

02

EXMO. SR. DR. JUIZ DE DIREITO DA VARA EMPRESARIAL DA COMARCA
DA CAPITAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Distribuição Urgente

GRERJ ELETRÔNICA Nº 20321251592-09

J.J. MARTINS PARTICIPAÇÕES S.A., sociedade anônima, com sede na Cidade do Rio de Janeiro, na Estrada do Gabinal, nº 433, loja B – parte, Jacarepaguá, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 10.997.623/0001-34 (“JJ MARTINS”); DIRIJA NITERÓI DISTRIBUIDORA DE VEÍCULOS LTDA, sociedade empresária limitada com sede na Cidade de Niterói, Estado do Rio de Janeiro, na Rodovia Amaral Peixoto, nº 3.001, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.850.067/0001-03 (“DIRIJA”); DISBARRA BARRA VEÍCULOS LTDA, sociedade empresária limitada com sede na Cidade do Rio de Janeiro, na Avenida Ayrton Senna, nº 2.541, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 03.504.493/0001-95 (“DISBARRA”); BARRAFOR VEÍCULOS LTDA, sociedade empresária limitada com sede na Cidade do Rio de Janeiro, na Avenida Ayrton Senna, nº 2.541-B, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 04.082.647/0001-60 (“BARRAFOR”); SPACE DISTRIBUIDORA DE VEÍCULOS S.A., sociedade anônima, com sede na Cidade do Rio de Janeiro, na Avenida Cesário de Melo, nº 1.928, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 08.086.917/0001-62 (“SPACE”); KLAHN MOTORS DISTRIBUIDORA DE VEÍCULOS S.A., sociedade anônima, com sede na Cidade de Niterói, Estado do Rio de Janeiro, na Rua Noronha

530053441-63.2015.8.19.0001 Sort 2302151808 LEN 23890

[Handwritten signature]

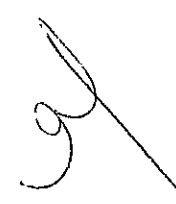
03

Torrezão, nº 229, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 08.589.404/0001-74 ("KLAHN") e **GRAN BARRA EMPREENDIMENTOS E PARTICIPAÇÕES S.A.**, sociedade anônima, com sede na Cidade do Rio de Janeiro, na Estrada do Gabinal, nº 433, loja B – parte, Jacarepaguá, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 04.750.747/0001-18 ("GRAN BARRA"), vêm, por seus advogados abaixo assinados, com fundamento nos artigos 47 e seguintes da Lei nº 11.101/2005, formular o presente pedido de **RECUPERAÇÃO JUDICIAL**, pelas razões a seguir expostas.

.I.

LITISCONSÓRCIO ATIVO: NECESSÁRIO PROCESSAMENTO CONJUNTO

1. As Requerentes integram um dos maiores grupos de concessionárias de veículos do Rio de Janeiro, e serão denominadas conjuntamente, no decorrer da presente, de GRUPO JJ MARTINS.
2. Trata-se de um grupo familiar, que vem sendo administrado com sucesso há quase 40 anos por JOÃO DO CARMO MONTEIRO MARTINS (55%), e por seu filho, JAIME LUIZ MARTINS (45%).
3. A JJ MARTINS é sociedade de participações, e que é sócia direta de todas as concessionárias de veículos.
4. As sociedades DIRIJA, DISBARRA, BARRAFOR, SPACE e KLAHN são sociedade operacionais, que exploram, respectivamente, as marcas CHEVROLET, VOLKSWAGEN, FORD, RENAULT e KIA.



A

5. Por fim, a GRAN BARRA é a sociedade imobiliária, proprietária dos ativos imobiliários do GRUPO, inclusive alguns que servem de endereço para as lojas das concessionárias.

6. As Requerentes todas integram, portanto, o mesmo grupo econômico, atuando de forma interligada e concertada.

7. As Requerentes compartilham a mesma estrutura administrativa, os anúncios em jornais, os feirões de automóveis usados e, por vezes, compartilham os pátios das lojas para exposição e vendas de veículos usados de propriedade das demais.

