

2. DO HISTÓRICO DA EMPRESA

A OPP iniciou suas atividades no ano de 2003, com o ramo de confecção de peças de vestuário, comércio atacadista de artigos e vestuário e complementos; comércio varejista de artigos do vestuário e complementos; confecção de roupas íntimas e fabricação de artigos para viagem, bolsas e semelhantes de qualquer material, dentre outras.

Suas atividades são direcionadas, em síntese, à produção e comercialização de artigos de vestuário das marcas, tendo atualmente como principais marcas: “Oppnus”, “Empório” e “Caccau”, sendo que destas, a “Oppnus” foi a primeira marca inserida no mercado, no caso no ano de 2003.

Diante da necessidade de mercado, em 2005, a empresa OPP lançou a marca “Empório”, com a sua primeira loja em Brusque, Santa Catarina. Em 2009 lançou no mercado a marca “Caccau”. De lá para cá, a empresa OPP, chegou a mais de 40 lojas, espalhadas pelos estados de São Paulo, Santa Catarina, Goiás e Paraná. Atualmente, diante da realidade de mercado, conta com cerca de 18 lojas ativas.

Logo como se vê, a empresa requerente é titular de grandes marcas no mercado brasileiro, atendendo clientes em todo o território nacional, com lojas próprias, com capacidade produtiva de até 1.500.000 (um milhão e quinhentas mil) peças jeans/mês.

A sociedade é administrada por Ricardo de Oliveira Souza e tem como sócios/proprietários: Cleberson Cristiano Poloto Ferreira e Clerisson Fabiano Poloto Ferreira.

A empresa gera atualmente cerca de 460 empregos diretos e em média 5.000 indiretos, que integram toda a cadeia produtiva, da confecção até a venda, o que demonstra a relevância social da empresa.



A OPP é conhecida no seu ramo de atuação, e detém relacionamento em todos os pontos do País.

3. DA CRISE ECONÔMICA E FINANCEIRA

As situações que levaram a OPP para crise econômica e financeira foram discutidas com profundidade na petição inicial do pedido de recuperação judicial e na consequente emenda da mesma, sendo que neste plano faremos apenas breves comentários à cerca de tais situações.

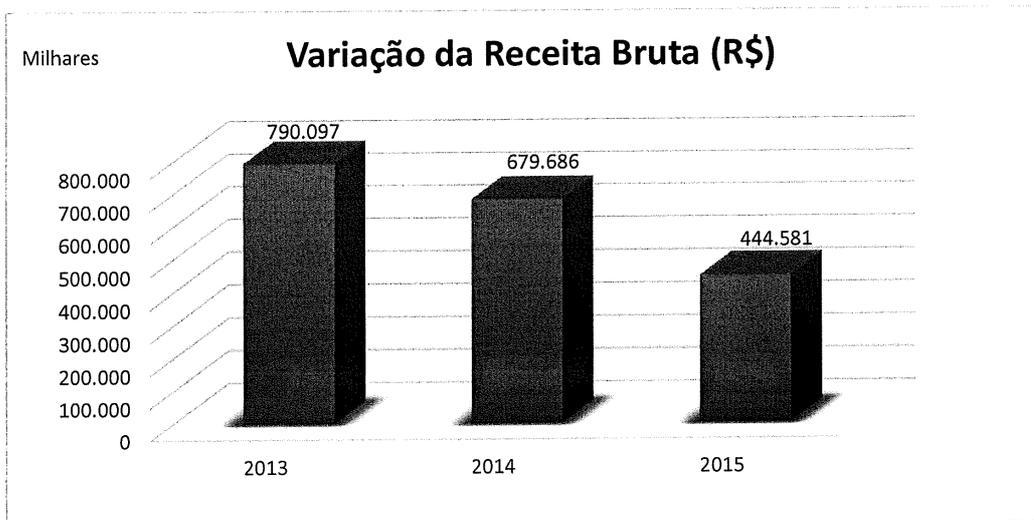
3.1. Queda da Receita Bruta

A queda acentuada da Receita de Vendas pode ser considerada como ponto forte que levou a empresa ao desequilíbrio financeiro e econômico. Como principal origem que culminou a queda acentuada do Faturamento está o agravamento da crise econômica vivenciada no Brasil, a qual atingiu em cheio o comércio varejista e, por consequência, a indústria do vestuário.

Em vista dessa complicada situação do mercado em geral, a Administração da OPP optou por realizar o fechamento de 21 unidades (lojas) no ano de 2016, pois visava adequar seus Custos fixos e Despesas a esta nova realidade.

