A MEGA LEILÕES
Alameda Santos, 787 – cj 132 – Jd. Paulista
São Paulo – S.P. CEP: 01419-001
A/C: Sra Nathalia Amorim

Luis Fernando Giordano, Engenheiro de Produção Mecânico, Administrador de empresas, perito e gestor judicial contratado por este escritório, vem por meio desta apresentar seu relatório de análise e avaliação da marca KARMAN GHIA para posterior alienação através de leilão judicial decorrente de processo de falência.

1.) Do Escopo dos trabalhos

a.) Análise de documentação fornecida
b.) Estudos econômicos financeiros sobre resultados

2.) Considerações Iniciais

As informações fornecidas são as constantes nos autos do processo 2241507-64.2016.8.26.0000 e código 50FE887, folhas de número 749 a 844, intitulado plano de retomada das atividades.

Cabe observar que os elaboradores são responsáveis pelo conteúdo e qualidade das informações acerca de suas atividades contempladas neste relatório, inclusive sob as penas previstas em lei.

Não é objetivo deste trabalho a realização de perícia ou auditoria contábil, o que já consta nos documentos fornecidos, sendo apenas a análise para cálculo de valor a título de sua alienação.

Importante ressaltar que os números fornecidos decorrem de projeções realizadas, mantidas certas condições da unidade fabril, porém com atuação fora do mercado original, portanto, este estudo se baseará na capacidade de realização de negócios.

Mesmo havendo registros de marcas e submarcas conforme demostrado no trabalho base, as informações contábeis e financeiras deveriam estar subdivididas para cada setor e/ou produto, fazendo que cada um pudesse ser analisado em separado. Nas condições apresentadas é impossível se realizar essa análise em separado e, portanto este estudo se focará apenas na marca principal, ou seja, KARMAN GHIA.

MARCAS E PATENTES

Numero	Validade	Marca	Situação	Titular	Classe
7207700	25/07/2009	Karmann Caravan	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	07 : 50 - 60
2988658	27/05/2014	Karmann-Ghia	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	09 : 20 -30 - 80
2988640	27/07/2014	Karmann-Ghia do Brasil	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	08 : 10 - 40
2988656	27/07/2014	Karmann-Ghia	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	07 : 10 - 55 - 60
3023028	27/07/2014	Karmann-Ghia	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	07 : 25 - 60
811365450	12/02/2015	Karmann-Ghia	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	07 : 25 - 50 - 60
817964762	08/10/2016	Karmann-Ghia	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	07 : 25 - 50 - 60
2128985	22/11/2016	Karmann-Ghia do Brasil	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	12 - Argentina
6653138	10/03/2018	Karmann-Ghia	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	40:15:00
7207719	25/07/2019	Karmann Caravan	Registro	Karmann Ghia do Brasil Ltda	07: 50 - 60

3.) Consideração relacionada à marca e mercado de atuação passado e futuro

Embora a marca Karman Ghia tivesse consolidada no país associada ao mercado automobilístico, através de parcerias que vão desde veículos próprios atuando diretamente no mercado consumidor, passando a prestador de serviços de montagem e fornecedor de peças para linhas esportivas mantendo-se no mercado intermediário (B2B – Bussiness to Bussines) através de contratos, o projeto apresentado direciona sua atuação em novos mercados, inicialmente a fabricação de antenas de tecnologia DHT – Direct to home, ou seja as antenas que captam sinais por satélite para TV´s pagas, considerado por seus idealizadores um mercado de fácil penetração na época de seu desenvolvimento.

3.1.) A título de informação, segue abaixo reportagem publicada pelo site www.telesintese.com.br de 30/07/2019, onde apresenta um panorama do mercado de TV PAGA e seus principais players que se utilizam deste produto relacionado a esta plataforma tecnológica.

ECONOMIA FRACA TRAVA O DTH. MAS CLARO E SKY ACREDITAM EM RETOMADA

DTH

A Claro TV foi o serviço que mais desligou acessos em DTH no período. Mas a empresa aposta na retomada da economia para voltar a atrair clientes para a tecnologia. “A gente não tem interesse em encerrar o DTH. O DTH de fato vai demorar para se revigorar, mas existem regiões e nichos em que é a melhor tecnologia. Onde não temos rede fixa, é a melhor forma de atender o consumidor de TV”, acrescenta Marques.

