

## PROPOSTA DE COMPRA E OUTRAS AVENÇAS

Pela presente Proposta (“Proposta”),

**RIO GRANDE INVESTIMENTOS LTDA.**, com sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, na Avenida Ataulfo de Paiva, 135, 1107, Leblon, Cidade e Estado do Rio de Janeiro, CEP: 22440-033, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (“CNPJ/MF”) sob o nº 19.387.465/0001-75, cujos atos constitutivos encontram-se arquivados junto a Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro sob o NIRE 33.2.0965648-1, doravante denominada simplesmente como RIOGRANDE;

**RIO GRANDE COMERCIO ELETRONICO**, sociedade personificada em fase de constituição pela RIOGRANDE para fins exclusivos desta proposta, doravante denominada simplesmente como RGE;

E de outro lado:

**SOCIEDADE COMERCIAL E IMPORTADORA HERMES S.A.**, sociedade anônima, com sede na Rua Victor Civita, no 77, bloco I, Sala 202, Barra da Tijuca, CEP 22.775-044, Rio de Janeiro, RJ, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 33.068.883/0001-20, neste ato representada na forma de seu Estatuto Social, doravante denominado simplesmente “HERMES”,

**MERKUR EDITORA LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº: 28.814.739/0001-56, com sede na Rua Victor Civita nº 77, bloco I, sala 202, Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ, doravante denominada “MERKUR”);

Ambas doravante denominadas individualmente ou em conjunto simplesmente “SOCIEDADES”;

**COMPRAFACIL**, conjunto de ativos constituído seguindo as regras legais e o Plano de Recuperação Judicial aprovado, que contém os ativos denominados no referido plano como Unidade Produtiva Isolada (“UPI”), representada pela Marca Compra Fácil registrada pela HERMES e MERKUR perante o INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial sob

os respectivos números 816747164 e 817639640, a carteira de clientes e o domínio de seu website www.comprafacil.com.br, doravante denominado simplesmente “COMPRAFACIL”;

Todas as partes acima doravante denominadas em conjunto simplesmente como “PARTES”,

Considerando que:

I – RIOGRANDE vem desenvolvendo um trabalho de identificação e seleção oportunidades de investimento no setor varejista brasileiro, em especial o setor de varejo eletrônico ou ecommerce;

II – A HERMES, além de ser uma sociedade comercial atuante no ramo de varejo de Venda Direta, até 2013 operou no varejo eletrônico através da plataforma COMPRAFACIL, realizando a venda de seus bens e de terceiros através do sitio de internet www.comprafacil.com.br;

III – Em 18.11.2013 as SOCIEDADES ingressaram com pedido de Recuperação Judicial, tendo sido o Plano de Recuperação Judicial aprovado em 2014, autorizando, dentre outras coisas, a alienação do COMPRAFACIL como uma Unidade Produtiva Isolada (“UPI”) prevista na Lei 11.101/2005;

IV – Em 19.10.2015 foi publicado Edital Conjunto De Alienacao Judicial E De Convocacao De Assembleia Geral De Credores (“Edital”) definindo o processo de Venda da UPI COMPRAFACIL;

Decide a RIOGRANDE, para tanto, efetivar a presente Proposta de Compra (“Proposta”) com as seguintes cláusulas e condições:

## **1. DEFINIÇÕES**



- 1.1 Quando utilizados nesta Proposta, os termos com iniciais maiúsculas abaixo, assim como sua forma plural ou singular, masculina ou feminina, terão os seguintes significados:

**“Proposta”** ou **“Instrumento”** significa a presente Proposta e seus anexos.

**“Marca”** significa a marca Compra Fácil registrada pela HERMES e MERKUR perante o INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial sob os respectivos números 816747164 e 817639640

**“Auditor Independente”** significa o auditor responsável pela auditoria nos resultados da RGE;

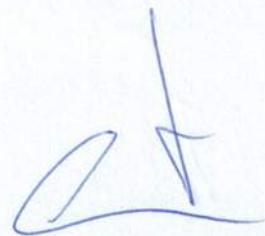
**“Data de Compra”** significa a data da efetiva transferência do COMPRAFACIL à RGE.