8. Além disso, o emaranhado de avais cruzados prestados entre as Requerentes para obtenção de financiamentos demonstra a interligação entre elas. A DIRJA prestou garantias em 16 operações para as demais sociedade do GRUPO, a DISBARRA prestou 8, a BARRAFOR, 17, a SPACE, 7, a KLAHN, 7, a GRANBARRA, 24 e a JJ MARTINS, 8.¹

9. O que se vê, portanto, é que o compartilhamento de estruturas, pessoal e custos, bem como o emaranhado de avais e fianças cruzados demonstram a interligação dos negócios, e que fazem com que a ruína de uma sociedade do GRUPO contamine todas as demais.

10. Em vista disso, o processamento conjunto da recuperação judicial, é medida indispensável ao sucesso do processo de soerguimento, o que se requer, desde já.

¹ O Anexo 16 contém um quadro descrevendo com mais precisão as garantias pessoais cruzados entre as Requerentes.



OS

.II.

**A HISTÓRIA DO GRUPO JJ MARTINS: O MAIOR GRUPO DE
CONCESSIONÁRIAS DO RIO DE JANEIRO**

11. O GRUPO JJ MARTINS iniciou sua trajetória em 1978, quando foi aberta a primeira loja da DIRIJA, concessionária de veículos CHEVROLET, localizada na Cidade de Deus, em Jacarepaguá.

12. Em 1994, foi inaugurada a segunda loja da DIRIJA, na Barra da Tijuca, e, logo em seguida, em 1996, a terceira, em Jacarepaguá.

13. Em 1999, a GRUPO resolveu diversificar, e expandiu suas atividades para a bandeira VOLKSWAGEN. Nasceu, com isso, a DISBARRA, que abriu sua primeira loja na Barra da Tijuca com aproximadamente 30.000 m².

14. A diversificação de bandeiras prosseguiu. Em 2000, iniciaram-se as atividades da BARRAFOR (FORD), em seguida, em 2006, da SPACE (RENAULT) e, por fim, em 2007, da KLAHN (KIA). A partir deste momento o GRUPO JJ MARTINS tornou-se o maior grupo de concessionárias de automóveis do Rio de Janeiro.

15. Em 2008, o GRUPO atingiu seu ápice, com 24 (vinte e quatro) lojas em plena atividade, sendo 6 da DIRIJA, 7 da BARRAFOR, 3 da DISBARRA, 4 da SPACE e 4 da KLAHN, fruto de um investimento total de aproximadamente R\$ 150.000.000,00.

16. Naquele ano, o GRUPO atingiu o faturamento global de quase R\$ 1.200.000.000,00 (um bilhão e duzentos milhões de reais), tendo vendido aproximadamente 55.000 (cinquenta e cinco mil) veículos, entre novos e usados. Além disso, empregava cerca de 2.000 pessoas, entre funcionários diretos e terceirizados.



06

17. Para se ter uma ideia da importância econômica e social do GRUPO JJ MARTINS, ele, sozinho, representava, em 2008, 13% do mercado de venda de automóveis do Estado do Rio de Janeiro². Era o maior grupo de concessionárias de automóveis do Rio de Janeiro, e figurava entre os 10 (dez) maiores do país.

18. Além dos números expressivos, os sócios sempre se preocuparam em manter o GRUPO sólido do ponto de vista patrimonial: das 24 lojas em atividade em 2008, 12 funcionavam em imóveis próprios. A GRAN BARRA, que igualmente integra o pedido inicial, foi criada para ser a sociedade imobiliária do GRUPO, proprietária e administradora dos imóveis locados às concessionárias.

19. Em 2008, as projeções das montadoras para os anos seguintes eram as mais otimistas possíveis. Estimavam um crescimento gradativo nas vendas e que, em 2014, o mercado nacional alcançaria o impressionante volume de 6 milhões de veículos novos vendidos no país.

20. Para atender a essas projeções, as montadoras precisavam aumentar a capacidade instalada e o número de pontos de venda. Diversos grupos de concessionárias de outros estados foram estimulados a instalar-se no Rio de Janeiro, e os grupos locais - as Requerentes inclusivamente - foram instados a fazer pesados investimentos para se adequar ao aumento de vendas projetado.

21. Aumentou-se a concorrência, em razão do substancial aumento dos pontos de venda com o ingresso de novos grupos no mercado. Os custos financeiros também aumentaram, em razão dos financiamentos obtidos para realização dos investimentos, tudo isso para atender àquela demanda projetada pelas montadoras e pelo mercado em geral.

² A DIRIJA vendia 35% do market share da Chevrolet; a BARRAFOR, 40% das vendas da FORD; a DISBARRA 20% da Volkswagen; a SPACE 20% da Renault e a KLAHN 25% da KIA.