A segunda maior operadora de TV paga explora justamente o DTH, sem alternativas em infraestrutura fixa, como acontece com a Claro. Não à toa Sérgio Ribeiro, vice-presidente de operações e comercial da Sky, diz que a aposta da companhia recai sobre a atração dos usuários da banda C. Estes usam antenas parabólicas para sintonizar canais abertos de TV.

A Sky vem criando pacotes para atender a especificidade desse público. "São 20 milhões de pessoas na banda C hoje no Brasil. Então acredito que o DTH ainda tem muito para dar. Acho que o cenário macroeconômico é fundamental para todo o processo", afirma.

3.2.) No link https://www.ouniversodatv.com/2017/05/vivo-tv-muda-estrategia-e-deixa-o-dth.html , em 05/2017 há também referências sobre o tema

Vivo TV muda a estratégia e deixa o DTH meio de lado e passará a focar na Fibra na TV paga

Matéria originalmente por: https://www.ouniversodatv.com/2017/05/vivo-tv-muda-estrategia-e-deixa-o-dth.html#ixzz6Eu5I4Mzx

A **Telefônica/Vivo** está claramente mudando o foco do seu serviço de TV paga, de DTH para IPTV por meio da rede de fibras. Durante a conferência de resultados realizada nesta quarta, 10, a operadora detalhou a mudança de estratégia. Segundo os dados apresentados pela empresa, a participação da tecnologia de fibra na entrega dos serviços de TV da Vivo passou de 10% para 17% no primeiro trimestre deste ano em relação ao mesmo período do ano passado. O DTH, portanto, caiu de 90% para 83%. A base de clientes de TV paga da Vivo TV foi de 1,661 milhão de clientes em março, o que significa uma queda na comparação anual de 7%. Ao mesmo tempo, o serviço passou a ser focado no segmento mais rentável, de modo que a receita média por usuário cresceu no mesmo período 6,6%, para R$ 94,7.

Ao mesmo tempo, a empresa tem focado sua estratégia fixa na expansão das redes de fibra, que devem ganhar mais 19 cidades este ano, sendo parte dentro da estratégia da expansão das redes da antiga GVT, para além do estado de São Paulo (sete cidades), e parte no acordo firmado com a Anatel para ajustamento de conduta (11 cidades). O tema foi um dos mais questionados pelos analistas de mercado que participaram da conferência. Os investimentos em fibra aumentaram 37% de 2016 para cá, os investimentos em IPTV cresceram 30% no mesmo período. O market share de acessos em FTTH cresceu de 10% para 13%, com queda proporcional em xDSL. A receita média do cliente de banda larga está em R$ 48,6, um aumento de 9,2% em 2017 em relação ao primeiro trimestre de 2016.

3.3.) Outra informação obtida através do link https://teletime.com.br/30/07/2019/operadoras-de-tv-paga-divergem-sobre-futuro-e-sobrevivencia-do-dth

Operadoras de TV paga divergem sobre futuro e sobrevivência do DTH

Principal afetada pelo derretimento da base de TV por assinatura brasileira nos últimos anos, a tecnologia DTH (transmissão via satélite) tem dividido as operadoras de telecomunicações do ponto de vista da estratégia. Enquanto Vivo e Algar Telecom não escondem que a tecnologia já está

sendo relegada para um segundo plano, as líderes de mercado Claro Brasil e Sky defendem suas bases legadas e acreditam que o modelo ainda tem muito a entregar.

"Escuto há muito tempo que o DTH vai acabar, mas na realidade 53% da base em maio ainda era da tecnologia. Está certo que era 57% em janeiro de 2017, mas entre as adições em maio, 55% foi DTH", afirmou o vice-presidente de vendas, operações e logística da Sky, Sérgio Ribeiro, durante o primeiro dia do PayTV Forum 2019, iniciado nesta terça-feira, 30, em São Paulo.

"Em áreas de grande densidade populacional será muito difícil a competição para DTH, mas em um país como Brasil, se você tem a forma correta de trabalhar, sem dúvida a tecnologia tem muito para dar [em regiões com menor densidade]", completou Ribeiro. Para o executivo, uma grande oportunidade nesse sentido são as residências que ainda recebem sinal de TV via parabólicas em banda C – e que poderiam contabilizar 20 milhões, conforme avaliação da Sky.