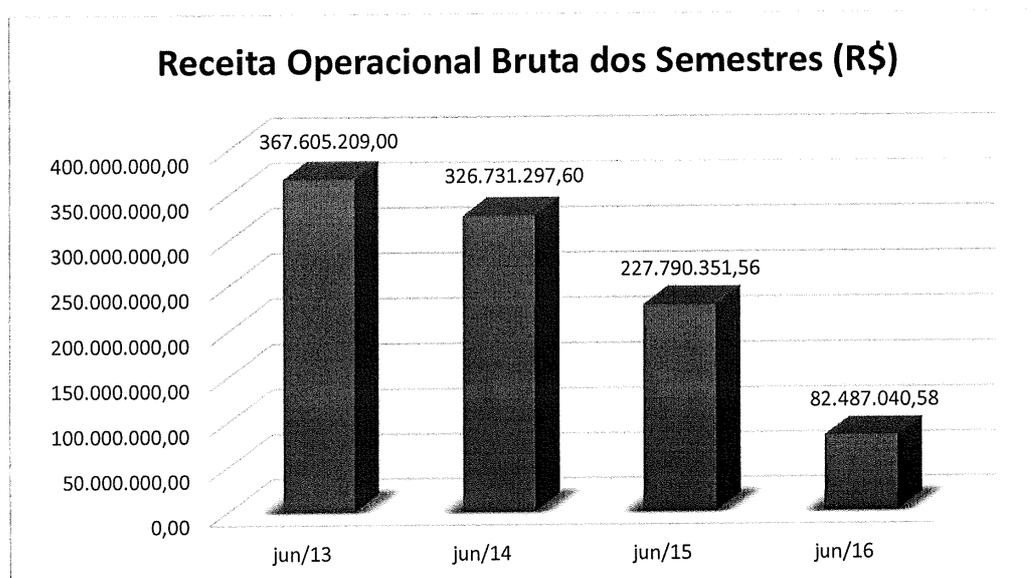
Com fins de demonstrar a queda da Receita vivenciada pela empresa, demonstramos o gráfico abaixo:





Observa-se uma queda brusca na Receita Bruta de 2015, sendo que apontamos como principal causa a crise econômica que o Brasil passa, que tem gerado brusca retração no consumo no tocante a artigos de moda, ficando os consumidores restritos a comprar aquilo que lhe é estritamente necessário (produtos de necessidade básica).

Destaca-se ainda uma maior queda, quando comparada dentro dos períodos que compreendem de janeiro a junho, dos exercícios de 2013 até 2016, como exposto abaixo:



Comparar os primeiros semestres de cada exercício é uma forma de demonstrar a forte queda que as vendas da Empresa tiveram no primeiro semestre de 2016 em relação aos semestres dos anos anteriores.

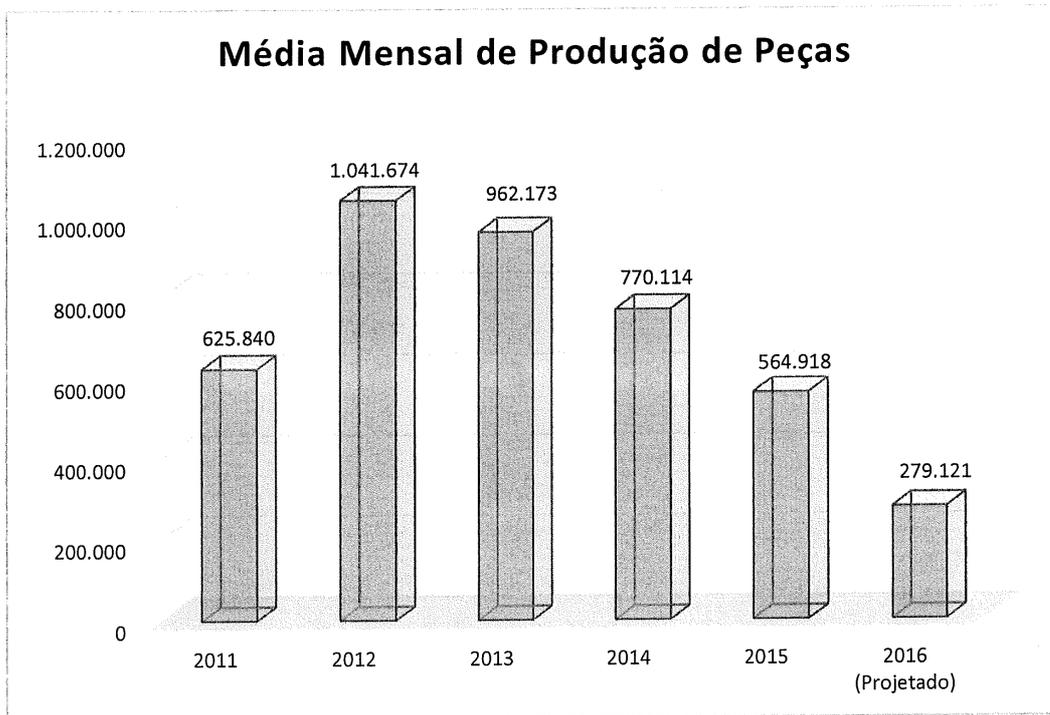
Reforçando os números apresentados no que se referem ao número de peças comercializadas pela requerente, o gráfico abaixo visa confirmar a queda das Receitas de Vendas, demonstrando da seguinte forma:



Do ano de 2012 para 2015 a queda em número de peças comercializadas foi de 5.721.072 (cinco milhões, setecentos e vinte e uma mil e setenta e duas peças), ou seja, em 3 anos a comercialização de peças da OPP caiu quase pela metade, o que já demonstrava o forte impacto da crise econômica sobre os números da OPP no ano de 2015.

Ainda, para possibilitar a comparação com anos anteriores apresentamos a seguir um gráfico com a média mês de peças comercializadas, sendo:

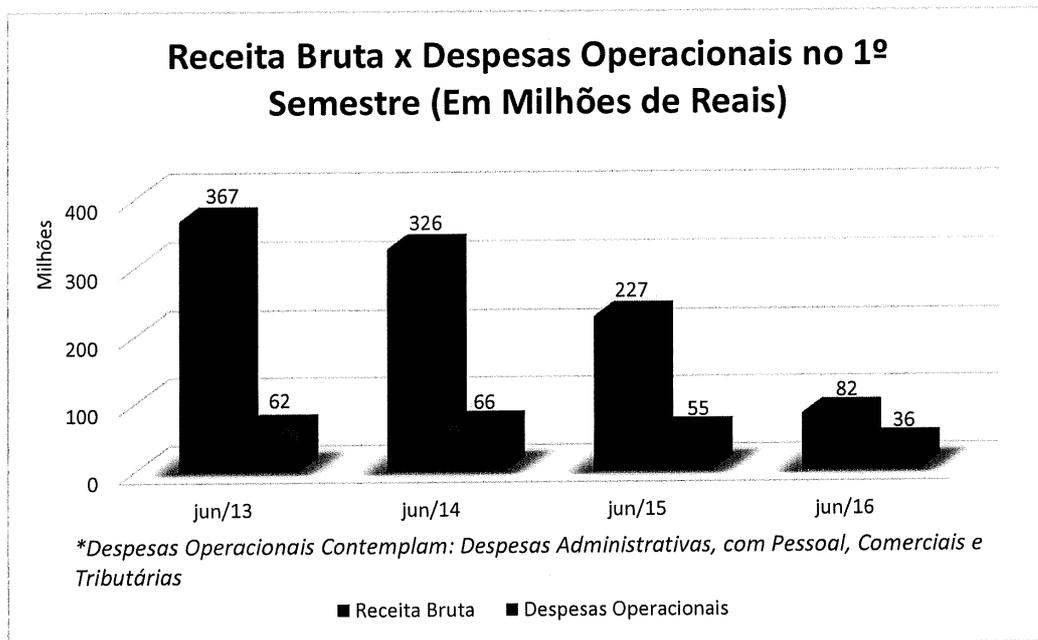




3.2. Manutenção dos Custos e Despesas Fixas

Outro fator que contribuiu muito para o desequilíbrio econômico e financeiro da requerente, é que na expectativa da retomada das vendas a Administração da OPP, e diante da necessidade de manter a mão de obra qualificada (linha de corte/costureira, por exemplo), a empresa não teve como adotar de imediato medidas de redução de Custos e Despesas Fixas (como folha de pagamento), mantendo no período em que houve a queda das Vendas boa parte da capacidade instalada de produção e comercialização, a qual era estimada em 1.500.000 (um milhão e quinhentas mil) peças. Esse fato é evidenciado, no gráfico a seguir, em que demonstramos a relação entre a Receita Bruta de Vendas e as Despesas Operacionais:





Observamos, ainda, que a situação da relação Receita Bruta de Vendas “versus” Despesas Operacionais fixas, só não foi pior no primeiro semestre de 2016 porque a Administração deu início a uma política de corte de custos e despesas fixas, as quais começam a refletir positivamente agora no segundo semestre de 2016.