**“Geração de Caixa”** significa todo e qualquer valor referente ao pagamento de dividendos, juros sobre capital, bônus de subscrição, alienação de cotas ou ações ou qualquer outra modalidade de transferência de recursos recebidos pela RGE;

**“Marketplace”** significa o modelo comercial que permite que indivíduos ou empresas possam adquirir produtos e serviços de diversos fornecedores (varejistas, produtores ou prestadores de serviços) em um único ambiente eletrônico, ou seja, funciona virtualmente de maneira análoga a um Shopping Center no mundo físico.

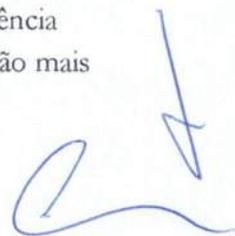
## 2. DO OBJETO

- 2.1 O presente Instrumento tem por objeto disciplinar:
- 2.1.1 A compra pela RGE do COMPRAFACIL;
  - 2.1.2 O direito de conversão de participação societária;
  - 2.1.3 Outros pactos relacionados ao Instrumento.



### 3. DA COMPRA DA UNIDADE PRODUTIVA ISOLADA (“UPI”)

- 3.1 Conforme itens 59 e 60 do Plano de Recuperação Judicial das Sociedades devidamente aprovado e aditado em 25 de agosto de 2014 e, seguindo Edital de Venda, as Sociedades efetivaram a criação de Unidade Produtiva Isolada (“UPI”), sem personalidade jurídica e representada pela Marca, pela Carteira de Clientes e pelo Site.
- 3.2 Ainda conforme disposto no artigo 60 da Lei de Recuperação de Empresas e Falências, aprovado no referido Plano de Recuperação, a UPI e seu comprador estão livres de quaisquer ônus, não havendo também qualquer sucessão das obrigações ou contingências das Sociedades.
- 3.3 O preço a ser pago pela aquisição do COMPRAFACIL pela RGE corresponderá a 80% (oitenta por cento) da Geração de Caixa recebida pela RGE, limitado ao valor total acumulado de R\$5.000.000,00 (Cinco Milhões de Reais), cujo saldo será corrigido pelo CDI da Data de Compra até sua efetiva quitação pela RGE.
- 3.4 Para efeito da Cláusula 3.4, a Geração de Caixa deverá ser alvo de auditoria por Auditor Independente a ser contratado pela RGE. Fica estabelecido que o Auditor Independente produzirá, no mínimo, um relatório anual de auditoria.
- 3.5 O pagamento do preço de aquisição do COMPRAFACIL mencionado na Cláusula 3.4 está condicionado à efetiva Geração de Caixa pela RGE.
- 3.6 As Partes desde já acordam que, em caso de Geração de Caixa negativo, não caberá às Sociedades a devolução ou pagamento de qualquer valor à RGE.
- 3.7 A RGE compromete-se a avaliar as possíveis opções para implementar o pagamento da Geração de Caixa de forma a conferir maior eficiência tributária à operação, comprometendo-se a implementar a solução mais adequada.



#### **4. DO DIREITO DE CONVERSÃO EM COTAS E/OU AÇÕES**

- 4.1 O Preço a ser pago pela RGE às SOCIEDADES poderá ser convertido em cotas ou ações da RGE, conforme fórmula abaixo. Resta claro que este direito de conversão será válido somente se assim aprovado pela Assembleia de Credores das Companhias e se exercido até a Data de Compra, com seu exercício substituindo qualquer outro preço a ser pago pela RGE à Companhia.
- 4.2 Para cálculo da quantidade de ações ou cotas recebidas da RGE pelas Sociedades, será utilizada a fórmula abaixo:

$$Q_r = 20\% * Q_t$$

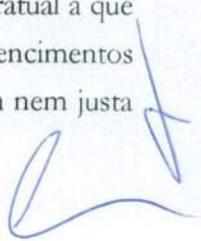
Onde,

**Q<sub>r</sub>** é a Quantidade de Ações ou Cotas Recebidas;

**Q<sub>t</sub>** é a Quantidade de Ações ou Cotas da RGE detidas pela RIOGRANDE e/ou seus acionistas, direta ou indiretamente;

