

Plano de Recuperação Judicial

GRUPO ALIMENTOS WILSON



ALIMENTOS WILSON LTDA.
C.N.P.J/MF nº 55.323.216/0001-80

DTHOKI INVESTIMENTOS E PARTICIPACOES S.A.
CNPJ: 06.304.293/0001-87

Plano de Recuperação Judicial para apresentação nos autos do Processo nº: 0003857.45-2014.8.26.0493, em trâmite na Vara Cível de Regente Feijó/SP, consoante a LEI nº 11.101/2005 em atendimento ao seu artigo 53 e seguintes elaborado por Planner Consultoria e FINOCCHIO & USTRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS.

SUMÁRIO

1. Introdução	4
2. A Empresa - Histórico	6
2.1 Responsabilidade sócio-ambiental.....	8
2.2 Motivos para o Pedido de Recuperação Judicial	10
3. Composição do Plano de Recuperação.....	12
3.1 Quadro de Credores.....	12
3.2 Plano de Reestruturação organizacional.....	13
3.2.1 Setor Comercial	13
3.2.2 Setor Administrativo.....	14
3.2.3 Setor Financeiro.....	15
4. Mercado	15
4.1 Panorama Econômico da Indústria Alimentícia	15
4.2 Histórico de Crescimento da Alimentos Wilson	29
4.3 Comparação Mercado x Alimentos Wilson	30
4.4 Perspectivas do mercado	31
4.5 Conclusão	36
5. Projeções Econômico-financeiras.....	37
5.1 Projeções do Desempenho Econômico-Financeiro.....	37
5.1.1 Projeção das Receitas	37
5.1.1.1 Premissas adotadas	37
5.1.1.2 Projeção – Faturamento Estimado	38
5.1.2 Projeção de Resultados	38
5.1.2.1 Premissas adotadas	38
5.1.2.2 Projeção Econômico-Financeira	38
5.1.2.3 Resumo analítico das projeções	39
6. Pagamento Aos Credores	39
6.1 Classe I – Credores Trabalhistas	39
6.2 Credores Classe II – Com Garantia Real e Classe III e IV – Quirografários	40
7. Viabilidade da Proposta de Pagamento	49
8. Considerações Finais	50
9. Nota de Esclarecimento.....	51
10. Conclusão	52
11. Laudo de Avaliação de Bens e Ativos	54

1. Introdução

Este documento foi elaborado com o propósito de abranger e estabelecer os principais termos do Plano de Recuperação Judicial proposto pela empresa Alimentos Wilson Ltda. E Dthoki Investimentos e Participações S/A, doravante denominado Grupo Alimentos Wilson, sob a égide da Lei de Recuperação Judicial, Extrajudicial e Falência do Empresário e da Sociedade Empresária.

O Grupo possui um conselho de administração composto pelos sócios, e administração central exercida pelo presidente Sr. Carlos A. P. Giunquetti, portador do CPF 063.658.878-50, com representação, seu principal estabelecimento localizado à Rodovia Raposo Tavares (SP 270), Km 555,5; CEP: 19570-000, Regente Feijó/SP e requereram em 04 de novembro de 2014 o benefício legal da Recuperação Judicial, com fulcro nos artigos 47 e seguintes da Lei 11.101/05, tendo seu processo sido distribuído na Vara Cível de Regente Feijó/SP sob nº 0003857.45-2014.8.26.0493 na mesma data.

O deferimento do processamento da Recuperação Judicial ocorreu em 05 de novembro de 2014. Para a elaboração do Plano de Recuperação, objeto deste documento, foi contratada a empresa PLANNER CONSULTORES ASSOCIADOS SS LTDA em conjunto à FINOCCHIO & USTRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS.

O Plano de Recuperação ora apresentado propõe a concessão de prazos e condições especiais para pagamento das obrigações vencidas e vincendas sujeitas aos efeitos da presente Recuperação Judicial, demonstra a viabilidade econômico-financeira do Grupo Alimentos Wilson bem como a adequação entre a proposta de pagamento apresentada aos Credores e a geração de caixa das empresas para cumprimento das obrigações ajustadas.

2. A Empresa - Histórico

A Bebidas Wilson nasceu em 1945 no município de Presidente Prudente, interior do Estado de São Paulo, como uma indústria fabricante de destilados, licores e vinhos compostos, tornando-se um dos mais tradicionais fabricantes deste segmento no país.

Este período caracterizou a concretização do sonho de seu fundador, o imigrante japonês Motoichi Oki, que trouxe consigo para o Brasil a vontade e perseverança de dar continuidade a uma tradição familiar de três séculos como fabricante de sakê.

Em 1978, iniciou-se a fabricação de produtos alimentícios através do lançamento das linhas de molhos de pimenta D'ajuda e shoyu Mitsuwa.

Em 1985, a Bebidas Wilson inaugurou uma nova unidade industrial em Regente Feijó que contava com linhas de processamento de produtos atomatados, originando nova marca campeã de vendas nacional: o catchup e a linha de molhos e extrato D'ajuda. Posteriormente foram incorporadas novas linhas de produtos alimentícios como: refrescos em pó, maionese, mostarda, molhos diversos, condimentos e achocolatado em pó, que hoje fazem parte da história de sucesso da empresa.

A partir de 2006 para concretizar seu sucesso no ramo alimentício, a Bebidas Wilson assumiu a denominação Alimentos Wilson, iniciando um novo ciclo de renovação e crescimento na história da empresa. Hoje a empresa conta com aproximadamente 1.000 funcionários diretos e indiretos, dezenas de fornecedores, mais de 7.000 clientes, mais de 150 produtos e seis marcas e está presente em 90% do território Nacional.

Em 2008, a Alimentos Wilson mais do que dobrou sua capacidade de processamento de tomate in natura passando de 250 para 550 ton/dia, tornando-se, naquele momento, autossuficiente na produção de polpa concentrada de tomate.

Em 2010 continuando com o projeto de estabelecimento de Governança Corporativa a Alimentos Wilson formou o conselho de família e profissionalizou a gestão da operação.

Com o crescimento das vendas nos anos anteriores e crescimento constante da demanda, durante a elaboração do planejamento estratégico de 2012 para os próximos 5 anos a Alimentos Wilson identificou a necessidade de expansão na capacidade de processamento primário e de produto acabado assim como atualização tecnológica em parte do processo produtivo, decidindo que seria necessária a aquisição de novos equipamentos para envase de produtos. Apesar da expansão do faturamento durante os últimos anos, a Alimentos Wilson também elevou seus custos e acabou por endividar-se no processo de manutenção da estrutura e possível expansão.

Por este motivo, em novembro de 2014 o Grupo Wilson pediu Recuperação Judicial, tendo sido esta sua última alternativa para a continuidade de seus negócios e a manutenção dos empregos gerados em suas operações.

Diversas medidas saneadoras foram tomadas desde o pedido, outras importantes estão em curso, visando à saúde financeira e a retomada do crescimento de mais de meio século de existência.

2.1 Responsabilidade sócio-ambiental

O Grupo Alimentos Wilson sempre considerou prioritário a parceria com seu quadro de colaboradores e o respeito ao ambiente de atuação da organização. Apesar que contar com equipamentos da mais alta tecnologia, estes não produziram sem a efetiva participação dos funcionários da organização e tão pouco com a qualidade desejada sem o treinamento dispensado aos mesmos. Todos os funcionários contratados passam por treinamento específico na área de atuação, sendo ressaltada a importância do uso dos equipamentos de proteção e as melhores práticas de manuseio das máquinas, visando minimizar os riscos de acidentes.

O processo de promoção e crescimento hierárquico é sempre pautado na meritocracia, buscando oferecer a todos os colaboradores as mesmas condições para o autodesenvolvimento.

Junto a grande preocupação que tem com seus colaboradores, o Grupo Alimentos Wilson possui elevada responsabilidade sócio-ambiental.

Além de controlar a origem dos insumos e suas certificações ambientais, e a emissão de CO2 na atmosfera, que evitam uma degradação ambiental e atmosférica, a Alimentos Wilson possui diversos projetos como:

- ✓ **Madeira Legal** - A Alimentos Wilson possui o certificado Reposição Florestal, na qual, já contribuiu com o plantio de 365 árvores, referente à Reposição Florestal. As

madeiras de origem legal provêm de explorações em áreas com planos de manejo florestal sustentável ou de autorizações de desmatamento previamente licenciadas.

- ✓ Escoteiros do Brasil – A empresa Alimentos Wilson possui um certificado, por ação de responsabilidade social através do apoio dado ao movimento Escoteiro. A empresa sempre colabora com doações de alimentos.
- ✓ Selo Empresa Solidária – A Alimentos Wilson possui o selo Empresa Solidária. O Selo Empresa Solidária é uma marca que identifica as empresas que apoiam entidades beneficentes no seu trabalho de assistir às sociedades menos favorecidas. Atuando em diversas regiões do Brasil, em Presidente Prudente, tem a exclusividade do Hospital Bezerra de Menezes.
- ✓ Projeto de Parceria Voleibol Feminino – A Alimentos Wilson é um dos patrocinadores do time de voleibol de Presidente Prudente. O time de voleibol se chama Wilson/Tênis/SEMEPP, já que a Alimentos Wilson é o patrocinador principal. Neste projeto a Alimentos Wilson incentiva a inclusão social através do esporte.
- ✓ Instituições Filantrópicas – Mensalmente, a empresa Alimentos Wilson ajuda várias instituições da cidade e região com doações de alimentos.

A soma de todos os fatores supramencionados geraram uma empresa com um ambiente saudável e harmonioso, que contribui para a formação pessoal e profissional de seus

colaboradores, contribui significativamente com o meio social e ambiental e mantém um papel de grande relevância na região em que atua e opera comercialmente, pautada nos mais rigorosos padrões de comprometimento e ética com todos os seus stakeholders.

2.2 Motivos para o Pedido de Recuperação Judicial

A indústria brasileira de alimentos vem sofrendo há vários anos com diversas e ininterruptas crises.

Desde os idos de 2007 os integrantes do ramo alimentício se viram obrigados a comprar insumos acima do valor de mercado por conta das constantes crises da safra de tomates. Apesar disso, estes custos não puderam ser repassados aos consumidores devido à crise global, ficando a Alimentos Wilson com uma pequena margem, e posteriormente o seu déficit financeiro.

Ocorre que, além dos problemas naturais das safras, a partir do ano de 2008, quando houve a crise financeira mundial iniciada nos Estados Unidos, o cenário creditício no mundo e, consequentemente, no Brasil, mudou.

Após a crise houve uma abrupta redução nas linhas de crédito disponíveis, além do encarecimento e menor prazo para liquidação das linhas de crédito captadas, o que culminou na diminuição da geração de caixa da Alimentos Wilson.

Tal situação obrigou a empresa a abrir mão de seus resultados para cumprimento de suas obrigações ordinárias, deixando-a descapitalizada e com seu caixa fragilizado.