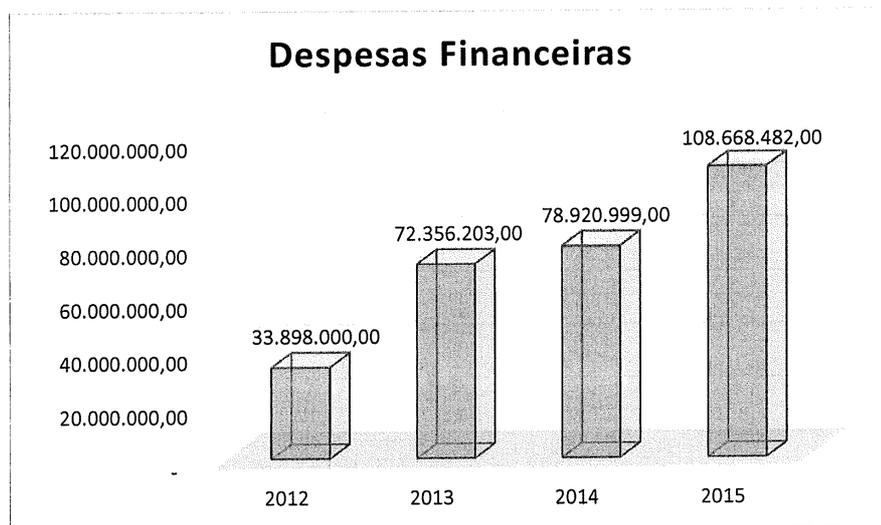
De janeiro a julho de 2016, ou seja, em sete meses foram reconhecidos como despesas no grupo: “Despesas Gerais Comerciais” aproximadamente R\$ 5 Milhões de reais a título de Indenizações, as quais se referem a gastos que a OPP teve no processo de dispensa e das reestruturações realizadas na área comercial.

3.3. Alta das Despesas Financeiras

A rápida queda do mercado de confecções, nunca antes vista, aliada a expectativa de reação, fez com que a OPP mantivesse uma estrutura muito superior ao que se realizava de venda, ou seja, capacidade de produção bem acima do que se produzia e comercializava, sendo que para manter a estrutura, sem o correspondente ingresso de recursos naturais (por venda), a Administração da OPP teve que aumentar a captação de recursos junto a



terceiros, principalmente por meio de empréstimos e financiamentos, o que fatalmente aumentou o seu desembolso em relação aos juros e encargos, o que demonstramos no gráfico a seguir:



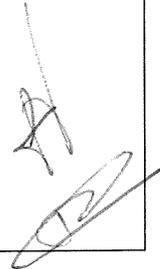
O gráfico acima demonstra que só no exercício de 2015 a OPP gerou R\$ 108 Milhões de Despesas Financeiras (Juros e Encargos), considerando que naquele exercício a mesma teve uma Receita Bruta de R\$ 444 Milhões, os Juros e Encargos Financeiros representaram 24,32% dessa Receita, ou seja, $\frac{1}{4}$ da Receita Bruta ficou comprometida com Juros e Encargos em 2015.

4. DOS OBJETIVOS DO PLANO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL

Este Plano tem como principal objetivo propor e apresentar as medidas que visam a recuperação econômica e financeira da OPP INDÚSTRIA TÊXTIL LTDA, assim como determina o cerne da Lei nº 11.101/2005 em seu Artigo 47 que traz: “A recuperação judicial tem por objetivo viabilizar a superação da situação de crise econômico-financeira do devedor, a fim de permitir a manutenção da fonte produtora, do emprego dos trabalhadores e dos interesses dos credores, promovendo, assim, a preservação da empresa, sua função social e o estímulo à atividade econômica”.



Devido a tudo que a OPP representa, e devido a tudo que ainda pode vir a representar, pois a mesma tem experiência de atuação no seu mercado, e possui produtos bem posicionados e uma carteira com mais de 20.000 (vinte mil) clientes ativos espalhados por todo território brasileiro, não há dúvidas que esses fatores combinados com a alongamento das dívidas e redução dos custos financeiros serão determinantes para a recuperação econômica e financeira da OPP.