#### **5. DECLARAÇÕES E GARANTIAS**

5.1 A RIOGRANDE presta às Sociedades as declarações e garantias abaixo, que afirma serem verdadeiras, completas e corretas, e que assim permanecerão até a extinção integral de todas as obrigações para dela decorrentes deste Instrumento, responsabilizando-se pelo seu conteúdo:

- 5.1.1 a RIOGRANDE tem todos os direitos, poderes e autoridade necessários e plena capacidade legal para celebrar este Instrumento e para cumprir, conforme aplicável, as suas obrigações daqui decorrentes, e para consumir todas as operações aqui previstas;
- 5.1.2 a assinatura do presente Instrumento pela RIOGRANDE: (a) não viola nenhuma lei, regra, regulamento, sentença ou decisão de qualquer tribunal, órgão ou autoridade governamental; (b) não afetará a liquidação das obrigações contraídas por ela nos termos deste Instrumento; (c) não contraria nenhuma disposição contratual a que a esteja ela vinculada, nem acarretará a antecipação dos vencimentos de tais obrigações; (d) não constituirá inadimplência dela nem justa
- 

causa de rescisão de tais Instrumentos;

5.1.3 nem a celebração deste Instrumento, nem a consumação da aquisição aqui prevista, resultarão na violação de qualquer dispositivo legal ou qualquer Instrumento, Instrumento, compromisso ou obrigação do qual a RIOGRANDE seja parte, nem resultará: (a) no vencimento antecipado ou inadimplemento de qualquer obrigação decorrente de qualquer desses Instrumentos, Instrumentos ou compromissos; (b) na criação de qualquer ônus, gravame, penhor ou direito sobre qualquer ativo ou bem da RIOGRANDE; ou (c) na rescisão de qualquer um desses Instrumentos, Instrumentos, compromissos ou obrigações.

## 6. DISPOSIÇÕES GERAIS

6.1 Comunicações e Notificações. Qualquer comunicação ou notificação referente ao Instrumento deverá ser realizada por escrito e será considerada recebida (a) na data de sua transmissão com emissão de confirmação, ou (b) na data do efetivo recebimento, se enviada por carta registrada com aviso de recebimento. Qualquer comunicação deverá ser enviada aos endereços indicados abaixo, ou a outro endereço que venha a ser comunicado por uma Parte às outras nos termos desta Cláusula.

Se para a RIOGRANDE ou a RGE:

At.: Luiz Claudio Alves e Gustavo Barbeito de V. L. Lacerda

Av. Ataulfo de Paiva, 135, sala 1107

Leblon, Rio de Janeiro, RJ

e-mail: [lcsa@riograndeinvestimentos.com.br](mailto:lcsa@riograndeinvestimentos.com.br) /

[gbarbeito@riograndeinvestimentos.com.br](mailto:gbarbeito@riograndeinvestimentos.com.br)

6.2 Ilegalidade, Invalidade ou Inaplicabilidade de Cláusula. Na eventualidade de qualquer das disposições deste Instrumento vir a ser considerada ilegal, inválida ou inaplicável em qualquer jurisdição, por qualquer razão, as demais disposições deste Instrumento permanecerão em vigor e inalteradas, continuando a vincular as Partes.

- 6.3 Cessão e Transferência. O presente Instrumento ou qualquer dos direitos e obrigações dele decorrentes, não poderá ser cedido ou transferido a qualquer título, a não ser com a prévia e expressa anuência, por escrito, de todas as Partes, exceto para sociedades, brasileira ou não, ou fundos de investimentos, brasileiro ou não, desde que a sociedade ou fundo de investimento seja controlado, direta ou indiretamente, por qualquer das Partes.
- 6.4 Tolerância. Qualquer tolerância de uma das Partes em relação ao não cumprimento de obrigações assumidas pela outra Parte neste Instrumento não importará novação quanto aos seus termos, não devendo, portanto, ser interpretada como renúncia ou desistência do cumprimento dos dispositivos do presente.
- 6.5 Vigência. O presente Instrumento entra em vigor nesta data e se extinguirá no dia 16 de novembro de 2015.
- 6.6 Cláusulas e subitens. Qualquer referência neste Instrumento a uma cláusula específica abrange a cláusula referida e todos os seus subitens.
- 6.7 Execução Específica. Os compromissos e obrigações aqui assumidos pelas Partes comportam execução específica, nos termos dos Arts. 461, 632, 639 e seguintes do Código de Processo Civil, sendo certo que a fixação de perdas e danos não constituirá reparação adequada e suficiente. Para este fim, as Partes reconhecem que o presente Instrumento, devidamente assinado por duas testemunhas, constitui título executivo extrajudicial para todos os fins e efeitos do artigo 585, inciso II, do Código de Processo Civil.