Vice-presidente da estratégia da Claro Brasil, Rodrigo Marques seguiu linha similar de valorização do serviço direct to home. "Não temos estratégia de desacelerar o DTH. Há regiões e nichos onde ainda é melhor estratégia para atender". Ainda assim, o executivo lembra que a tecnologia foi bastante afetada recentemente – sobretudo por estar mais associada ao cliente da classe C, que perdeu poder de compra durante a crise econômica. Segundo Marques, é possível que o DTH demore para se "revigorar" e alcançar os mesmos patamares de 2014.

Concomitantemente, o grupo líder no mercado de TV paga também aposta na infraestrutura de fibra até o cliente (FTTH), com 50 cidades já cobertas pelo serviço neste ano. "A gente quer oferecer o serviço com a tecnologia mais adequada para o cliente", pontuou o VP de estratégia da Claro Brasil.

No caso da Vivo, o foco atual na TV por assinatura já é "100% no IPTV", afirmou a diretora de transformação e experiência do cliente da Telefônica Brasil, Maria Claudia Ornellas. "A maior parte da nossa base já vem daí, com churn 50% menor e ARPU [gasto médio por usuário] 20% maior, então é essa a tecnologia. Com o avanço da fibra, a gente imagina que todo crescimento virá sim do IPTV".

Posição semelhante foi defendida pelo diretor de negócios de varejo da Algar Telecom, Márcio de Jesus. "Como temos as três formas de prestar o serviço [DTH, cabo e fibra], isso nos permite uma visão bem específica. Hoje o grande drive é a experiência do cliente, e as tecnologias legadas de cinco anos não atendem mais os padrões de consumo OTT, o que reflete na TV linear. A nossa solução de IPTV é o que mais atende. Temos rede legada de cabo e parceria para serviços de DTH, mas começamos IPTV e a leitura é que satisfação é muito superior".

Frente tal situação, faz-se necessária à adoção de algumas premissas de cenário, pois o intuito é assumir que tais valores de resultados obtidos decorrem dos pedidos atuais e futuros que em função do prestígio, qualidade, pontualidade e confiança decorrente do nome Karman Ghia frente há tantos anos no mercado, ou seja, a capacidade de geração de resultado decorrente da marca atrelada a um produto ou serviço.

4.) Premissas

4.1.) Modificação nas projeções adotadas, pois estas se referiam a períodos recentes os quais em função principalmente do cenário econômico dos últimos anos, o mercado acabou apresentando retração em 7% (sete pontos percentuais) para o ANO 1.

4.2.) Manutenção de estabilidade do cenário, ou seja **não se adotando crescimento** para os próximos anos, mesmo considerando as projeções de recuperação da economia para a partir de 2020/2021. Cabe neste ponto uma adoção mais conservadora, mesmo havendo mercado potencial apresentado nas reportagens do setor (cenário conservador).

4.3.) Entende-se que o valor desta avaliação não considerará valores de passivos, pois em decorrência da falência, esta estimativa servirá como base de liquidação para integração de recursos da massa falida, portanto não estará sujeita a sucessão em seus cálculos.

4.4.) Faz-se necessária a inclusão de adicional do IRPJ de 10% não calculado no trabalho base.

4.5.) Os valores apresentados no trabalho base referem-se única e exclusivamente ao fato de a marca Karman Ghia ter capacidade de gerá-los, ou seja, caso os produtos ou serviços não possuíssem esse atributo, os valores seriam outros em termos de quantidades e preços de venda.

4.6.) Risco calculado com base da análise de SWOT publicada nas folhas 787 a 789.

4.7.) As premissas e ajustes decorrentes de sua aplicação são apenas para projeção de rentabilidade, no mercado do escopo.