PARTE II - DAS MEDIDAS PARA RECUPERAÇÃO

5. INTRODUÇÃO

Com base no artigo 50 da Lei nº 11.101/2005, lei da recuperação judicial e falência, que traz um rol não exaustivo de medidas que podem ser adotadas pela Administração da empresa, visando seu processo de recuperação, descrevemos a seguir, nesse plano de recuperação judicial, as medidas que a OPP estará utilizando para alcançar a sua recuperação econômica- financeira.

O Plano para recuperação econômica e financeira da OPP está voltado para redução de custos e despesas, que envolve a reestruturação de suas áreas e departamentos, aumento da carteira de clientes, que envolve a ampliação do mercado de atuação, readequação da área comercial, que envolve a ampliação do número de marcas e abertura de novas lojas em regiões que a OPP não atuava. A seguir estaremos sintetizando os meios de recuperação a serem adotados para alcançar o objetivo de recuperar econômica e financeiramente a OPP.

5.1. Da Reestruturação Organizacional

As medidas e as ações que envolvem a reestruturação organizacional visando reduzir as despesas e os custos da OPP, tornando a estrutura mais eficiente, descrevemos a seguir:

5.1.1. Reestruturação da Área Administrativa

A área administrativa é responsável pela centralização de toda informação de caráter gerencial, de pessoal (recursos humanos e folha de pagamento), tecnologia da informação e financeira.

Para esta área algumas medidas já estão e serão tomadas:



- A primeira medida foi a Reestruturação do software de gestão (E.R.P), envolvendo principalmente o departamento contábil, cujo objetivo foi apresentar a alocação dos custos e despesas de maneira que permitam melhor identificar a rentabilidade de cada filial (loja), para que não existam Custos e Despesas fixas sem o devido retorno da produção e da geração de vendas;
- Implantação de processos relacionados aos controles na Área Financeira, principalmente em relação a análise de crédito, visando melhor delinear o perfil dos clientes com qual a OPP está operando comercialmente, buscando assim diminuir consideravelmente o índice de inadimplência.
- Os controles financeiros vinculados a análise de crédito já foram implantados, estando produzindo bons resultados com uma redução significativa da inadimplência das vendas que foram realizadas em período pós a adoção dos referidos controles.
- Adoção de medidas que visam recuperar valores do contas a receber, os quais constam como inadimplência originárias de períodos anteriores (anos) ao segundo trimestre de 2016. Esse procedimento está vinculado as medidas de melhoria dos controles internos na área financeira, bem como deve contribuir para a formação de capital de giro para OPP.

5.1.2. Reestruturação da Área Comercial

A Reestruturação da área Comercial tem como principal objetivo a ampliação da carteira de clientes em todo território nacional, sendo como uma das medidas já adotadas pela Administração da OPP nesse processo de reestruturação interna, foi a contratação de um Diretor Comercial com grande conhecimento do mercado de confecções, principalmente na linha do Jeans.

Essa ampliação de mercado para outras regiões do território nacional, que será discorrida a seguir, tem como foco recuperar o volume de venda que a OPP



indústria possuía em anos anteriores, sendo que tal recuperação do volume de venda não

5.2. Reestruturação das Unidades de Venda no Atacado (Lojas)

A Administração da OPP por meio de avaliação de resultados já realizou o processo de reestruturação de suas Lojas de Atacado (atendimento a lojistas), sendo que essa avaliação de resultado e desempenho resultou no fechamento de 21 (vinte e uma) unidades que estavam gerando constantes prejuízos, além de ficar evidenciado a sobreposição na estrutura comercial em alguns casos sem o devido retorno econômico e financeiro.

Após a etapa de enxugamento da estrutura, que culminou no fechamento das Lojas da OPP que apresentavam baixo volume de vendas, tendo como base estudos comerciais a OPP pretende realizar a abertura de novas Lojas para venda no Atacado, sendo projetado de imediato a abertura de 8 (oito) novas lojas de atacado, as quais devem ter como “carro chefe” produtos das marcas “Cacau” e “Empório”.

Essas novas lojas que já estão em processo de abertura estão localizadas nos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo observando que, com esse novo projeto a OPP já busca ingressar em mercados que não havia se estabelecido antes, no caso em questão o Estado do Rio Grande do Sul com a loja de Farroupilha-RS.

Destacando que até 30/11/2016 a OPP já estava com 5 (cinco) das 8 (oito) lojas projetadas já em funcionamento, com previsão de abertura das outras 2 (duas) lojas ainda em dezembro de 2016.

Ainda, com relação as Lojas inauguradas até 30/11/2016, apontamos como especial a Unidade de São Paulo, a qual é revestida de caráter muito estratégico, para as marcas como “Cacau” e “Empório” (marcas com certo valor agregado).