Rio de Janeiro, 3 de novembro de 2015.



**RIO GRANDE INVESTIMENTOS LTDA.**

2º OFÍCIO

16º Ofício de Notas

**2º Ofício de Notas** Adilson Wagner Firmino **CARTÓRIO DE JACAREPAGUÁ** 088906AB157301  
 TABELÃO Estrada dos Bandeirantes, 209 - Lojas C e D - Taquara - RJ - CEP 22710-570 - Tel.: (21) 2445-8785

Reconheço por **SEMELHANÇA a(s) firma(s) de:**  
**GUSTAVO BARBEITO DE VASCONCELOS LANTIMANT LACERDA**.....

Rio de Janeiro, 3 de novembro de 2015. Conf. por \_\_\_\_\_  
 Em testemunho \_\_\_\_\_ da verdade \_\_\_\_\_

94-15791 - MARCIO DA SILVA-ESCREVENTE  
**EBGQ08491-RDG** Consulte em "<http://www3.tjrj.jus.br/sitepublico>"

Emolumentos R\$4,47  
 Impostos: R\$1,58  
 Total: R\$6,05

**2º Ofício de Notas**  
 Marcio da Silva  
 Escrevente  
 Tit. 70-9415701

RECONHEÇO POR SEMELHANÇA a(s) firma(s) de:  
 EDUARDO MACHADO  
 SELLO(S): EBRN70558-DGX - Rio de Janeiro, 03/11/2015  
 FUNPERA:0,22 FUNDEPERO:0,22 FEIJA:0,89 FUNARREN:0,17  
 Em Testemunho \_\_\_\_\_  
 044 - MICHELLE RECHHO DA COSTA  
 EBRN70558-DGX Consulte em <https://www3.tjrj.jus.br/sitepublico>

Rua Visconde de Pirajá nº 72 - CEP 22410-000 - Ipanema - RJ  
 Tel./Fax: (21) 2247-9997 - Tabela: Olívia Motta Scifino Dias  
 AA134855

## Rio Grande Investimentos

### Principais Sócios



I

### Rio Grande - Perfil dos Sócios



#### Perfil dos Principais Sócios

**Luiz Cláudio Alves**

- Sócio Fundador e Conselheiro Shoptime
- Sócio Fundador e CEO MultiCanal
- Sócio Fundador e Conselheiro WEBB
- Sócio Fundador e Conselheiro AutoBrasil

**José Martins**

- Diretor de Marketing Shell
- Sócio Fundador e CEO Shoptime
- Diretor de Marketing Brasil Telecom
- Sócio Fundador COMVEN
- Sócio Fundador e CEO AutoBrasil

**Gustavo Barbeito Lacerda**

- Gestor de Fundos de Ações e Multimercados Prosper Gestão
- CFO Ceagro Agronegócios (Investida Los Grobo/Vinci Partners)
- CIO Los Grobo Agro (Investida Vinci Partners)
- Sócio Fundador e CFO AutoBrasil

