



## UM INVESTIMENTO DIFERENTE

<https://zuniawebsite.wixsite.com/investimento>

### 1. QUEM SOMOS

#### **Mariana Ferola - CEO Zunia**

<https://www.instagram.com/mariferola/>

Idealizadora do Projeto do Espaço Infantil, Graduada em Relações Internacionais, Esposa, Mãe e Empreendedora!

Mariana Ferola encontrou sua vocação em trabalhar com festas, cuja marca seja a experiência e a sofisticação. Com uma vivência e experiências de sucesso ao longo de 10 anos neste segmento, estará à frente do Zunia.61 e da preparação para expansão futura das franquias.

#### **Prof. André Augusto V. de Souza - MSc - Consultor de Negócios**

<http://scogestaoexcelencia.com.br/perfilAndre.php>

Staff e Executivo de Negócios do Projeto Infantil. Mestre em Administração de Empresas e Sócio Fundador da SCO Gestão e Excelência Organizacional. Pai e Professor, apaixonado por empreendedorismo.

Será o responsável em contribuir para o Plano de Negócios, inauguração e padronização dos processos internos, oferecendo suporte ao futuro desenvolvimento de franquias. "O Guardião dos Investidores" e também o "Mestre Zunia"

### 2. O PROBLEMA

Levantar os recursos necessários para consolidar o projeto piloto em Brasília, Zunia.61 (<https://www.zunia.com.br/>) e construir o modelo de expansão para outras cidades, seja por filiais ou franquias (os resultados do Zunia.61 serão fundamentais na decisão).

Atualmente, as casas de festas tradicionais são uma experiência “gourmet” com uma brinquedoteca. Um modelo tradicional, podemos dizer.

As casas de eventos voltadas para festas com decoração e mais sofisticadas, com valores mais elevados, muitas vezes estão perdendo o volume de festas fechadas anualmente, tendo em vista as famílias buscarem opções mais interessantes e com alternativas diferentes.

As brinquedotecas instaladas em shoppings ou espaços de play zone também estão no tradicional. Conseguem movimento e os pequenos gostam, pois brincar e sempre muito legal. Mas o mundo está mudando rápido e a futura geração Y, ou não sabemos a próxima letra, está antenada em novas tecnologias...

As pessoas buscam um valor justo e uma experiência que seja encantadora para seus pequenos, mas muitas vezes encontram somente opções tradicionais.



### 3. A SOLUÇÃO

Complementar nosso aporte de investimentos com um novo investidor anjo, de modo a consolidar o projeto atual e expandir nossa presença para outras cidades do Brasil.

Proporcionar, com o Zunia, um local de experiência diferenciada.

Zunia é uma nova experiência de entretenimento familiar. Ela inova por oferecer um ambiente cenográfico inovador aliado a proposta da diversão somada ao desenvolvimento criativo infantil.

Além de todos os brinquedos superdivertidos oferecidos no parque, várias atividades roteirizadas estarão ocorrendo durante todo o período de funcionamento, favor consultar a grade de atrações do dia.

E lógico que tudo isso aliado a 3 (três) espaços de festas privativos a convidados que podem ocorrer simultaneamente. As festas contarão com um cardápio desenvolvido especialmente para surpreender em sabor e frescor, atendendo tanto ao público adulto como o infantil.

O ticket médio padrão de uma festa para 60 pessoas iniciará em 5 mil reais, lucrativo, atrativo e extremamente competitivo!

### 4. CLIENTES-ALVO E MODELO DE NEGÓCIOS

Nosso cliente-alvo DECISOR é o responsável pela criança, que efetivamente decide e paga pela festa ou pelo nosso voucher de acesso à área de diversão. Ele consulta a criança e olha o brilho nos olhos dos pequenos ao darem sua opinião de querem brincar ou comemorar ali seu aniversário.

Assim, nosso cliente-alvo USUÁRIO são crianças de 4 a 12 anos. Crianças essas da futura nova geração Y, que adoram super-heróis, princesas, aventuras e desafios... Gostam de brincadeiras diferentes. Jogam com os amigos em rede e assistem mais YouTube do que TV. Ah... E seus ídolos são YouTubers que brincam, abrem brinquedos, são carismáticos e engraçados.

Nosso modelo de negócios é uma área com 3 espaços para festas e eventos simultâneos, com 3 horas de duração. Oferecemos o serviço de alimentos e bebidas para a comemoração, além de uma fantástica área de diversão. Tudo gira em torno de enredos de teatro, mistérios e gincanas, alinhadas ao centro como uma área de gravação de vídeos e conteúdo para as Redes Sociais e Canais Infantis. As atividades, embora lúdicas, trabalharão aspectos educacionais e valores importantes para o futuro destas crianças, em um mundo onde deveremos utilizar a tecnologia digital ao nosso favor e não sermos dominados por ela.

