)	(395)	(395)	(395)	(395)	(395)
Recuperação Judicial - Contingênci	(100)	(100)	(208)	(213)	(218)	(225)	(231)	(238)	(40)	(42)	(44)	(58)	(60)	(61)	(62)
Passivo Tributário	(363)	(350)	(337)	(324)	(311)	(298)	(286)	(273)	(260)	(247)	0	0	0	0	0
Despesas financeiras (antecipação)	(418)	(433)	(450)	(446)	(442)	(438)	(425)	(412)	(400)	(387)	(380)	(380)	(380)	(380)	(380)
<b>7 - Fluxo de caixa livre (5+6)</b>	<b>(351)</b>	<b>41</b>	<b>141</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>(13)</b>	<b>(57)</b>	<b>(187)</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>248</b>	<b>76</b>	<b>63</b>	<b>49</b>	<b>34</b>
<b>8 - Saldo inicial de caixa</b>	<b>350</b>	<b>(1)</b>	<b>40</b>	<b>181</b>	<b>224</b>	<b>269</b>	<b>257</b>	<b>199</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>47</b>	<b>295</b>	<b>372</b>	<b>434</b>	<b>483</b>
<b>9 - Saldo final de caixa (7+8)</b>	<b>(1)</b>	<b>40</b>	<b>181</b>	<b>224</b>	<b>269</b>	<b>257</b>	<b>199</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>47</b>	<b>295</b>	<b>372</b>	<b>434</b>	<b>483</b>	<b>517</b>

IVANILDO TORRES GUALTÉR  
ADMINISTRAÇÃO DE OBRAS LTDA

LAUDO  
DE  
AVALIAÇÃO

**CLIENTE:**

THARGON TECHNOLOGY IMPORTADORA E DISTRIBUIDORA LTDA  
AMORIM TECH COMERCIO E LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA LTDA  
AMORIM COMERCIO E REPRESENTAÇÃO DE INFORMÁTICA LTDA  
FONECAR TELECOMUNICACOES ELETRONICAS LTDA (MATRIZ)  
FONECAR TELECOMUNICACOES ELETRONICAS LTDA (FILIAL)  
F-NEW COMERCIO DE ELETRONICOS LTDA

Rua Horácio Vergueiro Rudge nº 512  
Bairro: Casa Verde  
Município de São Paulo – SP CEP: 02512-060

Rua Vitoria nº 345  
Bairro: Santa Efigênia  
Município: São Paulo – SP CEP: 01210-001

**OBJETO:**

Avaliação de Ativos Imobilizados.

**RESUMO DA AVALIAÇÃO:**

Valor total dos bens avaliados: **RS 920.496,54**

(Novecentos e vinte mil, quatrocentos e noventa e seis reais e cinquenta e quatro centavos).

## 1 – CONSIDERAÇÕES INICIAIS.

O **GRUPO AMORIM/FONECAR**, empresa especializada revenda<sup>2</sup> de equipamentos de informática em geral, solicitou-nos a avaliação de seus bens imobilizados com a finalidade de determinar o valor patrimonial atualizado de seus ativos.

O processo de avaliação de ativo imobilizado consiste na determinação dos valores de mercado dos bens, por meio de metodologias e técnicas consagradas da área de engenharia de avaliações.

As vistorias dos bens foram realizadas no dia 11 de agosto de 2023, nas instalações das empresas localizada na Rua Horácio Vergueiro Rudge nº 512, município de São Paulo-SP e Rua Vitoria nº 345, município de São Paulo-SP.

Na oportunidade foi elaborado o documentário fotográfico das máquinas e equipamentos que constituem o **anexo 01** do presente laudo.

## 2 – AVALIAÇÃO DAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.

### 2.1 - ESTADO DE CONSERVAÇÃO DOS BENS AVALIANDOS.

Os bens foram examinados individualmente, e após a inspeção concluímos que o estado de conservação dos mesmos pode ser classificado como “BOM”.

As máquinas e equipamentos recebem serviços de manutenção preventiva periodicamente, pela necessidade natural de garantir a eficiência dos serviços e atendimento aos clientes.