Não bastasse todo ocorrido, as safras posteriores continuaram a encarecer os insumos primários para produção de seus produtos. Além disso, no ano de 2011 a crise financeira iniciada na Grécia tomou grandes proporções, se espalhando rapidamente por todo o mundo, trazendo cenário creditício parecido com o de 2008.

Por estes motivos, a Alimentos Wilson enfrentou em 2014 o ápice de sua crise, o que o obrigou a buscar o pedido de recuperação judicial, para proceder à reestruturação necessária para superação de sua crise econômico-financeira.

Com as diversas medidas de reestruturação já implementadas e as em andamento Alimentos Wilson, terá plena capacidade de superar a crise econômico-financeira por que passa.

Estas medidas buscam o equilíbrio entre receitas e despesas, através do incremento nas margens de contribuição, aliados a redução de custos de produção e principalmente despesas financeiras.

3. Composição do Plano de Recuperação

3.1 Quadro de Credores

Lista de Credores apresentada pela Recuperanda, com posterior disponibilização para publicação no Diário da Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, conforme quadro a seguir:

CLASSES DE CREDITORES		TOTAL POR CLASSE
Classe I	R\$	1.504.095,46
Classe II	R\$	19.870.941,00
Classe III	R\$	66.472.042,38
Classe IV	R\$	9.480.781,69
Total geral	R\$	97.327.860,53

- Valores em Reais (R\$)

3.2 Plano de Reestruturação organizacional

Após o pedido de recuperação judicial o Grupo Alimentos Wilson, através de sua diretoria e com a equipe de consultores, desenvolveu um plano de reestruturação a ser aplicado no curto, médio e longo prazo, com mudanças em todos os setores da organização. Apresenta propostas de redução de custos de produção, através da melhoria de produtividade, substituição de formulações e fornecedores, incremento nas vendas com a contratação de novos vendedores para maior abrangência de atuação da empresa, além da diversificação dos canais de vendas da recuperanda. Na área financeira, a procura incessante de redução dos custos financeiros, com a adequação do fluxo de caixa da operação.

As medidas identificadas no Plano de Reestruturação organizacional estão incorporadas a um planejamento para o período de 7 (sete) anos e estão fundamentadas principalmente nas seguintes ações estratégicas:

3.2.1 Setor Comercial

- ✓ Ampliação da força de vendas, expandindo a área de atuação da empresa;
- ✓ Ampliação do canal de vendas internas, telemarketing;
- ✓ Direcionamento do foco estratégico em clientes que proporcionem maior rentabilidade;

- ✓ Direcionamento do foco estratégico para produtos que proporcionem maior rentabilidade;
- ✓ Racionalização das forças produtivas através da venda de setores que possuem pouco impacto nos resultados operacionais e geram custos administrativos.
- ✓ Força de vendas para fabricação para terceiros;

3.2.2 Setor Administrativo

- ✓ Programa de redução do quadro funcional e de gasto com pessoal e horas extras e redução de despesas fixas, evitando gastos desnecessários, desperdícios e ações sem planejamento;
- ✓ Fortalecimento da política de recursos humanos para que contemple: planos de carreira baseado em resultado, melhorias no processo de seleção, treinamento e valorização social e profissional dos colaboradores internos visando à redução do *turn over* e redução dos custos de pessoal;
- ✓ Fortalecimento organizacional e da responsabilidade estratégica de tomada de decisão para alcançar metas e assegurar a aderência das ações aos planos;
- ✓ Implementar medidas preventivas para evitar contingências trabalhistas;
- ✓ Homologação de terceiros para fabricação de produtos onde a capacidade de produção está totalmente ocupada, permitindo a expansão do volume de vendas.

3.2.3 Setor Financeiro

- ✓ Busca de novas linhas de créditos menos onerosas e mais adequadas ao planejamento financeiro da recuperanda;
- ✓ Acompanhamento de um Plano Orçamentário com revisões periódicas trimestrais;
- ✓ Acompanhamento de relatórios gerenciais para análise de resultados econômicos e financeiros;
- ✓ Acompanhamento de fluxo de caixa projetado;
- ✓ Fornecer base sustentável a todas as outras decisões estratégicas.

4. Mercado

4.1 Panorama Econômico da Indústria Alimentícia

Cenário Mundial do Tomate Industrial

Segundo Sophie Colvine, Secretária-Geral da AMITOM (Associação Internacional Mediterrânea do Tomate) e WPTC (Conselho Mundial do Processamento de Tomate), o cenário econômico do tomate é estável, apesar da queda da produção de 2012 para 2013 (de 33,4 milhões de toneladas para 33,1 milhões de toneladas, 1,9 milhões a menos de toneladas do que o previsto para 2013). As regiões que mais produziram tomates foram Califórnia, Itália, China, Turquia, Irã, Espanha e Brasil.

Apesar disso, as regiões que estão em processo de crescimento de produção são aquelas não localizadas no AMITOM e na região norte-americana, como é o caso do Brasil que produziu em 2013, 1,85 milhões de toneladas. Vale ressaltar aqui que nos últimos 10 anos o Brasil vem ganhando relevância mundial na produção de tomates.

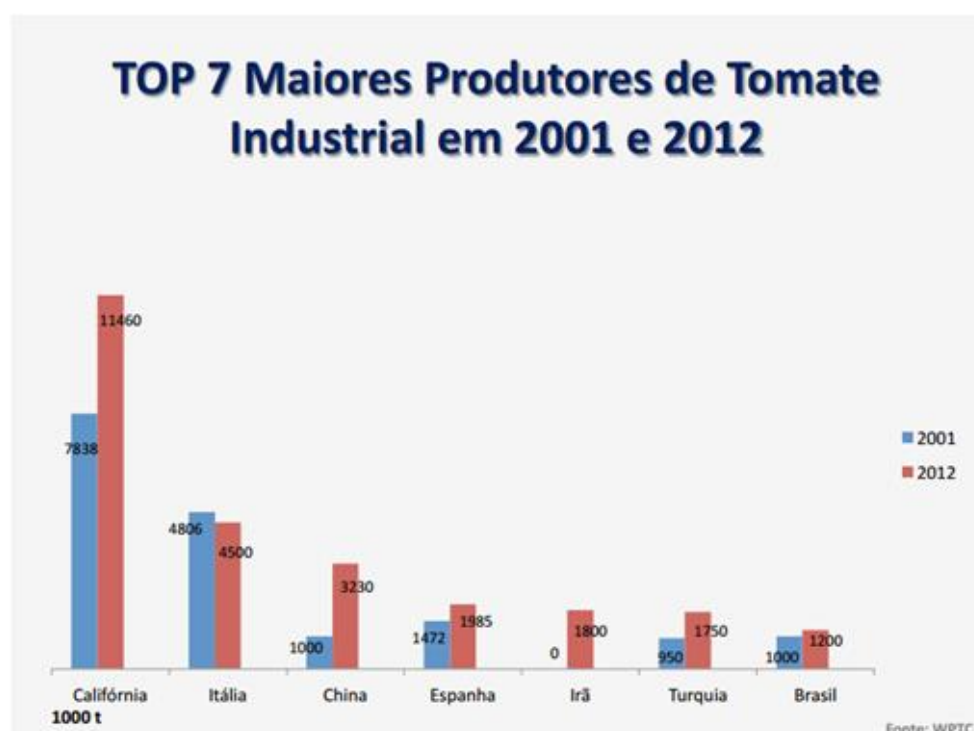
Por fim como uma variável importante apresentada por Sophie está o Consumo de tomates e seus derivados, que irá crescer além da produção prevista, desta forma abrindo portas para a entrada nesse mercado que exige maior oferta.

As imagens abaixo ilustram a participação nacional no mercado mundial de Tomate Industrial:

PRODUÇÃO DE TOMATE INDUSTRIAL DE 2010 A 2012

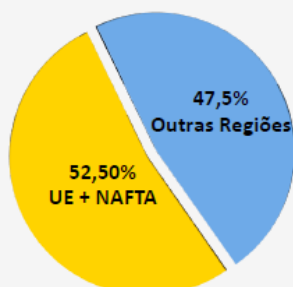
País	2010	2011	2012	2012 vs 2011
EUA	11.589	11.479	12005	4,6%
China	6.210	6.792	3.230	- 52%
Itália	5.080	4.950	4.500	- 9%
Espanha	2.375	1.985	1.985	
BRASIL	1.796	1.590	1.200	- 24,5%
Irã	1.400	1.850	1.800	- 3%
Turquia	1.280	1.940	1.750	- 10%
Portugal	1.280	1.065	1.190	12%
Chile	864	794	668	- 15,9%
Tunísia	850	868	830	- 4%
H. Norte	34.863	37.634	31.245	- 11,5%
H. Sul	2.508	2.320	2.293	- 1,2%
MUNDO	37.371	37.634	33.538	- 10,9%

Fonte: World Processing Tomato Council (WPTC), 22 de outubro de 2012.



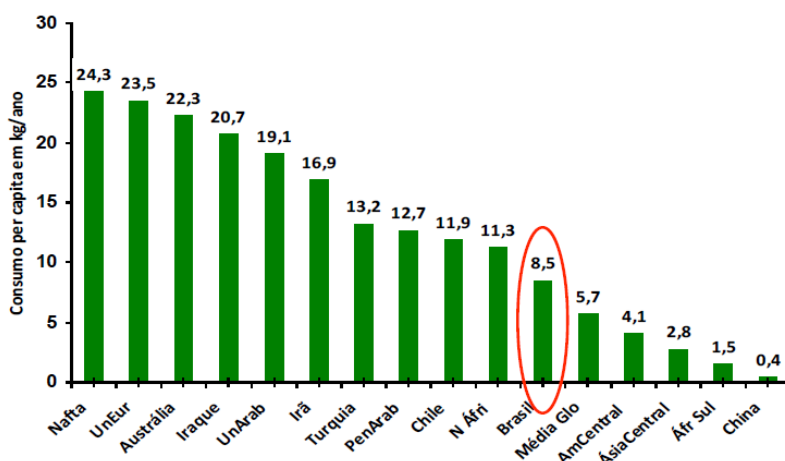
Em outra visão, agora a do consumo, as imagens abaixo demonstram a regionalização do consumo mundial de atomatados:

Divisão do Consumo de Atomatados no Mundo, 2010/11



- Pesquisa realizada pela Tomato News (2010/11) revela que o consumo de atomatados cresce, em média, 1,1 milhão de t/ano;
- A UE e a América do Norte juntas absorvem 21 milhões de t de tomate fresco para processamento; 19 milhões de t são processadas pelas demais regiões do mundo;
- O consumo de atomatados vem crescendo em ritmo acelerado no Oeste e Norte da África, Oriente Médio, Rússia, Ucrânia e Brasil.