E claro, onde a criança possa correr, brincar, interagir com seus semelhantes e, depois de tudo, ser protagonista da vídeo história no seu canal digital favorito!!!

PS – deve estar adorando ler isso... MUITOOOOO legallllll!!!



## 5. GO-TO-MARKET

Conquistaremos nossos clientes por duas formas distintas, referentes aos dois negócios principais envolvidos no Zunia.

### Festas e Eventos

Utilizaremos as técnicas do Funil de Vendas (Papelote), com o Spin Selling de vendas assistidas.

Nossa parceria será a Rede Social de Marketing – RSM (<http://rsm.network/>) para geração de Leads, além da captura de informações sobre o aniversário das crianças que brincam na nossa área de diversão pelo voucher de acesso).

Ao serem qualificados, os responsáveis pelo pequeno recebem um convite para conhecer o local e trazer as crianças para brincar, com um cupom free. Enquanto os pequenos brincam, nossos colaboradores atuam nas etapas para fechamento das vendas, alimentando nosso CRM.

Teremos também um ChatBot que fará a qualificação inicial e a interação digital de nossa experiência com prospects capturados nas ações de marketing.

### Voucher de Acesso

Nossas ações serão parcerias na própria área do shopping, em portais, grupos de redes sociais e afins onde os clientes decisores e usuários estão. Distribuiremos cupons de descontos ou benefícios para que os pequenos possam acessar e vivenciar a experiência na nossa área de diversão.

Estratégias simples, com menor investimento e alto potencial de retorno. Em nossos ensaios, conseguimos capturar LEADS e pedidos de propostas muito rapidamente e surpreendentemente.

## 6. MERCADO E VANTAGENS COMPETITIVAS

O mercado de festas e eventos infantis é um mercado interessante e recorrente. Sempre crianças estão nascendo, crescendo e fazendo aniversários anualmente...

Particularmente em Brasília e Águas Claras, são mais de 33 mil famílias com filhos residentes. Os locais de festas tradicionais trabalham com brinquedoteca e buffet. Finais de semana é complicado achar agenda...

Escolhemos um shopping novo e super bem localizado (<http://www.dfplaza.com.br/shopping.asp>), o que oferece vantagens de acesso e localização, aliadas à segurança.

Modelamos nosso negócio com uma experiência inovadora e diferente, que será percebida pelo público-alvo e proporcionará, aos convidados da festa, o desejo de também comemorar ali seu aniversário.

Os roteiros de desafios, mistérios e gincanas mudam sempre e são criativos, proporcionando experiências diferentes a cada presença dos pequenos e seus familiares no evento ou no Zunia.

Os preços das festas são altamente atrativos e competitivos com a concorrência local e regional.

A qualidade da experiência estará pautada no sorriso, na alegria de um dia bacana e em levar para casa um pedacinho do Zunia no coração de quem ali esteve (e claro, um mimo final na saída)...

Podemos ser copiados no futuro. Logo, precisamos do diferencial da equipe criativa, engajada e sempre inovando desafios não imagináveis pelos concorrentes futuros que podem seguir a mesma linha. Afinal, copiar pessoas e suas competências diferenciadas não é tão simples assim...



## 7. EQUIPE DE GESTÃO

O modelamento do Zunia foi estruturado entre uma parceria da Mariana Ferola, idealizadora com conhecimento e vivência no business de festas e eventos infantis.

Para complementar a parte da gestão do negócio, incorporamos, desde a fase de modelamento do core business e do plano de negócios, os trabalhos do Prof André Augusto Villela de Souza – MSc e da SCO Gestão e Excelência Operacional (<http://scogestaoexcelencia.com.br/>).

Assim, a estruturação de uma equipe de gestão, formada pela SCO e já padronizando os processos que sejam duplicáveis em futuras expansões, é um dos pontos fortes do Zunia. A equipe é formada por:

- 1 Gerente Geral, responsável por liderar a equipe nos desafios do cotidiano de operações e encantamento de clientes;
- 1 Coordenadora de Operações, braço direito e em revezamento dos horários específicos de escala, responsável por liderar na ausência da Gerente Geral e, no cotidiano, acompanhar a teia de processos desde o checkin, operações na área de diversão, estrutura de apoio e check-out;
- 1 Coordenadora de Eventos, responsável em liderar as equipes específicas que acompanham a família e convidados a cada evento realizado, de maneira personalizada;
- 1 Coordenação de Atendimento, responsável em transformar LEADs em contratos de festas e eventos, gerenciando o Spin Selling nas etapas do Funil de Vendas.
- 1 Auxiliar Administrativo e Financeiro e 1 Estagiário.