DRE base caixa / Ano	ANO 1	ANO 2	ANO 3
Receitas Brutas	**51.089.546**	**98.214.928**	**128.975.176**
à vista	15.326.864	29.464.478	38.692.553
à prazo	35.762.682	68.750.450	90.282.623
Deduções e Abatimentos	-		
Impostos	**7.931.037**	**15.246.685**	**20.021.844**
PIS/COFINS	3.679.099	7.072.729	9.287.859
ICMS	1.838.768	3.534.862	4.641.957
IPI	2.413.169	4.639.095	6.092.028
Devoluções/Abatimentos	**510.895**	**982.149**	**1.289.752**
Receitas Liquidas	**42.647.613**	**81.986.093**	**107.663.580**
Custos e Despesas Variáveis (Diretas e Indiretas de Fabricação)	**26.323.759**	**48.644.948**	**63.880.214**
Custos/Despesas Direto de Fabricação	**21.682.922**	**40.190.045**	**52.777.293**
Material Produtivo - DIRETO	11.315.498	21.752.998	28.565.889
Mão-de-Obra direta Produção - DIRETO	6.662.337	11.314.360	14.857.940
Desp gerais de Fabricação - DIRETO	639.714	1.229.791	1.614.954
Agua - DIRETO	510.895	982.149	1.289.752
Energia Eletrica - DIRETO	2.554.477	4.910.746	6.448.759
Custos/Despesas Indiretos de Fabricação	**4.640.837**	**8.454.903**	**11.102.921**
Despesas Fixas de Fabricação	852.952	1.639.722	2.153.272
Despesas Manutenção	1.705.905	3.279.444	4.306.543
Mão-de-Obra Indireta - PRODUÇÃO	2.081.980	3.535.737	4.643.106
Lucro Bruto	**16.323.855**	**33.341.146**	**43.783.366**
Margem de Contribuição	31,95%	33,95%	33,95%
Custos e Despesas fixas	**5.503.869**	**10.207.338**	**13.404.207**
Mão-de-Obra Administrativa/Vendas	1.665.584	2.828.590	3.714.485
Despesas Administrativas	426.476	819.861	1.076.636
Fretes	1.279.428	2.459.583	3.229.907
Despesas Comerciais Administrativas	2.132.381	4.099.305	5.383.179
Despesas financeiras	**1.332.555**	**1.484.050**	**1.620.812**
Despesas Financeiras	1.332.555	1.484.050	1.620.812
Receitas não operacionais	823.000		
Despesas não operacionais	576.000	423.000	270.000
Resultado Operacional Antes dos Impostos	**9.734.430**	**21.226.757**	**28.488.347**
IRPJ	1.460.165	3.184.014	4.273.252
CSLL	876.099	1.910.408	2.563.951
Resultado Liquido	**7.398.167**	**15.720.835**	**21.239.644**
	14,48%	**16,01%**	**16,47%**
PAGAMENTO DE ACORDOS	**576.000**	**834.500**	**681.500**
Energia Eletrica	296.000	148.000	-
Artco	40.000	35.000	30.000
Continetal Banco	240.000	240.000	240.000
Devolução Investimento Inicial	-	411.500	411.500

5.) DRE ajustado

Impostos	**7.931.036**	**15,52%**		**7.375.863**	
PIS / COFINS	3.679.099	7,20%		3.421.562	
ICMS	1.838.768	3,60%		1.710.054	
IPI	2.413.169	4,72%		2.244.247	
Devoluções e Abatimentos	**510.895**	**1,00%**		**475.132**	
Receitas Líquidas	**42.647.615**	**83,48%**	PROPORCIONAIS AO AJUSTE OU FIXOS CONFORME CLASSIFICAÇÃO	**39.662.282**	
Custos e Despesas Variáveis (diretos e Indiretos de Fabricação)	**26.323.758**	**51,52%**		**24.805.954**	
Custos / Despesas Diretos Fabricação	**21.682.921**	**42,44%**		**20.165.117**	
Material Produtivo - DIRETO	11.315.498	22,15%		10.523.413	
Mão-de-obra direta Produção - DIRETO	6.662.337	13,04%		6.195.973	
Despesas Gerais de Produção - DIRETO	639.714	1,25%		594.934	
Água - DIRETO	510.895	1,00%		475.132	
Energia Elétrica - DIRETO	2.554.477	5,00%		2.375.664	
Custos / Despesas Indiretos Fabricação	**4.640.837**	**9,08%**		**4.640.837**	
Despesas Fixas de Fabricação	852.952	1,67%		852.952	
Despesas Manutenção	1.705.905	3,34%		1.705.905	
Mão-de-obra indireta - Produção	2.081.980	4,08%		2.081.980	
Lucro Bruto	**16.323.857**	**31,95%**		**14.856.328**	
Custos e Despesas Fixas	**5.503.869**	**10,77%**		**5.503.869**	
Mão de Obra Administrativa	1.665.584	3,26%		1.665.584	
Despesas Administrativas	426.476	0,83%		426.476	
Fretes	1.279.428	2,50%		1.279.428	
Despesas Comerciais Administrativas	2.132.381	4,17%		2.132.381	
Despesas Financeiras	**1.332.555**	**2,61%**		**1.239.276**	
Receitas Não operacionais	**823.000**	**1,61%**		**823.000**	
Despesas Não Operacionais	**576.000**	**1,13%**		**576.000**	
Resultado Antes dos Impostos	**9.734.433**	**19,05%**		**8.360.183**	
IRPJ	1.460.165	2,86%		1.254.028	
Adicional IRPJ	949.443	1,86%		812.018	
CSLL	876.099	1,71%		752.417	
Resultado Líquido	**6.448.726**	**12,62%**		**5.541.721**	**11,66%**