Consumo Regional per capita 2010/11



Fonte: Tomato News, junho 2012

Segundo estudo mais recente da WPTC, a previsão de área plantada para tomates industriais em 2014 se mantém como em 2013, entre 18.000 a 19.000 Hectares. Outro ponto importante pode ser destacado na tabela abaixo, onde o Brasil se encontra em posição de destaque:



**WPTC World production estimate of tomatoes
for processing (in 1000 metric tonnes)**

Date of last update: 03/04/2014

		2012		2013		2014		AVERAGE	VARIATION
		FINAL		FINAL		FORECAST		2011 to 2013	2014 vs 2013
NORTHERN HEMISPHERE*	MEMBERS IN MEDITERRANEAN AREA (AMITOM)								
	Algeria**	300	Mem.	260	Mem.	300	Est.	280	15%
	Egypt	255	Mem.	250	Misc.	250	Est.	238	0%
	France	192	Mem.	141	Mem.	190	Mem.	175	35%
	Greece	390	Mem.	425	Mem.	480	Mem.	380	13%
	Iran**	1 750	Mem.	1 900	Mem.	2 000	Mem.	1 833	5%
	Israel	200	Mem.	210	Mem.	210	Est.	209	0%
	Italy	4 500	Mem.	4 080	Mem.	4 800	Mem.	4 510	18%
	Malta**	6	Misc.	9	Mem.	9	Est.	8	6%
	Morocco	130	Mem.	130	Est.	130	Est.	146	0%
	Portugal***	1 190	Mem.	997	Mem.	1 200	Mem.	1 084	20%
	Russia**	67	Misc.	68	Misc.	80	Mem.	64	18%
	Spain***	1 935	Mem.	1 650	Mem.	2 200	Mem.	1 857	33%
	Syria**	50	Mem.	50	Mem.	50	Mem.	87	0%
	Tunisia	840	Mem.	618	Mem.	800	Est.	775	29%
	Turkey	1 750	Mem.	2 150	Mem.	2 300	Mem.	1 947	7%
	Ukraine**	385	Mem.	330	Mem.	470	Mem.	385	42%
	Subtotal AMITOM	13 940		13 268		15 469		13 978	17%
	of which members in EU	8 213		7 302		8 879		8 013	21,6%
	OTHER MEMBERS								
	Brazil	1 294	Mem.	1 500	Mem.	1 615	Mem.	1 461	7,7%
	Canada	503	Mem.	322	Mem.	375	Mem.	417	16%
	California	11 460	Off.	11 020	Mem.	12 247	Mem.	11 182	11%
	China	3 230	Mem.	3 850	Mem.	5 750	Mem.	4 624	49%
	Japan	37	Mem.	35	Mem.	39	Mem.	33	10%
	Subtotal Other Members	16 524		16 727		20 026		17 718	19,7%
	NON MEMBERS								
	Bulgaria	22	Est.	28	Misc.	50	Misc.	24	79%
	Czech Republic	15	Est.	15	Est.	15	Est.	15	0%
	Hungary	15	Misc.	32	Misc.	85	Misc.	37	168%
	Poland	165	Misc.	130	Misc.	220	Misc.	168	69%
	Slovakia	20	Est.	20	Est.	20	Est.	20	0%
	USA excluding California	488	Off.	482	Off.	480	Est.	461	0%
	Subtotal Non Members	725		707		870		725	23,1%

Cenário Nacional do Tomate Industrial

Produção (toneladas) x Área Cultivada (hectares) x Participação de Tomate Industrial			
Ano	Produção	Área Cultivada (em mil hectares)	Participação no Total Área
2011	1,59 milhões	20,83	31,24%
2012	1,2 milhões	21,14	37,82%
2013 (estimativa)	1,67 milhões	19,43	33,10%

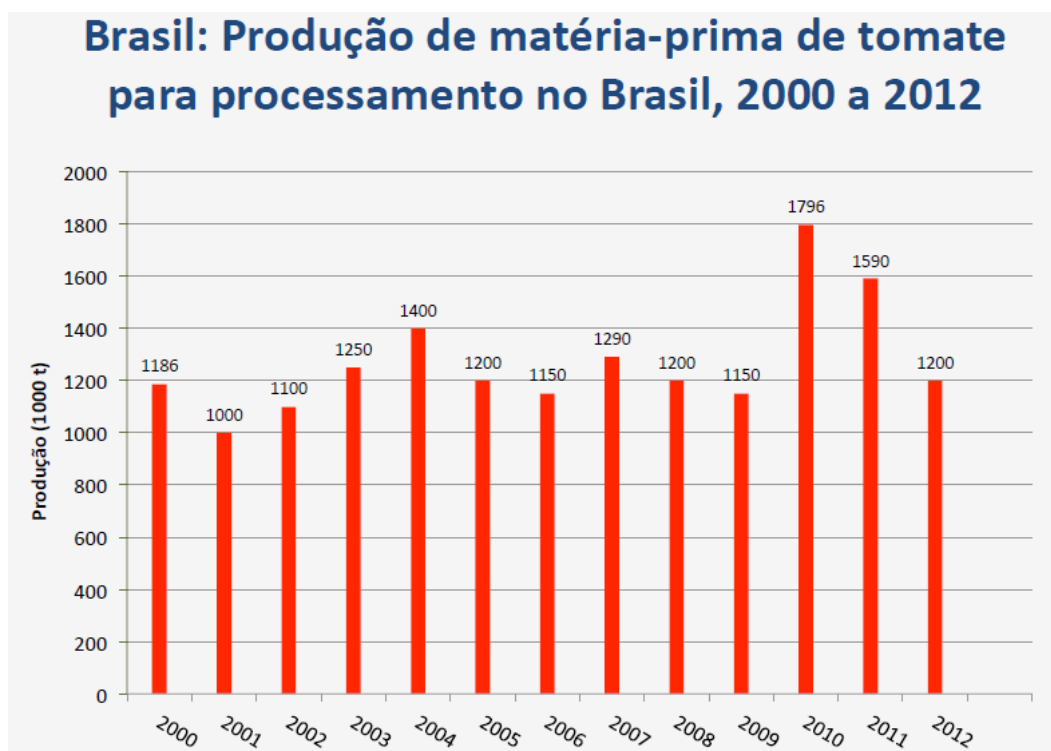
Fonte: IBGE - WPTC- IEA/CATI

Como podemos notar na tabela acima demonstrada, o Brasil quanto à produção de tomate industrial destacou-se do cenário internacional, obtendo uma redução de 25% de 2011 para 2012 e um crescimento de 39% de 2012 para 2013. Quanto a área cultivada para tomate industrial, pode-se notar de 2011 para 2012 um crescimento de 6,58% e de 2012

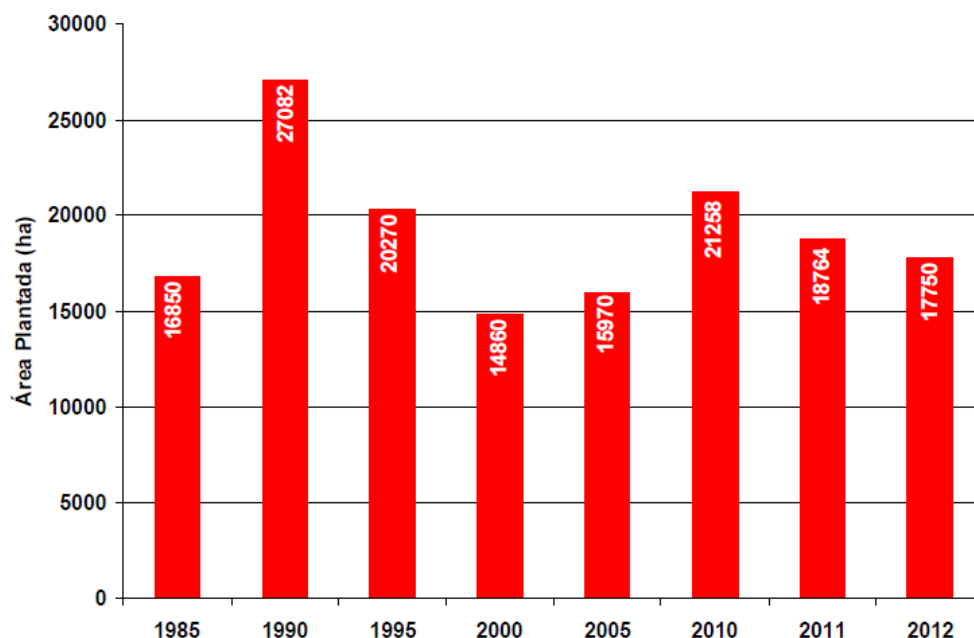
para 2013 uma redução de 4,52% (quanto à participação no total da área, esse total se remete ao total da área cultivada de tomates).

Analisando os dados acima a justificativa para a redução da produção de 2011 para 2012 de tomate industrial está na perda de grandes colheitas por fortes chuvas ocorridas no 1º semestre de 2012, apesar do aumento da área cultivada. Já em 2013, o impacto dessa perda causou a diminuição da área cultivada, o que não demonstrou uma queda na produção, ao contrário, um aumento por conta do bom tempo e da grande colheita realizada, fornecendo tomates para produção industrial.

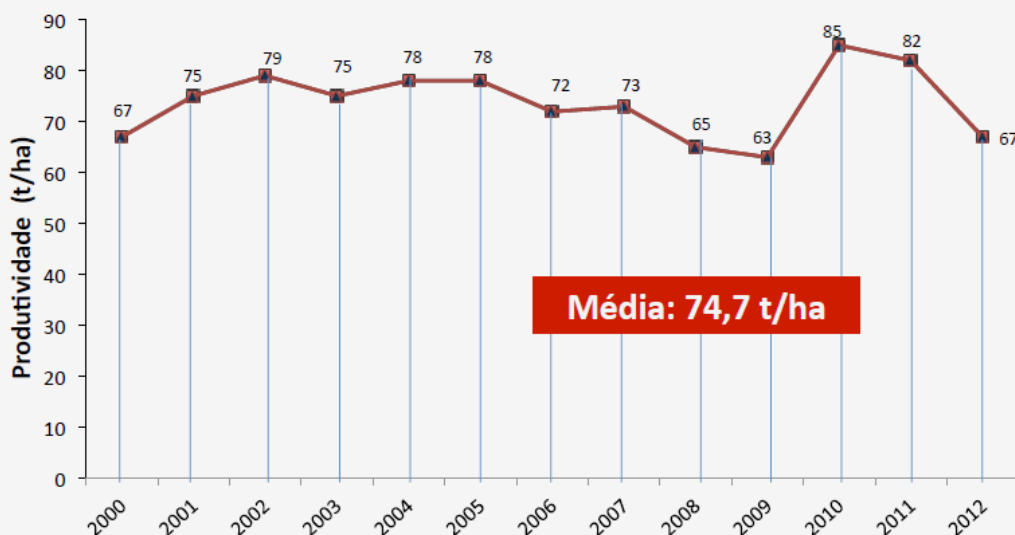
As imagens abaixo refletem a produção de tomates para processamento nos últimos anos:



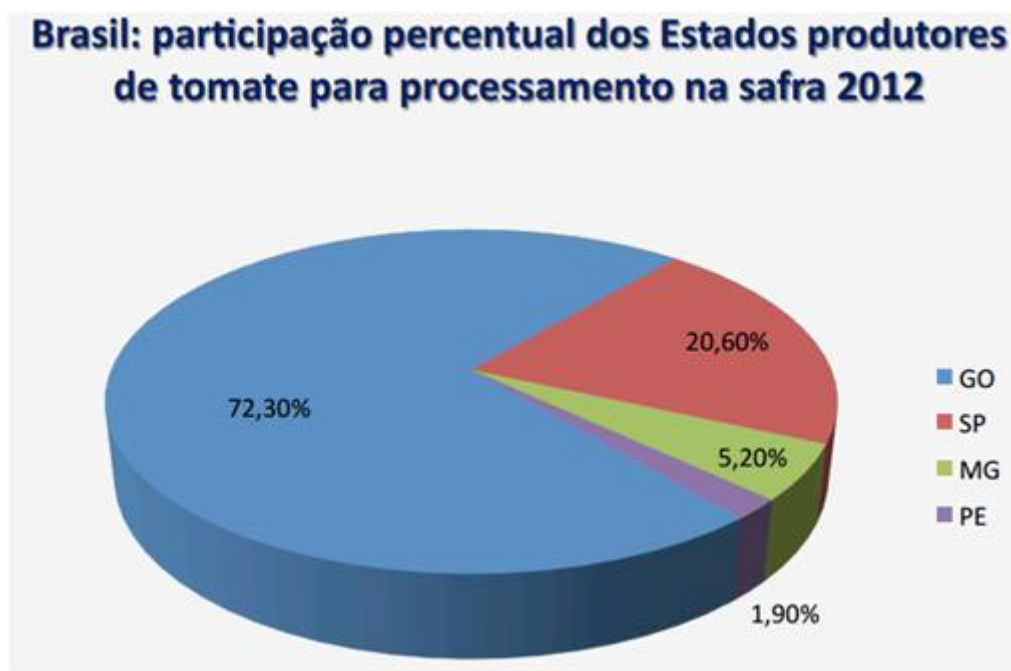
Brasil: evolução da área plantada de 1985 a 2012



Brasil: evolução da produtividade de 2000 a 2012



Quanto à participação dos principais estados produtores de tomate industrial, a imagem abaixo revela muito bem sua distribuição, colocando em destaque o estado de Goiás como grande produtor nacional.



Segundo Paulo Melo, professor da USP, os principais desafios para o setor agroindustrial do tomate brasileiro são:

- Maiores vantagens e oportunidades do trabalho urbano têm acarretado intensa migração para outros tipos de atividades, não ligadas ao setor agroindustrial;
- A alternativa para o setor agroindustrial é a automação/mecanização, que permitirá maior produtividade do trabalho e redução de custos, tornando os preços mais competitivos.

Cenário Nacional da Indústria de Alimentos

O cenário da indústria de alimentos (onde está inserida a Alimentos Wilson), pode-se notar pelos dados abaixo que este é um mercado em expansão, com uma grande evolução entre os anos de 2010 a 2012.

PIB x Indústria de Alimentação x Participação (em bilhões R\$)			
Ano	PIB Brasil	Faturamento Líquido Indústria de Alimentação	Participação no PIB
2011	4.143	383,3	9,3%
2012	4.403	431,9	9,8%
2013	4.840	484,7	10,0%

OBS: Considera-se Indústria da Alimentação: Produtos Alimentares + Bebidas

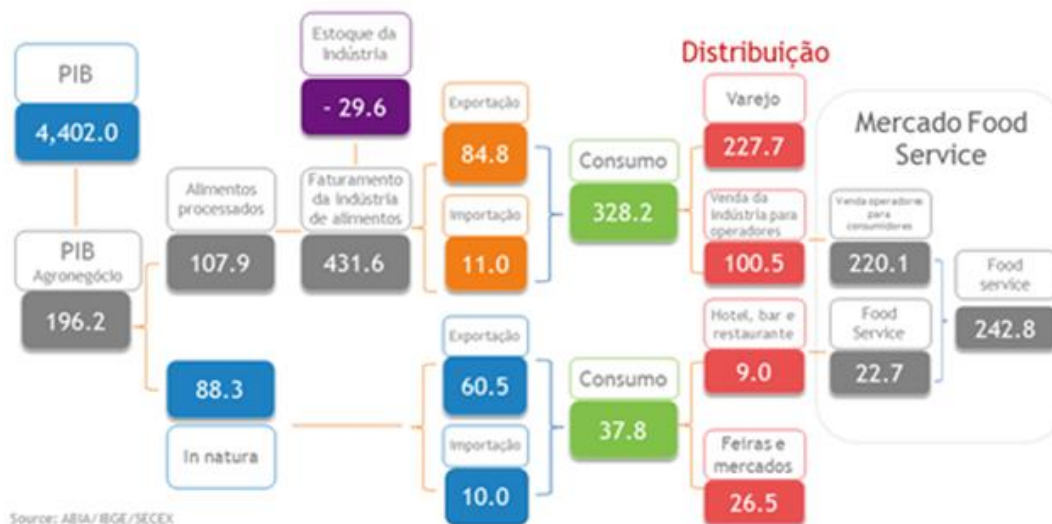
Fonte: ABIA

No ano de 2012 (conforme a tabela abaixo), o destaque está no crescimento nominal em valor de produção com um percentual de 12,66% em relação ao ano de 2011, gerando assim um crescimento da Produção física e por fim das Vendas Reais. Além disso, a indústria de alimentos possui característica de atender ao mercado interno (nacional), sendo dividida em Varejo Alimentar e o Food Service.

Dados de 2013 da Indústria de Alimentos	
Performance	
Faturamento Anual	R\$484,7 bilhões
Crescimento Nominal em valor de produção	12,24%
Crescimento da Produção física	3,16%
Crescimento das Vendas Reais	4,26%
Comércio Exterior	
em bilhões US\$	
Exportações	43,0
Importações	5,8
Saldo Comercial	37,2
Mercado Interno	
em bilhões R\$	
Varejo Alimentar	225,6
Food Service	116,1
Total do Mercado Interno	371

Fonte: ABIA

**FLUXO DE DISTRIBUIÇÃO DE
ALIMENTOS - 2012**



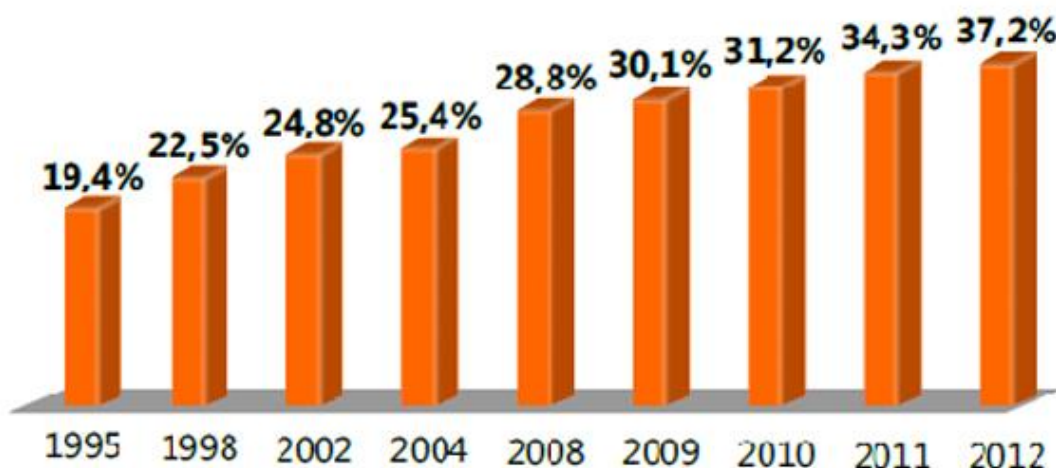
Conforme as tabelas acima indicaram, a indústria de alimentos está em grande expansão. Como justificativas para tal expansão estão as participações no Índice de Custo de Vida da Classe Média – ICVM e a evolução da alimentação fora do lar. No ICVM, os custos com alimentação aparecem em segundo lugar em relação às outras categorias e a evolução da alimentação fora do lar vem em grande expansão também.

Esses pontos podem ser complementados e melhor entendidos a partir do entendimento do mundo moderno, onde a mulher passou a trabalhar fora de casa também e o tempo dentro de casa dos membros da família diminuiu, aumentando no fim desse processo, o consumo de alimentos industrializados e de rápido preparo.

Índice do Custo de Vida da Classe Média - ICVM		
Grupo	Participação no ICVM	Variação em Julho
Habitação	30,31%	0,46%
Alimentação	16,58%	-0,27%
Transportes	16,37%	-0,50%
Despesas Pessoais	14,06%	0,73%
Saúde	10,27%	0,46%
Educação	7,05%	0,07%
Vestuário	5,36%	0,02%

Fonte: Ordem dos Economistas do Brasil - Julho/2013

EVOLUÇÃO DA ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR NOS GASTOS TOTAIS
COM ALIMENTOS



Fonte: IBGE

Cenário Nacional do Food Service

A Alimentos Wilson, dentro da indústria de alimentos, está inserida nesses dois mercados, o Food Service e Varejo Alimentar.

Segundo a ABIA (Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação, o Food Service é um canal de distribuição de alimentos que se caracteriza pela agilidade e comodidade no consumo desses alimentos e que com a modificação dos hábitos alimentares e do modo de alimentação ganhou grande espaço no mercado de consumo de alimentos (Restaurantes Pizzarias etc.).

O faturamento anual em 2012 do mercado de Food Service chegou a R\$242,8 bilhões, com uma porcentagem da população brasileira consumidora em 32% (um crescimento de 8% em 10 anos). A média anual (até 2013) das empresas de Food Service é de 14,2%, estando elas concentradas em São Paulo e Rio de Janeiro, mas com grande crescimento nas regiões Norte e Nordeste.

Segundo a ABIA, os principais fatores de expansão deste mercado são:

- 1) Aumento da população nas classes A, B e C, gerando mais de 60 milhões de novos consumidores.
- 2) Diminuição do desemprego no país.
- 3) Aumento da massa salarial, gerando mais renda disponível.
- 4) Mudança do estilo de vida da população, com demanda para alimentação mais conveniente, saudável e prática, com a mulher trabalhando cada vez mais fora do lar, demandando serviços e produtos para uma alimentação produzida fora de casa que atenda a estas necessidades.