32

GA

22. No entanto, a crise do segundo semestre de 2008 frustrou todas as projeções feitas pelas montadoras e pelos concessionários, e fez o ramo de venda de automóveis mergulhar em uma crise que repercute até hoje.

.III.

AS CAUSAS DA CRISE

(iii.1) A Crise de 2008

23. Para muitos, a crise de 2008 foi a pior desde a Grande Depressão de 1929. Comprometeu a saúde financeira das principais economias mundiais, e teve seu ápice em 15 de setembro, quando LEHMAN BROTHERS, quarto maior banco dos Estados Unidos, declarou falência.

24. E o Brasil não ficou imune à crise. No caso específico do mercado de automóveis, o estrago foi grande. O crédito para financiamento de veículos ficou escasso, e as projeções de aumento de vendas não se concretizaram.

25. O mercado, que havia se preparado para atender à demanda projetada pelas montadoras, com aumento considerável do número de pontos de venda e vultosos investimentos feitos, viu as vendas ficarem estagnadas.

26. Naquela ocasião, no entanto, o Governo Federal agiu rapidamente, e reduziu as alíquotas do IPI, o que acabou postergando os efeitos da crise, que só começaram a ser sentidos dois anos depois.

27. Gradativamente, o faturamento por ponto de venda foi caindo. Eram muitas lojas para poucos clientes.

ga

28. Abaixo um quadro que demonstra o aumento dos pontos de vendas de veículos no Rio de Janeiro e no país, e a estagnação das vendas entre 2009 e 2013:

Ano	Total de Vendas feitas pelas concessionárias (em milhões)	Total de Pontos de Venda no Brasil	Total de Pontos de Venda no Rio de Janeiro
2009	2,36	5935	354
2010	2,5	6613	402
2011	2,36	7089	441
2012	2,63	7089	441
2013	2,6	7471	445

29. Note-se que, entre 2009 e 2013, o número de pontos de venda no Rio de Janeiro aumentou mais de 25%, apesar de as vendas terem permanecido praticamente estagnadas. Com isso, a venda média por pontos de venda caiu para abaixo do volume necessário para sobrevivência das concessionárias.

30. Além disso, as comissões pagas pelas instituições financeiras às concessionárias sobre o valor do crédito financiado, uma das grandes fontes de receita do negócio, também caiu ao longo dos anos em quase 70%.

31. Por fim, cabe dizer que, para se proteger da crise, as montadoras adotaram medidas que serviram para agravar ainda mais os efeitos da crise dos concessionários. Foram elas:

- majoração dos preços de venda à rede de distribuição, o que acabou transferindo parte significativa das margens de lucros dos concessionários às montadoras;

- incremento, pelas montadoras, das vendas via faturamento direto ao consumidor. Em 2009, o faturamento direto representava aproximadamente 15% do total de vendas de veículos leves. Em 2010, o percentual aumentou para 23%, em 2011 para 26,7%, em 2012 caiu para 24,5%, em 2013 permaneceu em 24,5%, e, em 2014, aumentou para 27,1%. Ou seja, as montadoras passaram a fazer com concorrência direta com as concessionárias, e praticando preços menores do que os preços de venda à rede de distribuição;

- adoção, pelas montadoras, do faturamento compulsório de estoques de veículos e peças, acima da capacidade do concessionário. Isso gerou excesso de ofertas, falta de espaço físico para estocagem, aumento dos custos financeiros e depreciação excessiva das margens (causada pela necessidade de se aumentar o giro do negócio).

32. Apesar da farta experiência no mercado de automóveis, GRUPO JJ MARTINS passou a vivenciar dificuldades nunca antes vistas.³

33. Em 2008, quando o GRUPO atingiu seu ápice, o faturamento consolidado – considerando todas as concessionárias – foi de quase R\$ 1.200.000.000,00 (um bilhão e duzentos milhões de reais).

34. Os reflexos da crise de 2009 foram sentidos pelo GRUPO nos anos seguintes, e o faturamento caiu consideravelmente. Conforme se extrai do quadro abaixo, o faturamento com as vendas de veículos caiu mais de 40% entre 2010 e 2014⁴:

³ No caso específico da Disbarra, há um elemento adicional que foi fundamental para a escalada da crise daquela sociedade, e que igualmente contaminou as demais: a denúncia unilateral, feita pela Volkswagen, do contrato de concessão da Loja de Campinho, localizada na Rua Candido Benício, nº 200. Aquela loja, a mais rentável das três que a Disbarra mantinha em 2011, desequilibrou a operação, e ensejou, inclusive, o posterior fechamento da Loja Disbarra Botafogo. Há ação judicial em curso pleiteando indenização.