## 8. RESUMO FINANCEIRO

O empreendimento será inaugurado ao final de fevereiro de 2018.

O investimento total é de 1 milhão e 560 mil reais. Destes, 1 milhão de reais foram já investidos nas obras do local e na instalação da mini-cidade e área de diversão. 560 mil reais cobrem o enxoval de eventos e das áreas de apoio, o marketing inicial e investimento gerencial, além do capital de giro.

A expectativa de faturamento médio mensal, no cenário conservador, é de 337 mil reais mensais, com composição entre uma média de 32 festas mensais e cerca de 2,6 mil crianças/mês com voucher de acesso (2 maiores fontes de receitas).

O custo fixo médio mensal foi levantando em 108 mil reais, com destaque para o aluguel/fundo de marketing/condomínio, característico de shoppings, e o custo com pessoal.

O aluguel no contrato foi o grande ponto forte do negócio, na característica de loja âncora. Ele alcançará um valor máximo de 20 mil reais mensais, somente computando 5% do faturamento após a superação de 400 mil reais de faturamento. O que reduz bastante o ponto de nivelamento.

Os custos com pessoal fixo foram dimensionados em uma equipe para atender 32 festas/mês e uma média de 81 crianças dia. Um efetivo variável é acionado quando em dias de evento ou lotação com venda antecipada via web. Assim, conseguimos mitigar o risco e reduzir o ponto de nivelamento para um fluxo menor de eventos ou voucher diários.



Os custos variáveis foram dimensionados em 52% do faturamento, sendo 26% com o custo direto das festas e eventos e 26% de custos com impostos, comissionamento, taxas, fundo de marketing e afins.

A composição deste plano orçamentário foi desdobrada na perspectiva de 5 anos, evoluindo do cenário conservador ao otimista, com as respectivas correções monetárias.

## FLUXO DE CAIXA ANUAL

PEI (x 1 mil reais)

### PROJEÇÃO DE RESULTADOS MÉDIOS MENSAIS - PUNCH COMERCIAL

#### CENÁRIO CONSERVADOR

112% 185% 222% 268%

METAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	TOTAL
<b>RECEITA BRUTA</b>	<b>2.295</b>	<b>4.860</b>	<b>6.551</b>	<b>7.387</b>	<b>8.437</b>	<b>29.529</b>
Custo Direto	598	1.266	1.707	1.925	2.199	7.696
CVGA	592	1.071	1.549	2.027	2.505	7.744
<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>	<b>1.104</b>	<b>2.523</b>	<b>3.295</b>	<b>3.435</b>	<b>3.733</b>	<b>14.090</b>
Salários e Encargos NP	299	466	535	616	708	2.624
VT e VR	106	165	190	218	251	931
Benefícios (10%)	30	47	54	62	71	262
Aluguel e taxas Plaza Mall	249	363	448	489	542	2.091
Demais Custos Operacionais	326	369	424	488	561	2.164
<b>CUSTO FIXO</b>	<b>1.011</b>	<b>1.409</b>	<b>1.651</b>	<b>1.873</b>	<b>2.133</b>	<b>8.078</b>
<b>FLUXO OPERACIONAL</b>	<b>93</b>	<b>1.113</b>	<b>1.644</b>	<b>1.562</b>	<b>1.600</b>	<b>6.012</b>
Aporte Investidores	1.560	-	-	-	-	1.560
Investimentos	(1.184)	-	-	-	-	(1.184)
Royalties sobre Resultados	-	(111)	(164)	(156)	(160)	(592)
Retorno Investidores	(187)	(374)	(374)	(624)	-	(1.560)
Participação nos lucros	-	(56)	(82)	(78)	(80)	(296)
SCO	-	(56)	(82)	(78)	(80)	(296)
<b>RESULTADO FINAL</b>	<b>282</b>	<b>516</b>	<b>941</b>	<b>625</b>	<b>1.280</b>	<b>3.644</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>286</b>	<b>802</b>	<b>1.742</b>	<b>2.368</b>	<b>3.648</b>	

A expectativa do investimento é alcançar, em 5 anos, um fluxo de caixa operacional de 6 milhões de reais, garantido assim novos investimentos de expansão, royalties, retorno dos investidores e uma sobra financeira atrativa.