A imagem abaixo ilustra bem a distribuição do mercado de Food Service:



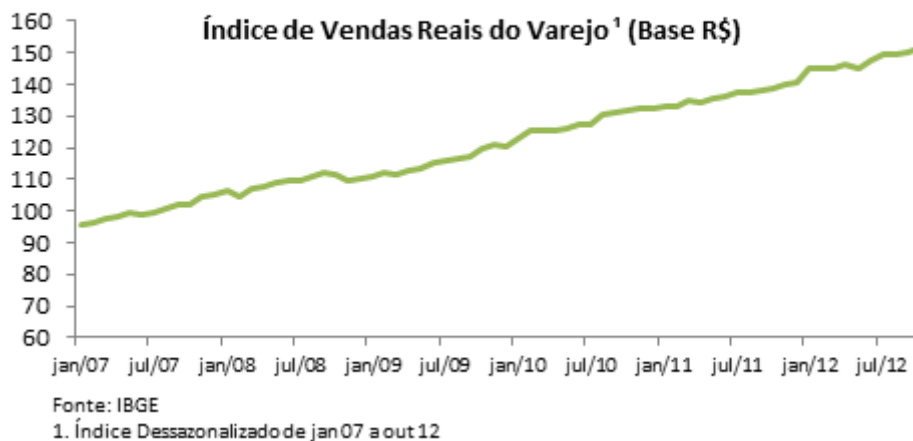
Cenário Nacional do Varejo

O mercado de Varejo é caracterizado como apenas um intermediário entre o fabricante e o consumidor, comprando grandes lotes dos fabricantes e vendendo as unidades para os consumidores.

É um mercado que atualmente está em expansão também (assim como toda a indústria de alimentação), mas em comparação ao mercado de Food Service uma expansão menor, por ser um mercado já de grande participação.

A tabela e o gráfico abaixo demonstram as vendas no mercado de varejo e o seu crescimento.

CRESCIMENTO DAS VENDAS NO VAREJO



Crescimento do Mercado Varejista	
2011	7,80%
2012	6,40%
2013	4,30%

Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio

Comportamento do Consumidor

O consumidor está cada vez mais exigente, procurando um mercado diversificado que atenda as suas necessidades. Segundo realizado pela Nielsen, referente ao mercado em 2014, o perfil do consumidor é: Reduzir consumo fora do lar e serviços supérfluos; Diversificar canais em busca do melhor custo – benefício; Reduzir suas idas aos pontos de

venda; O tamanho da embalagem influencia sua escolha; Trocar por marcas mais baratas e Reduzir volume de compra.

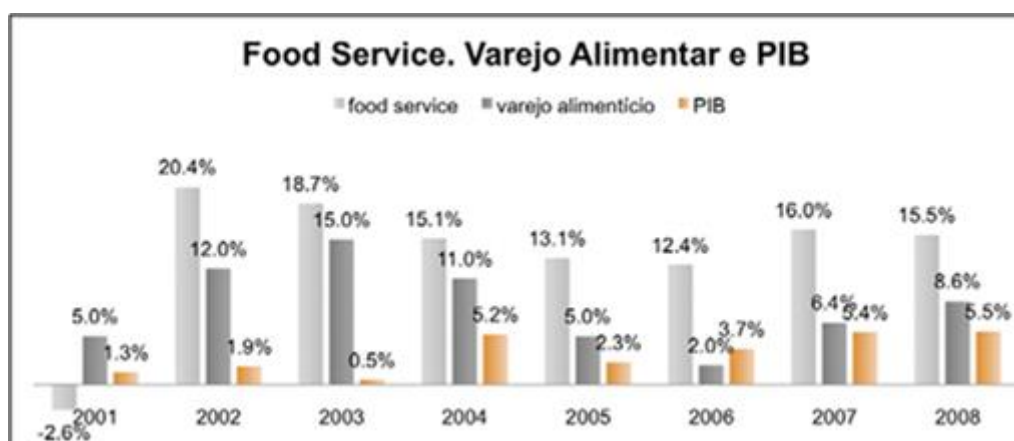
O consumidor, ao querer diversificar canais e reduzir suas idas ao ponto de venda, possui preferência por embalagens maiores (econômicas); em contrapartida há aqueles que desejam reduzir o volume da compra, ou seja, preferência por embalagens menores. Dentro deste perfil complexo e variado, a Alimentos Wilson consegue abranger todos os tipos de consumidores, com embalagens econômicas (maiores) e menores (com menos volume de compra).

Outro ponto em destaque neste estudo é o potencial de consumo do interior, onde também a Alimentos Wilson já possui uma capacidade de atender muito grande.

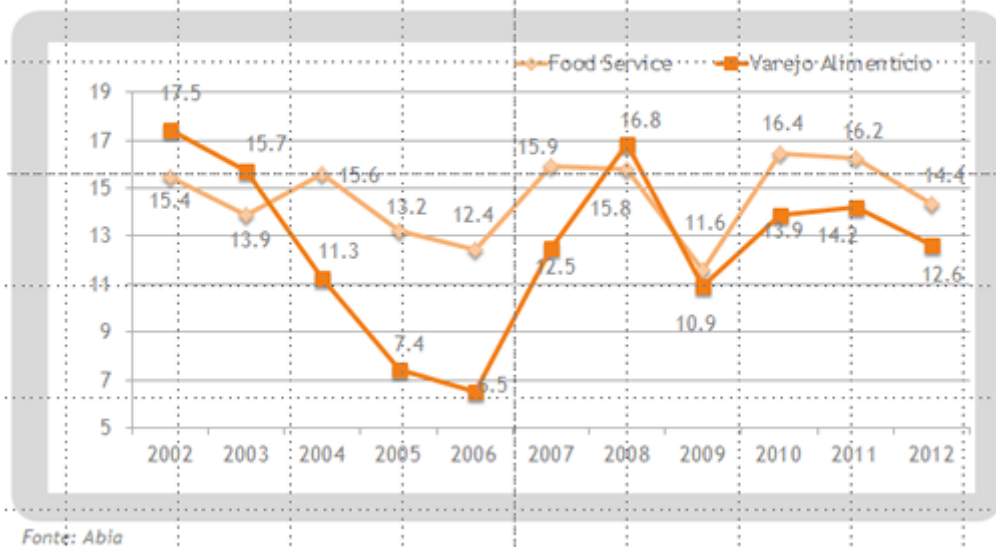
Panorama Econômico Final

Por fim, após demonstrar toda a caracterização do mercado onde está inserida a Alimentos Wilson, pode-se tirar algumas informações do futuro de atuação neste mercado.

Conforme se pode notar nos gráficos e tabelas abaixo, o mercado de Food Service está em maior expansão quando comparado ao Varejo, portanto deve ser um mercado que deve ser mais explorado nos próximos anos.



Nos últimos dez anos, as vendas da indústria para o Food Service têm crescido em média 14,5% ao ano, ante 11,2% para o varejo alimentar.



4.2 Histórico de Crescimento da Alimentos Wilson

Inicialmente a Bebidas Wilson, como era chamada até o ano de 2006, era uma indústria fabricante de destilados, licores e vinhos compostos que com o passar do tempo e novas oportunidades de negócio começou a atuar na área de alimentos também, onde atualmente trabalha com 7 linhas de produtos (achocolatado; atomatados; coberturas; condimentos; bebidas; food-service e molhos orientais).

RECEITA LÍQUIDA – MÉDIAS MENSAIS

Receita Líquida 2011	R\$11.515.854,00	↑	6,5%
Receita Líquida 2012	R\$13.194.785,00	↑	14,6%
Receita Líquida 2013	R\$17.143.596,00	↑	29,9%

4.3 Comparação Mercado x Alimentos Wilson

A Alimentos Wilson superou o crescimento do mercado de alimentos nos últimos anos, aumentando seu market-share tanto no segmento de Food Service, quanto no Varejo Alimentar, indicadores que corroboram o planejamento estratégico da empresa, quanto da necessidade de expansão das unidades produtivas.

Atualmente, a Alimentos Wilson vem importando Polpa de tomate do Chile, pela alta demanda do consumo de seus produtos. Em média, o custo final da tonelada da polpa comprada é de 3.800 reais. Mesmo importando e tendo um custo maior a Alimentos Wilson ainda sim consegue gerar lucro neste mercado competitivo.

O mercado possui muitos players, com grande presença de fabricantes multinacionais e também grandes clientes internacionais. Está ocorrendo um grande crescimento do conceito cash & carry, obrigando a indústria criar divisões para atendimento destes clientes. O Setor supermercadista representa um faturamento Brasil de mais de R\$ 200 bilhões, com aproximadamente 85 mil lojas. Está ocorrendo um grande crescimento do mercado food service que em 2005 era de R\$ 96 bilhões e hoje fatura mais de R\$ 200 bilhões e com estimativa para 2020 alcançar o faturamento de R\$ 360 bilhões.

A perspectiva de crescimento para o setor de 5%. A Alimentos Wilson está projetando crescimento neste mesmo patamar para os próximos 3 anos.

A Alimentos Wilson participa no mercado de Food Service e no de consumo (linha Varejo).

No Foodservice somos líderes de mercado nacional em vendas de sachês de catchup, maionese e mostarda com vendas mensais acima de 230 milhões de unidades, além de grande participação no mercado de maioneses e mostarda institucional, molhos shoyu e molhos de tomate.

Em relação ao varejo ocupamos posições de destaque em marketshare no mercado nacional nas linhas de catchup 400g; Shoyu; Mostarda; Pimentas, conforme mostrado abaixo (revista SM junho 2012 Marcas Top Five):

- Catchup: 7º nas áreas: 2, 5, 6; 5º na área 7.
- Molho Pimenta: 5º na área 6.
- Molho Soja: 4º no BRASIL; 3º na área 5; 4º na área 6 .
- Molho Tomate: 6º na área 7.
- Mostarda: 8º na área 5; 7º na área 6; 4º na área 7.

Obs: área 2 (ES, MG, interior RJ); área 5(interior SP); área 6 (PR, SC, RJ); área 7 (AC, AP, AM, MT, MS, DF, GO, MA, PA, PI, RO, RR, TO).