⁴ Número de lojas foi sendo reduzido ao longo dos anos, para reduzir os efeitos da crise: em 2010 eram 24 lojas; em 2011 eram 22 lojas; em 2012, 19; em 2013, 13 lojas; e, 2014, 12.

[REDACTED]					
Faturamento Grupo JJ Martins em vendas de veículos (R\$)	1.163.122.857	973.150.003	893.505.873	710.318.918	658.044.117
Qde de Veículos novos e usados vendidos	31.569	24.392	22.560	17.387	15.525

35. Ao longo do tempo, o endividamento – que antes era compatível com o faturamento e com as projeções de crescimento do mercado – tornou-se inadequado para a operação.

(iii.2) As medidas de reestruturação adotadas pelo Grupo para contornar a crise de 2009

36. Apesar dos problemas financeiros enfrentados, o GRUPO JJ MARTINS tinha fundamentos sólidos, e adotou medidas para reduzir despesas e criar fontes alternativas de renda, como forma de contornar a crise e evitar um calote.

37. Ainda em 2009, o GRUPO concluiu que as projeções feitas pelas montadoras não se concretizariam, e buscou reduzir despesas operacionais e administrativas. E, em paralelo, resolveu diversificar, investindo no mercado imobiliário, que estava aquecido, como forma de gerar receitas alternativas para recuperar as concessionárias.

38. Foi neste momento que a GRAN BARRA, sociedade que até então servira unicamente para administrar os imóveis do GRUPO, passou a dedicar-se ao ramo de empreendimentos imobiliários, realizando parcerias com construtoras, pelo regime de permuta, e, com os resultados, viabilizar a capitalização das concessionárias.

39. Das 24 lojas existentes em 2008, 12 estavam instaladas em imóveis próprios do GRUPO. A estratégia era incrementar a receita por meio do mercado imobiliário, tanto pela venda de imóveis e pontos comerciais, como também pela formalização de parcerias com construtoras para realização de empreendimentos imobiliários nos imóveis próprios.

40. Ou seja, o *boom* imobiliário iniciado na segunda metade de 2009, que seria uma agravante para a crise nas concessionárias, passou a ser uma solução para contornar os problemas financeiros.

41. Em 2010, foram vendidos os imóveis da Rua Mariz e Barros, na Tijuca, e da Barão do Amazonas, no Centro de Niterói, com o consequente fechamento de duas lojas da DIRIJA. Foi também vendida a concessão do uso da marca CHEVROLET pela Dirija, em Niterói, para o GRUPO VIAMAR.

42. E foram lançados os seguintes empreendimentos imobiliários:

- HYDRA, em parceria com a PDG;
- CENTRAL LIFE, em parceria com a CONIPAR;
- FOCUS, em parceria com a PDG;
- ENSEADA, em parceria com a CONIPAR;
- NEOLINK, em parceria com a DOMINUS;

43. Houve, ainda, a venda dos pontos da BARRAFOR na Rua Real Grandeza e na Rua Bambina. E foram fechadas as lojas da BARRAFOR de Campo Grande e da Tijuca, pois o GRUPO não estava disposto a fazer investimentos de R\$ 15.000.0000,00 exigidos pela FORD.

44. A diversificação das atividades para o ramo imobiliário gerou um impacto positivo no fluxo de caixa do GRUPO, permitindo que mais de R\$ 100.000.000,00

12

(cem milhões de reais) fossem aportados nas concessionárias entre os anos de 2009 a 2014.

45. Após esta reestruturação, o GRUPO chegou ao segundo semestre de 2014 com 12 lojas em funcionamento, sendo 3 da DIRIJA, 2 da KLAHN, 4 da SPACE, 2 da BARRAFOR e 1 da DISBARRA.

46. A solidez do GRUPO JJ MARTINS e a competência na sua gestão permitiu que o negócio sobrevivesse após a crise de 2008/2009.