## 2.2 – CRITÉRIOS E MÉTODOS DE AVALIAÇÕES ADOTADOS.

Para avaliação de máquinas e equipamentos foram adotadas duas metodologias de avaliações, a saber:

**Primeira Metodologia:** Determinação do valor de mercado de cada unidade em estado de nova, e sobre este valor aplicou-se um índice de depreciação pelo tempo de uso, considerando-se tempo de vida útil, valor residual, obsolescimento funcional das máquinas.

A determinação do valor de mercado do bem em estado novo foi feita pela sistemática de consultas aos fornecedores, buscando sempre à similaridade ou a igualdade, entre o equipamento cotado e o avaliando, junto ao comércio especializado.

A depreciação do bem foi feita pelo processo matemático, em função da idade real do bem, estado de conservação e intensidade/frequência de utilização. Quando não foi possível determinar a data de aquisição, a depreciação foi estimada em função do estado de conservação em que se encontrava o equipamento.

Desta forma adotou-se um método matemático que determina o índice de depreciação em função da variação dos principais parâmetros envolvidos na valoração de um bem usado, quais sejam: o valor de reposição, o estado de conservação, o desgaste proporcional ao tempo real de vida, a vida útil provável, o valor residual, e ao obsolescimento.

O método de cálculo aplicado na valoração dos equipamentos foi o método denominado “Método Linear”, cuja fórmula matemática que considera a depreciação como uma função linear da idade do bem, variando uniformemente ao longo de sua vida.

Para valores residuais (VR), adotamos em 20% de uma máquina nova, que correspondem normalmente ao valor da máquina no fim da vida útil.

**Segunda Metodologia:** Determinação de valores de mercado foi através da consulta às firmas especializadas no comércio de máquinas e equipamentos usados.

### 2.3– PLANILHAS DE CÁLCULO DAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.

Em função das características dos mesmos e seguindo as diretrizes acima, nas folhas seguintes, apresentamos a descrição dos equipamentos, e a planilha de cálculo com os valores finais, já considerados o estado de conservação e o tempo de vida útil restante de cada item.

As planilhas apresentadas a seguir estão de forma resumida para facilitar a consulta dos valores de cada equipamento avaliado. Nelas também estão as fontes de consultas para obtenção dos valores de mercado.

Empresa	Conta nome	Registro Contábil	Valor Individual	Total
Amorim Com	Título de Capitalizacão	1221206	75.768,48	
Amorim Com	Consortio	1221108	43.690,10	
Amorim Com	Maquinas e equipamentos	1232104	65.500,00	
Amorim Com			113.096,82	
Amorim Tech	Maquinas e equipamentos	1232104	118.400,00	
Amorim Tech			3.100,33	
Amorim Tech	Título de Capitalizacão	1221206	75.480,00	
Amorim Tech	Consortio	1221108	8.810,15	
Fonecar	Móveis e utensílios	1232101	31.991,74	
Fonecar	Equipamento de Tecnologia e Informática	1232102	63.000,00	
Fonecar			162.121,00	
Fonecar			48.230,07	
Fonecar	Consortio	1221108	58.547,62	
Thargon	Título de Capitalizacão	1221206	50.520,00	
Thargon	Consortio	1221108	2.240,23	
Total				920.496,54