4.4 Perspectivas do mercado

BRASIL FOOD TRENDS 2020

Varejo 2020	Impactos da Tendência de Conveniência e Praticidade
Principais Aspectos Valorizados	Acesso Facilitado, Vizinhança, Atendimento Rápido, Facilidade de Pagamento, Delivery, Serviços
As categorias de produtos que serão mais consumidos	Pratos prontos congelados, pães e bolos industrializados, café solúvel, massas refrigeradas e instantâneas, molho de tomate refogado, sucos e chás prontos para o consumo e bebida à base de soja
Os canais de vendas que terão a preferência do consumidor	Supermercados, Lojas de vizinhança, Cash & carry, Lojas de Conveniência, quiosques, Lojas de Produtos Naturais e orgânicos, rotisseries, padarias, butiques de carne
As lojas do futuro	Processos eficientes, Tecnologia Digital, Capacitação de Pessoal, Estacionamento, Manobristas, Comércio Eletrônico

Fonte: Brasil Food Trends 2020

Varejo 2020	Impactos da Tendência de Sensorialidade e Prazer
Principais Aspectos Valorizados	Entretenimento, lazer, festividades, ambientação, design/layout, comunicação visual, interatividade, degustação, indulgência, variedade, personalização, especialidades, etnicidade
As categorias de produtos que serão mais consumidos	Água mineral, achocolatados em pó, queijos, sobremesa petit suisse, refeições congeladas, refeições para consumo no local, produtos gourmet, sobremesas prontas, sucos prontos, produtos hortifrutícolas
Os canais de vendas que terão a preferência do consumidor	Supermercados, padarias, armazéns, empórios, lojas de conveniência, lojas especializadas em hortifrutícolas
As lojas do futuro	Ambientes diferenciados e confortáveis, recursos para entretenimento (TV, vídeos etc.), serviço de rotisserie, tecnologia digital para comunicação com clientes, atendimento personalizado, mix de produtos sob medida, maior acessibilidade aos produtos fazendo uso da convergência tecnológica (loja virtual e real)

Fonte: Brasil Food Trends 2020

Marketplace: o futuro dos varejistas

Depois da explosão dos marketplaces de nicho, agora é a vez de os grandes varejistas migrarem para esse modelo de e-commerce. Em abril, a empresa Nova

Pontocom lançou o Extra.com.br com um catálogo de 200 mil itens. Para lançar a plataforma, a empresa avaliou as melhores práticas mundiais do segmento e adaptou ao mercado brasileiro. Durante o processo, descobriu que o formato, além de aumentar as oportunidades de vendas aos lojistas devido ao elevado fluxo de clientes e credibilidade da marca, contribui para a exigência do padrão de qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

O resultado é satisfatório. No Extra.com.br, é possível encontrar produtos diversos, desde alimentos e bebidas até artigos para carro, passagens aéreas, vestuário, games e computadores. A plataforma tem opções bastante interessantes, como separação de produtos por temas ou categorias, como Dia das crianças, listas prontas para compras do mês, vídeos que ensinam como funciona o fluxo de compra e de entrega, integração no pagamento com os cartões da rede Grupo Pão de Açúcar, e também interage com o cliente através dos botões “eu amo”, “eu quero” e “eu tenho” abaixo de cada produto.

Seguindo a tendência dos concorrentes, o Walmart também pretende ampliar seu catálogo de produtos com fornecedores nacionais e importados de áreas em crescimento, como bebês, utilidades domésticas, pet, vestuário e e-books.

A “migração” dos grandes varejistas para o e-commerce não é infundada. Segundo o último levantamento do e-bit, os marketplaces brasileiros movimentaram em 2012 um GMV (Gross Merchandise Volume) de R\$ 6,5 bilhões, equivalente a 29% do comércio online tradicional.

Não é à toa que a Amazon está de olho nesse potencial brasileiro. Com apenas 13 mil títulos de livros e e-books em português na sua estreia, agora a gigante norte-americana já comercializa os Kindle básicos e as versões Paperwhite Wi-Fi e 3G grátis. Com isso, a Amazon elege o Brasil como seu primeiro representante na América do Sul e coloca o país ao lado de economias emergentes importantes para o e-commerce, como China, Índia, Japão, México e Europa.

O Substancioso mercado do Food Service

Setor em franco crescimento

O percentual de brasileiros que trocou a refeição em casa pelas opções que se encontram à disposição fora dela, em particular nos grandes centros urbanos, saltou de 7% para 25%, nas últimas três décadas (em São Paulo, chega a 32%), segundo dados do IBGE. Hoje, mais de 45 milhões de brasileiros se alimentam fora de casa diariamente. E esse número só tende a crescer.

Ainda assim, no Brasil, este hábito está distante da realidade de outros países: na Europa, 71% das refeições são realizadas deste modo, enquanto nos Estados Unidos o índice é de 50%. Conforme pesquisa do IBGE sobre orçamento familiar, gastamos, em média, hoje, 26% do orçamento em lanchonetes, restaurantes, bares, padarias e afins e a projeção é que este número chegue a 40% entre 2020 e 2025.

Atualmente, o mercado do foodservice absorve 25% da produção da indústria de alimentos e bebidas. Em 2005, os operadores de foodservice compraram R\$ 38,1 bilhões, um faturamento 11,9% superior em relação ao ano anterior. De 1995 até 2004, as vendas para mercado de foodservice registraram um crescimento médio anual de 12,5%, resultado superior ao obtido com as vendas da indústria para o varejo alimentício (supermercados), da ordem de 8,1% ao ano (dados da Abia - Associação Brasileira das

Indústrias de Alimentação). Nos Estados Unidos, esse percentual já se aproxima dos 50%, o que dá uma boa medida do tamanho do seu potencial de crescimento por aqui.

Causas do crescimento

O crescimento da alimentação fora do lar é um fenômeno mundial. No Brasil, o foodservice cresceu 225% nos últimos 10 anos e a projeção de crescimento futuro é de, pelo menos 10% ao ano. Este crescimento se deve ao processo de "terceirização do preparo do alimento". No caso de clientes industriais, ocorre a terceirização das cozinhas, e no dos consumidores, a diminuição no tempo de preparo de alimentos na cozinha.

Os principais fatores que contribuem para o crescimento do foodservice em todo o mundo, estão, em última análise, ligados à crescente urbanização ocorrida a partir da segunda metade do século 20. Entre esses fatores, destacam-se: o avanço da participação da mulher na população economicamente ativa nos últimos trinta anos (no Brasil saltou de 23% para 43%), diminuindo a disponibilidade feminina para a confecção de refeições para a família e, também, o consequente aumento da renda familiar, que possibilita o acesso a novos padrões de consumo; a redução do tempo gasto nas relações familiares, com cada integrante da família tendo a sua programação social, assim como o aumento de solteiros residindo sozinhos e a diminuição no número médio de habitantes por residência (em torno de 3,5 pessoas em 2000); o aumento do tempo de deslocamento nos centros urbanos, que impede que as pessoas possam ir se alimentar em casa; o avanço das relações trabalhistas, que fornecem uma alimentação de qualidade no ambiente de trabalho e a disseminação do vale-refeição que permite ao trabalhador o acesso a refeições a preço subsidiado em serviços de alimentação comercial. Até o varejo tradicional da alimentação passou por mudanças consideráveis, com a avalanche de pratos prontos, semiprontos e congelados nos supermercados.

Para o IBGE, a falta de tempo para o preparo da comida em casa pode ser um dos principais fatores a incentivar o crescimento do foodservice. A Fipe - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - sustenta a informação e acrescenta que em 1971, o tempo médio

de preparação das refeições era de duas horas diárias, diminuindo apenas 15 minutos em 1997/98.

4.5 Conclusão

Como se pode notar nas informações acima demonstradas, o setor de alimentos (tanto o mercado de Varejo quanto o do Food Service) vêm crescendo de modo considerável nos últimos anos, e, além disso, possuem previsão para que esse crescimento se mantenha para os próximos.

A tabela abaixo demonstra a versatilidade deste mercado e o grande espaço de crescimento que ele possui, não sendo um mercado monopolista, muito ao contrário, há espaço de crescimento, principalmente para as empresas de menor vulto (como é o caso da Alimentos Wilson).

MERCADO GERAL DE ALIMENTOS - 2013		
Indústria de Alimentos	484,7 bilhões	100%
Varejo	227,7 bilhões	47%
Food Service	116,1 bilhões	24%
Alimentos Wilson	212,5 milhões	0,1%
Bunge Brasil	33,7 bilhões	7%
Cargill Brasil	25,6 bilhões	5%

Fonte: ABIA e Empresas

5. Projeções Econômico-financeiras

5.1 Projeções do Desempenho Econômico-Financeiro

As projeções financeiras foram desenvolvidas assumindo-se o crescimento contínuo do mercado. Os efeitos das medidas de melhoria, projetados nas mudanças organizacionais, foram calculados com base em estimativas realistas. Para elaborar o Plano de Recuperação e estimar os resultados operacionais para o período de recuperação, foram utilizadas diversas informações. Baseado na análise destas informações identificou-se diversas medidas para melhorar o desempenho operacional. A identificação e quantificação destas medidas foram realizadas visando à viabilidade futura do Grupo Alimentos Wilson.

5.1.1 Projeção das Receitas

5.1.1.1 Premissas adotadas

Para a projeção do volume de receita bruta nos 7 (sete) anos contemplados no plano, foram consideradas as seguintes premissas:

A estratégia adotada foi realista, prevendo-se que a cada ano ocorra um crescimento moderado no volume de faturamento (nos primeiros 3 anos de 5% e nos últimos 4 anos de 2%), inferior inclusive às expectativas deste mercado.

Para formar a base da projeção de receitas foi considerado o planejamento comercial que vem sendo executado desde o pedido de recuperação judicial;

O volume projetado de receitas está totalmente de acordo com a capacidade operacional das empresas;

Os preços de venda contemplam o efeito inflacionário, sendo calculado de 6,5% para o primeiro ano e de 4% para o restante.

5.1.1.2 Projeção – Faturamento Estimado

Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
250.000.000	272.500.000	297.025.000	314.847.000	333.737.000
Ano 6	Ano 7	Total		
353.762.000	374.987.000	2.196.858.000		

Valores em Reais (R\$)

5.1.2 Projeção de Resultados

5.1.2.1 Premissas adotadas

As seguintes premissas foram adotadas na projeção de resultado econômico-financeiro:

- ✓ 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;
- ✓ Os custos dos produtos vendidos foram projetados com base nos atuais custos líquidos de todos os impostos creditáveis. Este grupo de custos varia

proporcionalmente em relação a receita, tendo em vista o pequeno ganho de escala no incremento de faturamento;

- ✓ As despesas operacionais foram projetadas de acordo com as atuais e após cortes a serem efetuados até o início do período de projeção; Estas despesas projetadas terão um pequeno aumento no decorrer dos períodos, pois mesmo sendo fixas por característica, na realidade, o aumento no volume de vendas demandará alguns aumentos para comportar o novo nível de atividade;
- ✓ A sobra de caixa projetada em cada ano da projeção será destinada para o pagamento do passivo não sujeito aos efeitos da presente recuperação judicial, do passivo tributário, para recomposição do capital de giro próprio, diminuindo as despesas financeiras, aumentando o lucro líquido e a capacidade de pagamento do Grupo Wilson;
- ✓ A projeção contempla efeitos inflacionários iguais aos explanados na projeção da receita.
- ✓ O ano 1 da projeção considera os 12 meses subsequentes a data da publicação no Diário da Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo da decisão de homologação do Plano de Recuperação Judicial e consequente concessão da recuperação das empresas;
- ✓ Todas as projeções foram feitas em um cenário bastante conservador.