(iii.3) A crise de 2014: a sobreposição de crises

47. A recente crise econômica foi um golpe duro nas medidas administrativas de reorganização que vinham sendo adotadas pelo GRUPO, pois atingiu tanto o mercado imobiliário, como o de veículos automotores.

48. Os sucessivos aumentos da taxa de juros, a estagnação econômica e a inflação crescente, geraram aperto no crédito, o que é fatal para os mercados de compra de veículos e de imóveis.

49. As instituições financeiras passaram a restringir o crédito para o segmento automotivo e imobiliário a partir do segundo semestre de 2013, e consequentemente para o GRUPO JJ MARTINS e GRAN BARRA, exigindo um fluxo de amortização do endividamento bancário, incompatível com o cenário de crise e com a geração de caixa dos negócios de automóveis e imóveis.

9

50. No ramo automobilístico, o ano de 2014 fechou com queda de 7,4% no total de emplacamentos de veículos leves, a maior queda desde 2002. Foi o segundo ano consecutivo de retração, pois houve queda de 4% em 2013⁵.

51. Some-se a isso o fim da isenção de IPI, em vigor a partir de janeiro de 2015, que igualmente impactará negativamente as vendas de automóveis.

52. A crise no setor automobilístico, aliás, está estampada nos jornais diariamente. Montadoras com pátios lotados, interrompendo a produção e concedendo férias coletivas, e diversas lojas concessionárias fechando as portas nos últimos meses no Rio de Janeiro⁶.

53. O setor imobiliário também sofreu os impactos da crise, com queda considerável nas vendas de imóveis.

54. Para demonstrar isso, basta dizer que o empreendimento NEOLINK, feito em parceria entre a GRAN BARRA e a Construtora DOMINUS, por exemplo, possui em estoque aproximadamente 50 unidades não vendidas, com valor total de mercado estimado em R\$ 60.000.000,00. Este empreendimento concentra-se no coração da Barra da Tijuca, na Av. Ayrton Senna, e não foi vendida uma única unidade nos últimos de 6 meses.

55. Aliás, para se ter uma ideia dos efeitos da crise, basta analisar as ações listadas na BM&FBOVESPA da PDG, GAFISA, HELBOR, JOÃO FORTES além de outras, que refletem fielmente este cenário, amargando quedas em torno de 50%.

56. Apesar de todas as medidas implementadas pelo GRUPO JJ MARTINS nos últimos anos, esta sobreposição de crises inviabilizou todo o plano de

⁵ Fonte: Folha on line – 03.01.2015

⁶ Como, por exemplo: as lojas da PEUGEOT, do Recreio e de Jacarepaguá; da CITRÔEN, em Botafogo; da CHERRY, no Recreio; da CHEVROLET VIA MAR, em São João de Meriti; da CHEVROLET DISNAVE, do SHOPPING NOVA AMERICA; da Chevrolet Super na Ilha do Governador; da Volkswagen Guandu de Realengo, entre outras.

14

reorganização idealizado em 2009. Não restam dúvidas de que o pedido de recuperação judicial é medida essencial para o soerguimento da empresa.

57. O endividamento consolidado do GRUPO, que gira em torno de R\$ 315.000.000,00 - quase que totalmente formado por instituições financeiras - é incompatível com as projeções para os próximos anos nos mercados de automóveis e imóveis.

58. Conforme se extrai da lista de credores em anexo, considerando a soma dos créditos das classes 1, 3 e 4, a DIRIJA possui endividamento de aproximadamente R\$ 127.618.579,00, a DISBARRA de R\$ 48.188.608,00, e BARRAFOR de R\$ 71.032.311,00, a SPACE de R\$ 40.291.053,00 e a KLAHN de R\$ 25.938.984,00.

59. Já as Requerentes JJ MARTINS e GRAN BARRA, não possuem endividamento sujeito aos efeitos da recuperação judicial em valores relevantes. No entanto, são garantidoras de diversas obrigações das demais Requerentes. A GRAN BARRA, se consideradas as garantias prestadas, é a maior devedora do GRUPO, com responsabilidade pelo pagamento de mais de R\$ 150.000.000,00. E a JJ MARTINS também foi contaminada pelas dificuldades financeiras das demais Requerentes, e possui responsabilidade solidária com relação a aproximadamente R\$ 34.000.000,00⁷.

60. O que se vê, portanto, é que a renegociação do passivo, por meio de um plano de recuperação judicial a ser submetido aos credores, é a única forma de salvar o GRUPO JJ MARTINS da falência.