# MarketPlace Eletrônico

## Overview Setor



### Overview Setor - Global

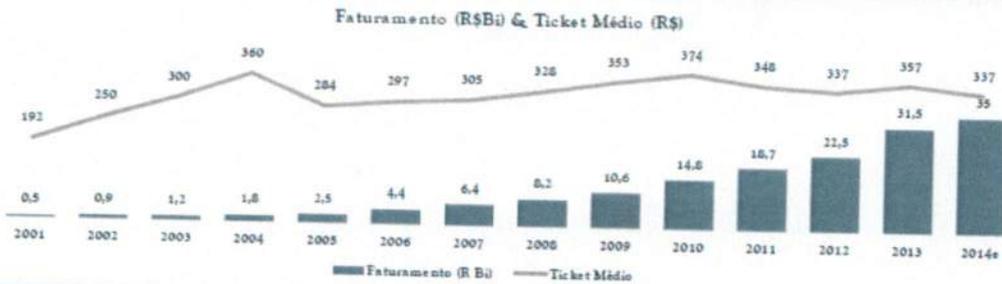


#### Maiores Sites de Varejo no Mundo

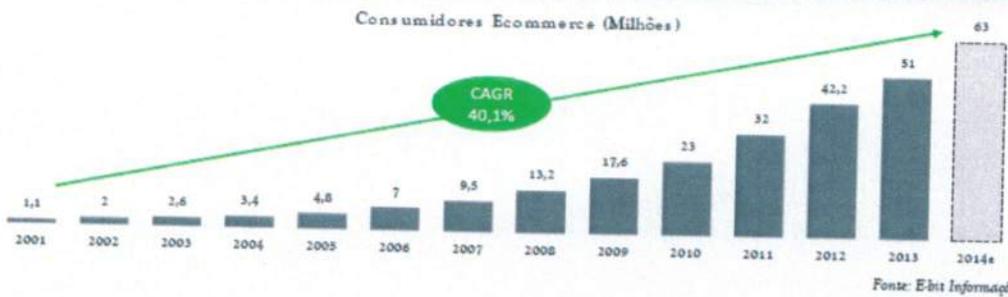


Fonse: Companhia & RioGrande Investimentos

**Evolução Faturamento Ecommerce Brasil**



**Evolução Clientes Ecommerce Brasil**



**Ecommerce ainda é subpenetrado no Brasil e expectativa é de alto crescimento**

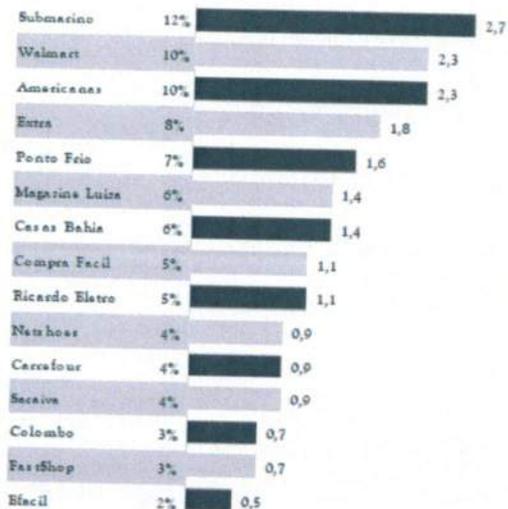


**Euromonitor estima que o Ecommerce Brasileiro dobrará de tamanho até 2018**



Market Share e Audiência no Varejo Online

Market Share & Faturamento (R\$Bi) 2012

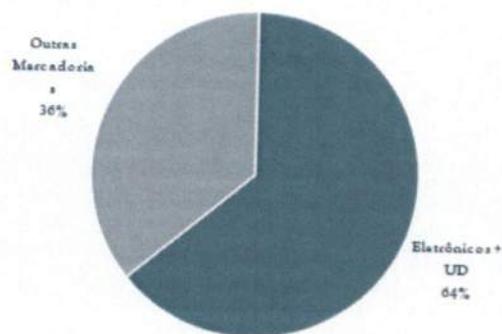


Sites Varejistas	Milhões de visitantes únicos mensais (2014)
Mercado Livre	24.489
Americanas.com	14.965
Buscapé	14.174
Netshoes	13.046
Bomnegocio	12.772
OLX	11.680
Submarino	10.393
Aliexpress	10.003
Walmart	8.145
Maquina de Vendas	7.579

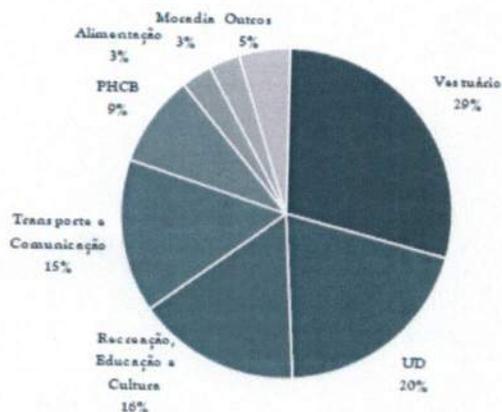
Fonte: Ibope - E-Retail; Mercado Livre Q3 Overview Report