Neste cenário ajustado temos um resultado líquido após impostos projetado de R$ 5.541.721 ou rendimento líquido de 11,66%.

Montando-se o fluxo de caixa desta operação é possível calcular considerando-se a taxa do resultado líquido obtida e com período de retorno sobre o investimento de 5 anos, é possível determinar o valor do investimento na data zero necessário para obter-se tal resultado, ou seja o valor presente equivalente destas parcelas neste cenário conforme abaixo

Período de Retorno	5 anos
Taxa de atratividade	11,66%

ANO	Resultado Líquido	Valor Presente Resultado
0		**20.144.310,41**
1	5.541.721	4.962.874,95
2	5.541.721	4.444.490,85
3	5.541.721	3.980.253,20
4	5.541.721	3.564.506,28
5	5.541.721	3.192.185,12

A análise SWOT realizada apresentou índice de favorabilidade de 81%, porém apresenta equívoco na sua apuração, que possui seu recálculo abaixo:

Forças		Fraquezas	
Marca Reconhecida	125	Empresa Parada	100
Direção Estratégica	125	Equipamentos Parados	100
Maquinário	100	Perda Memória Viva do Negócio	40
Qualidade	100	Sem Registros Arquivos Eletrônicos	40
Estrutura	100	Divergências Sindicato	32
	550		312

Oportunidades		Ameaças	
Novos Produtos	125	Liquidação Empresa	125
Retomada de Mercado	125	Desemprego	125
Geração Empregos	125	Sucateamento Parque Fabril	125
Liquidação de passivos	60	Desaparecimento da Marca	125
Melhora Economia	27	Qualidade Concorrência	30
	462		530

Forças	550	29,7%	
Oportunidades	462	24,9%	
Fraquezas	312	16,8%	RISCO
Ameaças	530	28,6%	
TOTAL	1.854		

Cálculo do Índice de Favorabilidade = 18,3%

índice obtido indica que há um cenário de equilíbrio nos fatores, sendo que se recomenda maior detalhamento na análise de questões internas e externas.

Nestas condições, estima-se que os valores obtidos no estudo apresentado, que está como base desta análise possui risco da ordem de 45,4%. Os analistas de investimento em seus cálculos utilizam o critério de risco frente às projeções, portanto

entende-se tal fator pode e deve ser empregado, uma vez que não se dispõe de maiores informações.

Neste sentido o valor plausível para este cenário é dado pelo valor presente calculado multiplicado pelo fator (100% - RISCO):

Valor = 20.144.310,41 x (1 – 0,454) = 10.995.707,73

Traduzindo-se os cálculos, podemos afirmar que a Karman Ghia possui potencial de faturamento decorrente de contratos ou pedidos firmados que nestas condições de cenário resultam em rendimento líquido de R$ 5.541.721 anuais, equivalente a uma taxa de 11,61% de rentabilidade líquida, onde dentro de uma expectativa de retorno sobre o investimento (pay back) de 5 (cinco anos), estes valores trazidos a valor presente com a taxa de rentabilidade monta R$ 20.144.310,41, que ajustados pelo fator (100% – RISCO), atribuído pela análise qualitativa do negócio resulta em um valor de referência para a aquisição do negócio em R$ 10.995.707,73.

6.) Conclusão

Frente a documentação apresentada, levando-se em consideração não apenas cenário, critérios e projeções, como também as revisões realizadas, pelo critério do cálculo de valor presente do fluxo de caixa com a aplicação do fator de risco, pode-se atribuir a marca KARMAN GHIA o valor de R$ 10.995.707,73 (dez milhões, novecentos e noventa e cinco mil, setecentos e sete reais e setenta e três centavos).

São Paulo, 25 de fevereiro de 2020.