⁷ A garantias cruzadas prestadas, bem como os valores envolvidos, encontram-se indicadas no Anexo 16, que contém os valores

gk

15

.IV.

A SOLIDEZ DO GRUPO JJ MARTINS

A viabilidade econômico financeira do negócio e o expressivo acervo imobiliário

61. Os elementos constantes dos autos demonstram que o GRUPO JJ MARTINS é sólido e viável, com plena capacidade de se recuperar por meio de um processo de recuperação judicial.

62. Diga-se, desde logo, que as medidas de reorganização implementadas pelo GRUPO após a crise de 2009, com redução das despesas administrativas e diversificação das fontes de receitas, demonstram a competência e habilidade de seus administradores para enfrentar crises.

63. Não fosse a crise atual, o GRUPO não teria requerido recuperação judicial, pois as medidas de reorganização adotadas nos últimos anos permitiram que, a despeito de todo o endividamento feito em 2008, não houvesse um único *default* até recentemente.

64. Atualmente, mesmo após a redução do número de lojas, e diante de um cenário de estagnação econômica no país, o GRUPO logrou faturar, apenas no ramo de veículos, aproximadamente R\$ 650.000.000,00 em 2014, com 15.525 unidades vendidas.

65. Ou seja, apesar das restrições atuais de crédito e de fluxo de caixa, a empresa manteve-se sólida e participativa no mercado em que atua, o que torna indubitável sua grande capacidade de superar as dificuldades econômicas e financeiras que atravessa.

[Handwritten signature]

16

66. E a tendência do mercado de veículos é que, gradativamente, o número de lojas concessionárias caia – como vem ocorrendo nos últimos meses – com a necessária readequação entre oferta e demanda: algo que ainda não foi possível desde o precipitado crescimento dos pontos de venda em 2008. Neste cenário projetado para os próximos anos, apenas os grupos de concessionários sólidos e organizados, como é o caso das Requerentes, têm condições de prevalecer.

67. Ainda que o endividamento possa parecer elevado para a capacidade de geração da caixa atual das Requerentes, não se pode perder de vista que o GRUPO JJ MARTINS é sólido, não apenas pela posição de destaque que detém no mercado local, como também pelo expressivo acervo patrimonial que possui, capaz de dar aos credores a tranquilidade necessária para enfrentar um processo de renegociação.

68. Ao contrário da prática comum das sociedades varejistas, que em regra não têm qualquer patrimônio, como forma de evitar constrições judiciais em caso de crise, o GRUPO JJ MARTINS, dada a seriedade com que sempre enfrentou seus negócios, sempre fez questão de manter-se sólido do ponto de vista patrimonial, tendo a GRAN BARRA como garantidora da maioria dos empréstimos bancários feitos.

69. A GRAN BARRA tem aproximadamente 73 unidades imobiliárias do empreendimento NEOLINK, FOCUS E ENSEADA – ainda em construção - em estoque para venda, sem qualquer constrição, o que pode gerar retorno de aproximadamente R\$ 68.000.000,00 (sessenta e oito milhões de reais) (vide documento 15.3).

70. Além disso, possui diversos imóveis com potencial para a realização de novos empreendimentos. As Requerentes juntam em anexo (documento 15.3)

g

11

tabela contendo a situação imobiliária da GRAN BARRA, com o valor de mercado de cada imóvel, o *status* de sua documentação e existência de eventuais constrições.

71. O que se vê, por todo o exposto, é que o GRUPO tem plena viabilidade operacional, sendo certo que a crise enfrentada é meramente episódica. A recuperação judicial permitirá o saneamento do seu quadro crítico, e o soerguimento dos negócios.

72. E a sobrevivência do negócio interessa não apenas ao GRUPO JJ MARTINS, mas também:

- aos mais de 1.000 funcionários diretos e indiretos que trabalham no GRUPO atualmente;
- aos consumidores, que necessitam de concessionários sérios não apenas para compra e venda de automóveis, mas também para realização de manutenções preventivas e corretivas em seus veículos;
- ao Fisco, pelos tributos que o GRUPO vem gerando nos últimos 38 anos;
- e aos adquirentes das unidades imobiliária da GRAN BARRA, que vêm adimplindo religiosamente com as prestações pela compra das unidades, e necessitam da sociedade ativa para finalização dos procedimentos de compra, após a concessão do *habite-se*.