Mix de Produtos do Comércio Eletrônico Brasileiro x Ali Baba

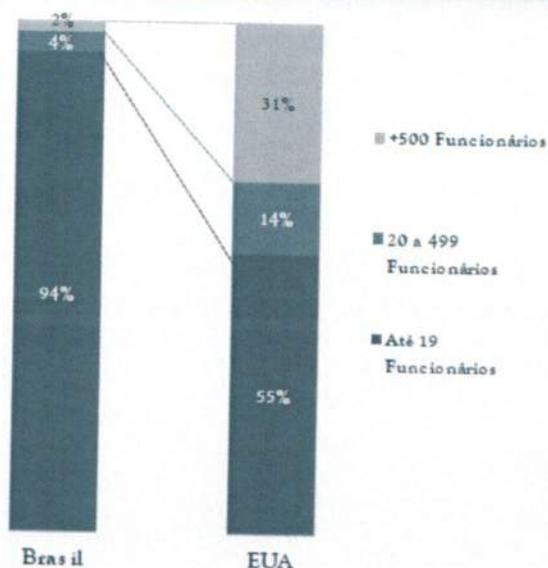
Ecommerce Brasil



Ali Baba



## % das Lojas por Tamanho de Varejista (em número de funcionários)



O Varejo brasileiro apresenta alta fragmentação

Disseminação da Nota Fiscal Eletrônica diminuiu a sonegação e incentivou o uso de sistemas de TI (Sped, NFe)

Estrutura física dos varejistas é um avançador natural do Market Place

Fragmentação + Marcas Locais é cenário parecido ao existente na China e favorece o Market Place

Setor	Tamanho (R\$ bilhões)	Fragmentação ('000 de pontos de venda)
Varejo Supermercado	243	83.600
Varejo Vestuário	102	138.000
Varejo Construção Civil	52	138.000
Varejo Calçado	40	33.000
Varejo Medicamentos	40	65.000
Varejo Telecom	30	4.000
Varejo Autopeças	22	33.000
Varejo Ótico	17	26.000
Varejo Cama, Mesa e Banho	14	31.000
Varejo Pet	14	34.000

# Market Place Virtual

Posicionamento e Indicadores Financeiros



## Principais Players Brasileiros

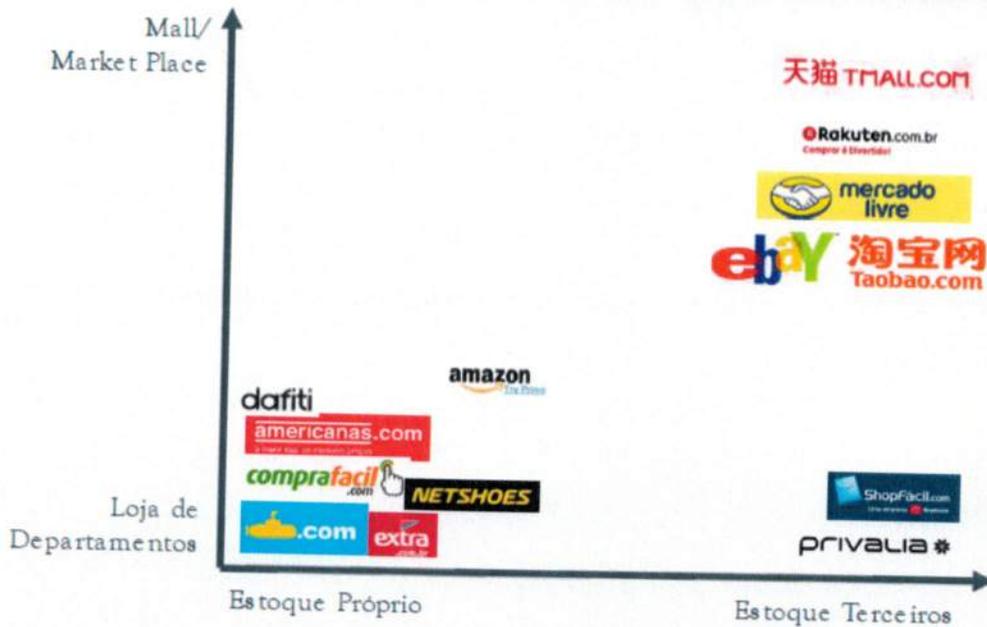


Posicionamento claro de Mall/MarketPlace com gestão ativa de mix



*Handwritten signature and arrow pointing to the 'Produtos Diferenciados' label.*