5.1.2.2 Projeção Econômico-Financeira

<u>PROJEÇÃO DE RESULTADOS - ALIMENTOS WILSON LTDA.</u>							
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7
CRESCIMENTO	5%	5%	5%	2%	2%	2%	2%
INFLAÇÃO	6,5%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
<u>FATURAMENTO</u>	<u>250.000</u>	<u>272.500</u>	<u>297.025</u>	<u>314.847</u>	<u>333.737</u>	<u>353.762</u>	<u>374.987</u>
VENDAS DE MERCADORIAS	250.000	272.500	297.025	314.847	333.737	353.762	374.987
<u>IMPOSTOS</u>	<u>49.350</u>	<u>53.792</u>	<u>58.633</u>	<u>62.151</u>	<u>65.880</u>	<u>69.833</u>	<u>74.022</u>
PIS/CONFINs	22.100	24.089	26.257	27.832	29.502	31.273	33.149
ICMS	16.250	17.713	19.307	20.465	21.693	22.994	24.374
IPI + ST	10.000	10.900	11.881	12.594	13.349	14.150	14.999
Devolução	1.000	1.090	1.188	1.259	1.335	1.415	1.500
<u>FATURAMENTO LÍQUIDO</u>	<u>200.650</u>	<u>218.709</u>	<u>238.392</u>	<u>252.696</u>	<u>267.858</u>	<u>283.929</u>	<u>300.965</u>
<u>CUSTOS PRODUTOS VENDIDOS</u>	<u>101.250</u>	<u>110.363</u>	<u>120.295</u>	<u>127.513</u>	<u>135.164</u>	<u>143.273</u>	<u>151.870</u>
CPV	101.250	110.363	120.295	127.513	135.164	143.273	151.870
<u>LUCRO BRUTO</u>	<u>99.400</u>	<u>108.346</u>	<u>118.097</u>	<u>125.183</u>	<u>132.694</u>	<u>140.656</u>	<u>149.095</u>
<u>(-) DESPESAS OPERACIONAIS</u>	<u>21.500</u>	<u>22.898</u>	<u>24.386</u>	<u>25.605</u>	<u>26.885</u>	<u>28.230</u>	<u>29.641</u>
FOPAG (MOD e MOI)	13.125	13.978	14.887	15.631	16.413	17.233	18.095
Outros Custos e despesas operacionais	8.375	8.919	9.499	9.974	10.473	10.996	11.546
<u>DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS</u>	<u>75.055</u>	<u>81.948</u>	<u>86.846</u>	<u>91.226</u>	<u>95.821</u>	<u>100.640</u>	<u>105.694</u>
Fixo - (estrutura e MOI)	13.575	14.457	15.397	16.167	16.975	17.824	18.715
Despesas financeiras	4.775	5.859	5.747	5.415	5.023	4.564	4.031
PDD	1.750	1.908	2.079	2.204	2.336	2.476	2.625
Despesas com vendas e logística	53.550	58.370	63.623	67.440	71.487	75.776	80.322
Despesas com RJ	1.105	1.105			0	0	0
Administrador Judicial	300	250					
<u>RESULTADO ANTES DO IR</u>	<u>2.845</u>	<u>3.500</u>	<u>6.865</u>	<u>8.351</u>	<u>9.988</u>	<u>11.786</u>	<u>13.760</u>
IR/CSLL	768	945	1.854	2.255	2.697	3.182	3.715
<u>RESULTADO LÍQUIDO</u>	<u>2.077</u>	<u>2.555</u>	<u>5.011</u>	<u>6.097</u>	<u>7.291</u>	<u>8.604</u>	<u>10.045</u>

5.1.2.3 Resumo analítico das projeções

Com base nos resultados projetados é possível destacar:

- ✓ A recuperanda possui ociosidade em algumas linhas de produção e com a maior ocupação dessas linhas a recuperanda apresentará ganhos de produtividade e incremento na margem de lucro líquido;
- ✓ A recomposição do capital de giro próprio é fundamental para alavancagem da margem de lucro líquido. Ao longo da projeção a despesa financeira cai percentualmente a cada ano, garantindo maior capacidade de pagamento ao Grupo Alimentos Wilson;
- ✓ Conforme a projeção, a geração de caixa apurado ao final de cada ano é suficiente para o pagamento da proposta aos credores e ao cumprimento do pagamento do passivo tributário, além dos investimentos necessários para continuidade e expansão das atividades desenvolvidas pelo Grupo. Desta forma, fica demonstrada a viabilidade da superação da situação de crise econômico-financeira do Grupo Alimentos Wilson, permitindo que seja mantida a fonte produtora do emprego dos trabalhadores e os interesses dos credores, promovendo assim a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica.

6. Pagamento Aos Credores

6.1 Classe I – Credores Trabalhistas

Os credores trabalhistas, independentemente do valor, receberão a integralidade de seus créditos em até 12 meses após a data da publicação da decisão que homologa o Plano de Recuperação Judicial no Diário de Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, conforme disposição expressa do artigo 54 da Lei 11.101/2005.

Em havendo a inclusão de algum credor trabalhista durante o curso do processo e em sendo este sujeito aos efeitos da Recuperação Judicial, o pagamento do valor habilitado após a devida liquidação será realizado sempre em 12 até (doze) meses após a inscrição da dívida no processo de recuperação judicial.

6.2 Credores Classe II – Com Garantia Real e Classe III e IV – Quirografários

O presente plano de recuperação judicial, conforme demonstrado anteriormente em suas premissas, considerou em suas projeções um cenário conservador do mercado de alimentos no país, a fim de conferir maior confiabilidade às projeções, bem como salvaguardar o interesse dos credores.

Identificou-se, assim, que, para que se faça possível o pagamento da integralidade das dívidas submetidas ao plano de recuperação judicial, torna-se imperiosa a recomposição do capital de giro das Recuperandas, seja por meio da concessão de fornecimento a prazo por seus fornecedores de insumos e/ou serviços, seja pela disponibilização de

valores correspondentes aos títulos de crédito tomados pela trava bancária quando da distribuição de seu processo de recuperação judicial,

Caso não se verifique possível a recomposição do capital de giro por meio da disponibilização pelas instituições financeiras dos valores retidos através da trava bancária e/ou por meio da retomada do fornecimento à prazo pelos credores em geral, far-se-á necessária a aplicação de deságio sobre o valor da dívida para que se alcance a reestruturação financeira das Recuperandas.

Assim, o presente plano de recuperação judicial considerou duas formas de pagamento distintas, válidas indiscriminadamente para credores das classes II, III e IV mediante escolha e adesão individual dos credores, subdivididos em instituições financeiras, e fornecedores em geral (de serviços ou produtos/insumos).

Demonstrativo dos valores de parcelas para pagamento aos credores classes II, III e IV			
Período	Valor pago anual	Valor pago mensal	% da dívida amortizado no ano
Ano 1	2.874.712,95	239.559,41	0%
Ano 2	2.874.712,95	239.559,41	0%
Ano 3	7.665.901,21	638.825,10	20%
Ano 4	7.378.429,91	614.869,16	20%
Ano 5	7.090.958,62	590.913,22	20%
Ano 6	6.803.487,32	566.957,28	20%
Ano 7	6.516.016,02	543.001,34	20%
Total	41.204.218,98		100,00%

Valores em Reais (R\$)

6.2.1 PROPOSTA DE PAGAMENTO “A” – CREDORES CLASSE II, CLASSE III e CLASSE IV.

Válida para instituições financeiras e fornecedores em geral.

O pagamento dos credores será realizado dentro do prazo de 7 (sete) anos, havendo um deságio de 55% (cinquenta e cinco por cento) sobre o valor da dívida e iniciando-se no primeiro ano contado a partir da data de disponibilização no Diário de Justiça Eletrônico do Estado de São Paulo da decisão que homologa a aprovação presente plano de recuperação judicial.

Os créditos sofrerão correção monetária de acordo com o índice aplicável ao período da Taxa Referencial (TR), criada pela Lei nº 8.177/91, de 01.03.1991 e Resoluções CMN – Conselho Monetário Nacional – nº 2.437, de 30.10.1997, bem como haverá incidência de juros de 6% (seis por cento) ao ano.

Os juros e a correção monetária passarão a incidir sobre o passivo da recuperação judicial a partir da data de publicação da decisão que concede a Recuperação Judicial às Recuperandas.

Conforme demonstra pormenorizadamente o anexo “A.1”, durante o primeiro e segundo ano após a homologação do quadro geral de credores, haverá o pagamento de juros e correção monetária, seguindo-se, no terceiro ano com o pagamento de parcela que integrará não só os juros e correção monetária, mas também parte do principal da dívida.

Com o intuito de evitar-se a incidência de substanciais custos financeiros relacionados à transferência de valores, o repasse dos créditos se dará anualmente, por meio de

depósito bancário em conta corrente especificada pelo credor, conforme disposição da cláusula 6.2 deste plano de recuperação judicial, até o último dia útil do 13º mês contado da publicação da decisão que homologa o plano de recuperação judicial das Recuperandas no Diário de Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.

6.2.2 PROPOSTA DE PAGAMENTO “B” – CREDORES CLASSE II, CLASSE III e CLASSE IV.

Válida para instituições financeiras e fornecedores em geral fomentadores das atividades das Recuperandas, por meio de adesão nos termos desta cláusula.

Não haverá deságio sobre o valor da dívida e o pagamento dos credores será realizado dentro do prazo de 10 (dez) anos, iniciando-se a no primeiro ano contado a partir da data de disponibilização no Diário de Justiça Eletrônico do Estado de São Paulo da decisão que homologa a aprovação presente plano de recuperação judicial.

Os créditos sofrerão correção monetária de acordo com o índice aplicável ao período da Taxa Referencial (TR), criada pela Lei nº 8.177/91, de 01.03.1991 e Resoluções CMN – Conselho Monetário Nacional – nº 2.437, de 30.10.1997, bem como haverá incidência de juros de 10% (dez por cento) ao ano ou, a critério do aderente, incidirão sobre os créditos apenas juros de 12% (doze por cento) ao ano, excluída a correção monetária.

Os juros e a correção monetária, se o caso da incidência de correção monetária, passarão a incidir sobre o passivo da recuperação judicial a partir da data de publicação da decisão que concede a Recuperação Judicial às Recuperandas.

Conforme demonstra pormenorizadamente o anexo “B.1”, durante o primeiro ano após a homologação do quadro geral de credores, haverá o pagamento de juros e correção monetária, se o caso da incidência deste, seguindo-se, no segundo ano do pagamento de parcela que integrará não só os juros e correção monetária, se o caso, mas também parte do principal da dívida.

Com o intuito de evitar-se a incidência de substanciais custos financeiros relacionados à transferência de valores, o repasse dos créditos se dará anualmente, mensalmente, por meio de depósito bancário em conta corrente especificada pelo credor, conforme disposição da cláusula 6.2 deste plano de recuperação judicial, até o último dia útil mês contado da publicação da decisão que homologa o plano de recuperação judicial das Recuperandas no Diário de Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.

Farão jus ao recebimento de seus créditos nos termos desta cláusula os credores que fomentarem as atividades das Recuperandas, nos termos que seguem e mediante compromisso prestado por meio de proposta de adesão nos moldes do anexo “B.2”:

6.2.3 CREDITORES FOMENTADORES – CLASSE II E III – INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS e MUTUANTES

Caso optem pelo recebimento de seu crédito nos termos da proposta “B” de pagamento, deverão as Instituições financeiras disponibilizar às Recuperandas os valores correspondentes aos títulos de crédito e/ou aplicações financeiras de terceiros garantidores que foram anteriormente cedidos em garantia de obrigações contratuais ou nos moldes do termo de adesão constante do anexo “B.2”.