**IVANILDO TORRES GUALTER  
ADMINISTRAÇÃO DE OBRAS LTDA**

ITEM	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL	REGISTRO CONTÁBIL	NEGÓCIO JURÍDICO	EMPRESA
AR-CONDICIONADO/ ELGIN	6	1.500,00	9.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
ARMÁRIO	4	800,00	3.200,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
BALCÃO/ BANCADAS	11	1.000,00	11.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
CADEIRA	32	250,00	8.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
COMPUTADOR / INTEL IS	21	1.500,00	31.500,00	1232102	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
CONJ. DE SOFÁ	1	2.000,00	2.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
FOGÃO INDUSTRIAL	1	2.500,00	2.500,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
FORNO	1	1.000,00	1.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
GELADEIRA	2	1.300,00	2.600,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
IMPRESSORA	5	1.000,00	5.000,00	1232102	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
MESA	11	500,00	5.500,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
MICROONDAS	1	600,00	600,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
MONITOR / LG	23	300,00	6.900,00	1232102	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
PRATELEIRA FERRO/MADEIRA	24	3.000,00	72.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
TELEVISÃO	3	2.000,00	6.000,00	1232101	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
AR-CONDICIONADO/ Midea	13	1.500,00	19.500,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	FONECAR
ARMÁRIO	35	800,00	28.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
BALCÃO/ BANCADAS	5	1.000,00	5.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
CADEIRA	83	250,00	20.750,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
COMPUTADOR	25	1.500,00	37.500,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
CONJ. DE SOFÁ	15	2.000,00	30.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FOGÃO INDUSTRIAL	1	2.500,00	2.500,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FORNO	1	1.000,00	1.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
GELADEIRA	2	1.300,00	2.600,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
IMPRESSORA	4	1.000,00	4.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
MESA	32	500,00	16.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
MICROONDAS	2	600,00	1.200,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
MONITOR	42	300,00	12.600,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
PRATELEIRA FERRO/MADEIRA	11	3.000,00	33.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
TELEVISÃO	5	2.000,00	10.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FREZZER	1	1.500,00	1.500,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
TELEFONE	29	50,00	1.450,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
BANCOS	13	250,00	3.250,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
VARAL	1	130,00	130,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
CAIXA DE SOM	5	200,00	1.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
ALEXA	1	330,00	330,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
RECHAUD	1	2.700,00	2.700,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FILTRO DE ÁGUA	5	200,00	1.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FILTRO DE SUÇO/TERMOPRO	1	200,00	200,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
SANDUICHEIRA/MALLORY	1	300,00	300,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
CARRINHO	3	600,00	1.800,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FORNO	1	430,00	430,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
LIQUIDIFICADOR	2	162,00	324,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
BATEDeira	1	150,00	150,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
SUPORTES	4	60,00	240,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FRITADEIRA	1	300,00	300,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
VENTILADOR/MALLORY E VENTURA	5	260,00	1.300,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
PROJETOR	1	1.200,00	1.200,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
CAFETERAS	4	350,00	1.400,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
NOTEBOOK	11	1.500,00	16.500,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
PICOTADORA	1	1.600,00	1.600,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
FRIGOBAR	2	1.500,00	3.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
ESTAÇÃO TÉCNICA	2	900,00	1.800,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
MÁQUINA STOROPACK	2	3.500,00	7.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
VAP	1	1.200,00	1.200,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
MANGUEIRA	1	200,00	200,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
ESCALDA DE ALUMINIO	3	350,00	1.050,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
MÁQUINA SCUTLE/SALA DO BRINDE	1	2.000,00	2.000,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
VEÍCULO FIAT FIORINO/DOBLO	1	48.230,07	48.230,07	1123114	ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA BANCO DO BRASIL	FONECAR
VEÍCULO MERCEDES-BENZ, C 180 2014/15	1	113.096,82	113.096,82	1232103	ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA BANCO DO BRASIL	FONECAR
CAMA	2	350,00	700,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
CLIMATIZADOR	1	287,00	287,00	1232104	ARREMATACÃO E LEILÃO	AMORIM
<b>TOTAL</b>	<b>531</b>	<b>222.585,89</b>	<b>606.117,89</b>			

Este documento é cópia do original, assinado digitalmente por MARCELO ALVES MUNIZ e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, protocolado em 11/08/2023 às 18:27, sob o número WJMJ23416306430. Para conferir o original, acesse o site <https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/pg/abrirConferenciaDocumento.do>, informe o processo 1071434-23.2023.8.26.0100 e código 104FDE93.

**2.4 – VALOR TOTAL DAS AVALIAÇÕES DAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.**

A somatória de valores das máquinas e equipamentos: R\$ 920.500,00

Arredondando dentro dos limites permitido pela NORMA temos:

**VALOR TOTAL DAS MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.**

- Agosto / 2023 -

**R\$ 920.500,00**

(Noventos e vinte mil e cinqüentos Reais)



3

**- ENCERRAMENTO.**

Consta o presente Laudo de Avaliação de 8 (oito) folhas impressas de um só lado, sendo esta última datada e assinada.

São Paulo, 11 de agosto de 2023.



---

**Ivanildo Torres Gualter Administração de Obras LTDA**  
**CNPJ: 49.385.100/0001-72**  
**Responsável Técnico Engº Ivanildo Torres Gualter**  
**CREA-SP 506.125.650-0**

12