## Posicionamento claro de Mall/MarketPlace com gestão ativa de mix



# Indicadores Financeiros

## Principais Indicadores Financeiros (US\$ Milhões)

	Valor Bruto de Vendas	Receita Líquida	Margem Bruta	Margem Ebitda	Receita/VBV	Valor de Mercado	Preço/Lucro	ROIC	ROE
Alibaba	362.000	8.580	74,5%	59,1%	2,4%	285.000	56	57,9%	57,1%
MercadoLivre	7.000	470	72,5%	35,0%	6,5%	6.000	47	98,0%	34,2%
Ebay	263.000	16.050	68,6%	33,7%	6,1%	67.000	18	19,7%	11,7%
NetShoes	400	400	43,8%	-4,2%				-13,4%	-94,5%
Amazon	125.000*	74.450	27,2%	5,5%		140.000	165	3,2%	2,8%
B2W	2.500	2.500	23,8%	6,3%		3.000		-0,8%	-3,2%

\* Estimativa Rio Grande  
\*\* Média 2010-12

# Market Place Virtual

Modelo Estratégico



Modelo Estratégico



1

Serviços aos Varejistas



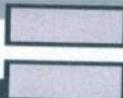
2

Mix



3

Audiência



Maior Market Place do Brasil

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'f' followed by a cursive flourish.

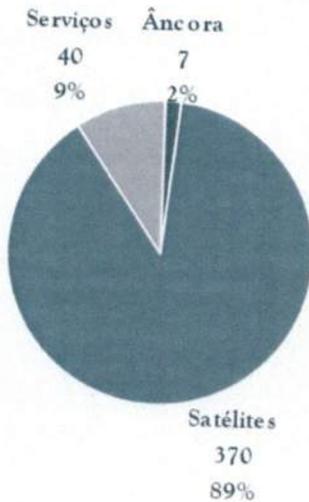
## 1- Full Service Provider

### Verdadeiro MarketPlace FullService Provider



## 2- Gestão Ativa de Mix

### Primeiro Objetivo Estratégico de Mix



Meta de curto prazo de 420 lojas no Market Place, seguindo mix cuidadosamente planejado

Mapeamento inicial sendo realizado, contando com mais de 2.000 lojas e marcas locais de médio e grande porte

Inclusão de venda de serviços (recorrentes e não recorrentes) como mais um ponto de melhoria da experiência do consumidor

Objetivo de Valor de Mercadoria Vendida anualizado de R\$180Mn em 5 anos

# O Maior Market Place do Brasil

Posicionamento claro de Mall/MarketPlace com gestão ativa de mix



# O Maior Market Place do Brasil



*[Handwritten signature]*

## Market Place Virtual

### Avaliação

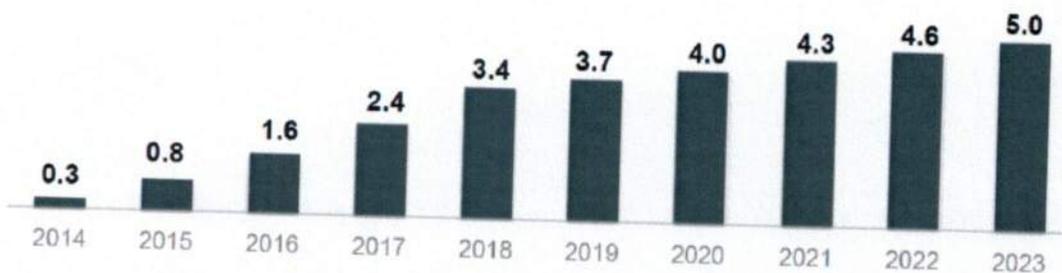


### Valor do Negócio e Valor da Marca



O site chegou a ter mais de 25.000 itens em oferta em 30 linhas de produtos, 35 milhões de pages views por mês, 6 milhões de visitantes únicos por mês e cerca de 2 milhões de encomendas entregues no ano. A sua **base de clientes ativos** é de **6 milhões** de pessoas.