Em caso de se tratar o credor de instituição financeira cujo crédito não possuía títulos ou aplicações financeiras de terceiros em garantia ou em se tratando de credor mutuante, ou seja, pessoa física ou jurídica cujo crédito decorra de contrato de mútuo (empréstimo), deverão os credores disponibilizar crédito novo às Recuperandas em percentual correspondente a no mínimo 20% (vinte por cento) do valor de seu crédito habilitado no quadro geral de credores, nos moldes do termo de adesão constante do anexo “B.2”, caso optem pelo recebimento de seus créditos nos termos da proposta “B” de pagamento.

Ressalva-se que a presente cláusula não adentrará o mérito acerca da boa ou má constituição das garantias de cessão fiduciária e ou penhor sobre títulos/aplicações financeiras quanto às instituições financeiras optantes por esta modalidade de pagamento, entretanto, as Recuperandas reservam-se o direito de discutir a regular constituição de garantia, bem como possíveis ilegalidades na retenção de valores e obrigatoriedade de restituição, no que diz respeito aos títulos de crédito de sua

titularidade absorvidos por instituições financeiras não aderentes à presente modalidade de pagamentos após o seu pedido de recuperação judicial.

6.2.4 CREDORES FOMENTADORES – CLASSE II, III e IV– FORNECEDORES EM GERAL

Caso optem pelo recebimento de seu crédito nos termos da proposta “B” de pagamento, deverão os fornecedores em geral (de insumos/produtos/serviços) disponibilizar às Recuperandas fornecimento com prazo médio de 90 dias para pagamento nos volumes solicitados de acordo com a necessidade das Recuperandas, nos moldes do termo de adesão constante do anexo “B.2”,

A adesão dos fornecedores fomentadores tem por premissa o fornecimento em quantidade compatível com as vendas projetadas e em preço usual de mercado, ressalvando-se que a decisão sobre compra de bens ou contratação de serviços dos fornecedores fomentadores, dependerá de decisão das Recuperandas, respeitando-se a livre gestão da empresa e privilegiando operações que não gerem prejuízo à operação, no período compreendido entre publicação da decisão que homologa a aprovação do presente plano de recuperação judicial e o encerramento dos pagamentos previstos nesta cláusula (10 anos).

6.2.5 DO PRAZO PARA ADESÃO À PROPOSTA DE PAGAMENTO “B”

Os credores classes II, III e IV, fornecedores em geral e instituições financeiras terão um prazo improrrogável de dez dias corridos contados a partir da data da publicação da decisão que homologa o plano de recuperação judicial das Recuperandas no Diário de

Justiça Eletrônico do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo para assinatura e entrega do termo de adesão à proposta de pagamento “B”.

Para maior transparência, o termo de adesão à proposta de pagamento “B” deverá ser entregue ao administrador judicial em seu escritório cujo endereço profissional dentro do prazo improrrogável supra descrito e independentemente de eventuais feriados.

6.2.6 DA FORMA DO PAGAMENTO AOS CREDITORES

Os pagamentos, nos termos da proposta de quitação aplicável a cada um dos credores, serão realizados diretamente nas contas bancárias dos credores e o simples recibo de transferência servirá comprovante de pagamento.

Para que seja feito o pagamento, cada credor individualmente deverá informar via correio eletrônico, através do e-mail: recuperaçãojudicial@alimentoswilson.com.br em até 30 dias anteriores à data de pagamento prevista na proposta a cada ano ou mês, os seguintes dados:

1. Nome/Razão Social completa, CPF/CNPJ e telefone para contato, com indicação do responsável;
2. Instituição bancária, agência e conta corrente para o depósito.

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

Outrossim, não haverá a incidência de juros ou encargos moratórios caso pagamentos não sejam realizados em razão de não terem os credores informado tempestivamente suas contas bancárias.

Ainda, caso não haja a renovação anual das informações bancárias, as Recuperandas não se responsabilizarão pela ausência de recebimento em razão de eventuais alterações de dados bancários, como agencia e conta corrente, bem como não poderá ser imputado o descumprimento do plano de recuperação judicial em caso de desídia do credor em informar ou atualizar seus dados bancários.

7. DOS CRÉDITOS NOVOS

Os créditos listados na relação de credores das Recuperandas poderão ser modificados, e novos créditos poderão ser incluídos no quadro geral de credores, em razão do julgamento dos incidentes de habilitação, divergências, ou impugnação de créditos ou acordos.

Em caso de inclusão de novos créditos no quadro geral de credores, conforme previsão acima, estes credores receberão seus pagamentos nas mesmas condições e formas estabelecidas neste plano de recuperação judicial, de acordo com a classificação que lhes for atribuída, sem direito aos rateios de pagamentos eventualmente já realizados.

8. DO DESCUMPRIMENTO DO PLANO

O presente plano de recuperação judicial somente poderá ser considerado descumprido após o curso de 30 dias contados a partir do vencimento da parcela em atraso, sendo considerado regular eventual purgação da mora dentro deste prazo.

9. DA DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS

Durante o curso do processo de recuperação judicial as Recuperandas não farão distribuição de dividendos aos seus sócios, devendo estes, caso existam, ser redirecionados para a operação e/ou antecipação dos pagamentos previstos no presente plano de recuperação judicial.

10. DO PASSIVO FISCAL

O passivo fiscal federal, estadual e/ou municipal, que ainda não foi objeto de parcelamento e encontrar-se inadimplido, poderá ser objeto de parcelamento especial, cabendo às Recuperandas, de acordo com a sua conveniência, promover eventuais medidas judiciais para obter a melhor forma de parcelamento.

11. Viabilidade da Proposta de Pagamento

As projeções demonstram que o Grupo Wilson tem plena condição de liquidar suas dívidas constantes no Plano de Recuperação Judicial proposto, honrar com os compromissos não sujeitos aos efeitos da Recuperação Judicial, manter e ampliar a atividade operacional

durante o período de recuperação e após ele, reverter de maneira significativa à atual situação em que se encontra tendo em vista os seguintes pontos:

A Geração de Caixa durante esse período é plenamente suficiente para a liquidação das dívidas na forma proposta, bem como, para a manutenção das atividades operacionais e seus novos compromissos a serem assumidos, os créditos não sujeitos aos efeitos da recuperação judicial e os investimentos necessários;

As ações de melhoria apresentadas nesse plano, das quais, boa parte já estão sendo implementadas, e o comprometimento dos proprietários e da equipe de colaboradores com os objetivos traçados são fatores altamente positivos e que tendem a garantir o sucesso do plano apresentado;

As projeções mercadológicas realizadas por órgãos vinculados ao segmento/atividade das empresas para os próximos anos indicam favorável e constante elevação na demanda.

12. Considerações Finais

O Plano de Recuperação Judicial proposto atende aos princípios da Lei de Recuperação Judicial, Extrajudicial e Falência do Empresário e da Sociedade Empresária (Lei nº. 11.101, de 9 de Fevereiro de 2005 - “Lei de Recuperação de Empresas”), garantindo os meios necessários para a recuperação econômico-financeira das Recuperandas. Neste sentido foram apresentados diferentes meios para a Recuperação Judicial das empresas no Plano de Recuperação Judicial, objeto deste documento.

Salienta-se ainda que o Plano de Recuperação Judicial apresentado demonstra a viabilidade econômico-financeira das empresas através de diferentes projeções, desde que as condições propostas para o pagamento aos credores sejam aceitas. Importante ainda destacar que um dos expedientes recuperatórios ao teor do artigo 50 da referida Lei de Recuperação de Empresas, é a “reorganização administrativa”, medida que foi iniciada e encontra-se em implementação.

Portanto, com as projeções para os próximos anos favoráveis ao mercado onde as empresas atuam combinado ao conjunto de medidas ora proposto neste Plano de Recuperação Judicial, fica demonstrado à efetiva possibilidade da continuidade dos negócios com a manutenção e ampliação na geração de novos empregos, além do pagamento de seus débitos.

13. Nota de Esclarecimento

A participação e o trabalho técnico desenvolvido pelas empresas PLANNER CONSULTORES e FINOCCHIO & USTRA SOC. DE ADVOGADOS na elaboração deste Plano de Recuperação Judicial deu-se através da modelagem das projeções financeiras de acordo com as informações e premissas fornecidas pelas empresas do Grupo Wilson. Estas informações alimentaram o modelo de projeções financeiras, indicando o potencial de geração de caixa da empresa e conseqüentemente a capacidade de amortização da dívida.

Deve-se notar que o estudo da viabilidade econômico-financeira se fundamentou na análise dos resultados projetados para as empresas do grupo, e contém estimativas que envolvem riscos e incertezas quanto à sua efetivação, pois dependem parcialmente de fatores externos à gestão da empresa.

As projeções para o período compreendido em 10 (dez) anos foram realizadas com base em informações da própria empresa e das expectativas em relação ao comportamento de mercado, preços, estrutura de custos e valores do passivo inscrito no processo.

Assim, as mudanças na conjuntura econômica nacional bem como no comportamento das proposições consideradas refletirão nos resultados apresentados neste trabalho.

14. Conclusão

Este Plano de Recuperação Judicial, fundamentado no princípio da par conditio creditorum, implica novação objetiva e real dos créditos anteriores ao pedido, e obrigam as empresas ALIMENTOS WILSON LTDA. E DTHOKI INVESTIMENTOS E PARTICIPAÇÕES S.A., todas em Recuperação Judicial, e todos os Credores a ele sujeitos nos termos do artigo 59 da Lei 11.101/2005 (Lei de Recuperação de Empresas), do artigo 385 da Lei nº 10.406, de 10.01.2002 (Novo Código Civil) e artigo 584, inciso III, do caput da Lei 5.869/1973 (Código de Processo Civil). A sentença concessiva da Recuperação Judicial constitui título executivo judicial, novando todas as obrigações sujeitas à Recuperação Judicial.

A PLANNER CONSULTORES e FINOCCHIO & USTRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS, que elaboraram em conjunto este Plano de Recuperação Judicial, acredita, que o processo de reestruturação administrativa, operacional e financeira, bem como as correspondentes projeções econômico-financeiras detalhadas neste documento, desde que sejam implementadas e realizadas, possibilitarão que as empresas do grupo mantenham-se viáveis e rentáveis, bem como acreditam que os Credores terão maiores benefícios com a implementação deste Plano de Recuperação, uma vez que a proposta aqui detalhada não agrega nenhum risco adicional.

Regente Feijó, 12 de Janeiro de 2015.

PLANNER CONSULTORES ASSOCIADOS SS Ltda.

FINOCCHIO & USTRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS

ALIMENTOS WILSON Ltda.

DTHOKI INVESTIMENTOS E PARTICIPACOES S.A.

15. Laudo de Avaliação de Bens e Ativos