9

MB

.V.

PREENCHIMENTO DOS REQUISITOS LEGAIS

73. As Requerentes preenchem todos os requisitos necessários para pleitear recuperação judicial, na forma estabelecida pelos artigos 48 e 51 da Lei 11.101/2005.

74. Para tanto, declaram que:

- (i) exercem regularmente suas atividades há mais do que os 2 (dois) anos;
- (ii) nunca faliram;
- (iii) nunca ajuizaram pedido de recuperação judicial ou concordata;
- (iv) não têm em seu quadro de sócios ou administradores pessoas que tenham sido condenadas por crime falimentar;

75. Da mesma forma, a documentação em anexo atende integralmente à lista constante do artigo 51 da Lei nº 11.101/2005, a saber:

- (i) as demonstrações contábeis de cada uma das Requerentes, relativas aos 3 (três) últimos exercícios sociais e as levantadas especialmente para instruir o pedido, confeccionadas na forma prevista no inciso I do artigo 51;
- (ii) a relação nominal completa dos credores;
- (iii) a relação integral dos empregados;
- (iv) certidões expedidas pela Junta Comercial do Rio de Janeiro, no intuito de comprovar a regular situação das Requerentes perante o Registro Público de Empresas;

g

19

- (v) relação dos bens particulares dos sócios controladores e dos administradores das Requerentes;
- (vi) extratos atualizados das contas bancárias das Requerentes;
- (vii) certidões dos cartórios de protestos das localidades onde as Requerente têm sede ou filial;
- (viii) a relação, subscrita pelos administradores das Requerentes, de todas as ações judiciais em que este figure como parte.

76. Adicionalmente, as Requerentes juntam relatório contendo as obrigações de fazer da GRAN BARRA – relativos às unidades imobiliárias objeto de promessa de compra e venda a terceiros, e que, após a concessão do *habite-se*, e desde que quitadas eventuais parcelas em atraso, serão transferidas em definitivo aos promitentes compradores.

77. Restando, portanto, cabalmente demonstrada e comprovada a presença dos requisitos legais, e estando a presente instruída com a documentação completa, o deferimento do processamento da recuperação judicial é medida que se impõe.

.VI.

PEDIDO

78. Por todo o exposto, pedem:

- (i) que seja deferido o processamento conjunto da recuperação judicial do GRUPO JJ MARTINS, nos termos do artigo 52 da Lei 11.101/2005;
- (ii) Seja nomeado Administrador Judicial;

[Handwritten signature]

- (iii) Seja determinada a suspensão de todas as ações e execuções em curso contra as Requerentes, pelo prazo legal;
- (iv) Seja determinada a dispensa da apresentação de certidões negativas para o exercício de suas atividades;
- (v) Seja intimado o Ministério Público e sejam expedidos ofícios competentes a fim de comunicar as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal;
- (vi) Seja publicado o edital a que se refere o parágrafo 1º do art. 52 da Lei nº 11.101/2005.

79. Pedem, por fim, que todas as intimações sejam feitas em nome de LEANDRO SABOIA RINALDI DE CARVALHO, OAB/RJ 97.904, com escritório indicado no timbre, sob pena de nulidade.

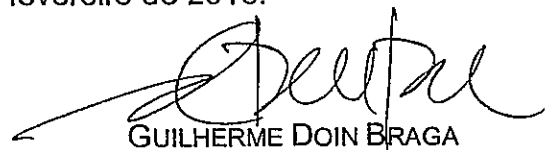
80. Dão à causa o valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais).

Pedem deferimento.

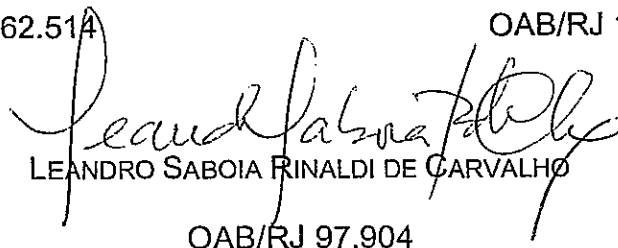
Rio de Janeiro, 10 de fevereiro de 2015.


MARCELO DE ASSIS GUERRA

OAB/RJ 62.514


GUILHERME DOIN BRAGA

OAB/RJ 108.730


LEANDRO SABOIA RINALDI DE CARVALHO
OAB/RJ 97.904