### Projeção de Faturamento Líquido Compra Fácil Caso Base



## Valor do Negócio e Valor da Marca

Ano	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FCX (R\$Mn)	-89	-150	-127	-64	-3	101	110	126	148	164

15,4% Taxa Desconto (50/50)	7,5% Cresc	5% Cresc
Valor dos Intangíveis	211	92
Contribuição da Marca	36%	36%
Valor da Marca	60	26
Valor do Negócio	389	270
VPL	-107	-107
Perpetuidade	496	376

- Fluxo de caixa negativo nos primeiros dez anos
- Valor muito instável
- Pequenas variações de premissas alteram significativamente o valor esperado

18,12% Taxa Desconto (70/30)	7,5% Cresc	5% Cresc
Valor dos Intangíveis	-11	67
Contribuição da Marca	36%	36%
Valor da Marca	-3	-19
Valor do Negócio	167	111
VPL	-125	-125
Perpetuidade	292	236

		Período de Maturação do Market Share		
		Conservador em 6 anos	Caso Base em 5 anos	Otimista em 4 anos
EBITDA	Conservador 7,5% (-10%)	14	18	24
	Caso Base 8,3%	54	60	69
	Otimista 9,1% (+10%)	93	103	114

## Base de Clientes

Na metodologia utilizada para a valoração da base de clientes do Compra Fácil foram consideradas as seguintes informações:

- Número de clientes que efetuaram a sua última compra em 2012 e 2013: 1,1 milhão e 0,9 milhão, respectivamente;
- Frequência de compra por cliente: acima de 3 pedidos/ano - correspondendo a 29% do total da base, considerando que este seria a base de clientes com maior probabilidade de recompra
- Valor médio pago pelo mercado por cliente convertido: R\$ 70,00

Peso	Relatorio	Atual	
Ano -1	60%	60%	Fonte: Relatório
Ano -2	40%	40%	Fonte: Relatório
Clientes (Mn)			
Ano -1	1,1	0,0	Fonte: Relatório
Ano -2	0,9	0,0	Fonte: Relatório
Conversão	29%	29%	Fonte: Relatório
Clientes Convertidos (Mn)			
2014	0,3	0,0	
2013	0,3	0,3	
Clientes x Peso	0,29	0,0	
Valor por Cliente (R\$)	70	70	Fonte: Relatório
Valor dos Clientes (R\$ '000)	20.349	0	

Efetuamos o cálculo da taxa de licenciamento da marca, considerando os Lucros da Marca a valor presente multiplicado pelo % de Contribuição da Marca, dividido pelo valor presente da Receita Líquida

A taxa de royalty da marca Compra Fácil é de **0,8%**.

	Base	Conservador
% Receita Líquida	0,80%	0,35%
Impostos Diretos Varejo	25,5%	25,5%
% Valor GMV (Valor Bruto Venda)	0,60%	0,26%
(-) Impostos Diretos	14,25%	14,25%
(-) Custos	10,00%	10,00%
(-) IR (% Receita)	30,60%	30,60%
Lucro como % GMV	0,30%	0,13%

Fonte: Relatório

Fonte: Relatório

Fonte: Rio Grande, B2W, Cnova

Fonte: Rio Grande

Fonte: Rio Grande

#### Mkt Place

Fee Médio (%GMV)	8,0%	8,0%
Margem Líquida	30,0%	30,0%
Lucro Líquido/GMV	2,40%	2,40%

Fonte: Rio Grande, B2W, Cnova, MercadoLibre

Fonte: Rio Grande, B2W, Cnova, MercadoLibre

% Justo Hermes sobre Mkt Place		
Royalties/(Lucro Líquido/GMV)	12,6%	5,5%

## Market Place Virtual

### Business Plan



# Business Plan



Principais Indicadores Financeiros (R\$ '000)					
Ano	1	2	3	4	5
Valor Bruto de Vendas	36.007	63.800	90.437	128.194	181.715
Receita Líquida	1.440	2.871	4.522	7.051	10.903
Lucro Líquido	360	718	1.221	1.904	2.944
Margem Líquida	25%	25%	27%	27%	27%

A handwritten signature in blue ink, located to the right of the table. The signature is stylized and appears to be a single name.