As memórias de cálculo e detalhamentos estão disponíveis no projeto de viabilidade econômico-financeira, disponibilizado mediante assinatura de termo de sigilo a potenciais investidores.



## 9. HISTÓRIA DE FINANCIAMENTO ATÉ A DATA

Atualmente, fevereiro de 2018, já fechamos e integralizamos 780 mil reais, por meio de investidores anjos conquistado com apresentações do negócio.

As duas primeiras quotas de 260 mil reais foram negociadas por 10,5% do empreendimento, cada uma, em setembro de 2017.

A terceira quota de 260 mil reais foi negociada por 8% do empreendimento, em novembro de 2017.

Agora, para inauguração e início das operações, ofertamos mais 15% do negócio por 780 mil reais, com quota mínima de investimento de 78 mil reais (por 1,5% do negócio).

## 10. USO DE FUNDOS E MARCOS ESPERADOS

As 3 primeiras quotas foram utilizadas para as obras de adaptação do local e para a estruturação dos brinquedos.

Esperamos inaugurar ao final de fevereiro de 2018, já recebendo os potenciais clientes para conhecerem o local e nossas propostas de festas e eventos. Como os contratos são fechados antes da data do evento, são possíveis a venda e as receitas, previamente.

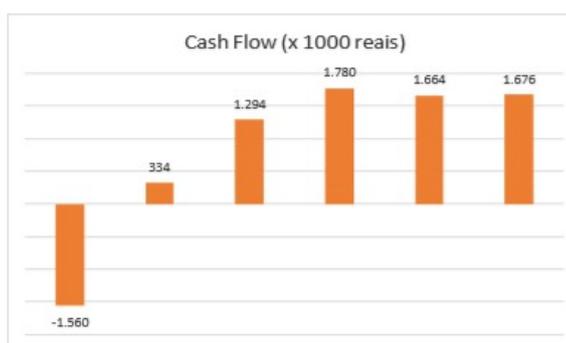
Com a 4ª quota pretendemos terminar os investimentos complementares para funcionamento e operação, inaugurando a entrada com vouchers até final de março de 2018.

As 5as e 6as quotas permitirão o desenvolvimento de sistemas de automação, melhorias na estrutura de apoio e capital de giro operacional.

## 11. AVALIAÇÃO PRÉ-MONETÁRIA E CAPITAL SOLICITADO

O fluxo de caixa de 5 anos foi descontado para a formação da valuation do Zunia, na seguinte perspectiva:

INVESTIMENTO PEI	
CASH FLOW - 5 anos - (X1000 reais)	
0	-1.560
1	334
2	1.294
3	1.780
4	1.664
5	1.676
Imobilizado inicial	964
Imobilizado final	229
VPL	1.306
TIR (ano)	60,07%
Custo do Capital (ano)	30,0%
PAYBACK PREVISTO	20
IL	84%





Para cálculo da VPL e da TIR, o Custo do Capital utilizado foi de 30% ao ano. O projeto apresenta um VPL de 1 milhão e 306 mil reais, uma TIR de 60% aa e um IL de 84%.

Assim, o projeto apresenta-se viável, dentro dos riscos associados às metas comerciais de crescimento altamente aderentes ao potencial de mercado no cenário conservador.

O risco associado aos investimentos é baixo, fruto da TIR apresentada no projeto ser consideravelmente maior que o custo do capital (60% x 30% aa), com base em uma remuneração básica acima do mercado (2% a 3% am em parcelas fixas). Além disso, o ponto de nivelamento anual é baixo, uma vez que o custo de operação médio é baixo.

<b>VALOR ECONÔMICO - 5 ANOS</b>	
Valor Gerado - Cash Flow	1.306
Imobilizado final	229
Investimentos Iniciais	1.560
<b>VALOR ECONÔMICO</b>	<b>3.095</b>
<b>VALOR DA MARCA</b>	<b>592</b>
<b>VALOR FINAL DA EMPRESA</b>	<b>3.687</b>

42% da empresa

Ao longo dos anos, a idealizadora do Espaço, Mariana Ferola, construiu um nome forte e reconhecido pelo mercado e seus clientes. Soma-se a esta credibilidade o fato de o projeto ser atrativo para receber investimentos, otimizar o sistema gerencial, operacional, da execução e alavancagem das ações propostas na sua concepção inovadora.

Para avaliação financeira deste ativo intangível, utilizou-se a prospecção do valor econômico frente aos ativos tangíveis. Determinou-se o valor final da marca futura, em função do potencial de geração de riqueza existente: - 1 milhão e 306 mil reais gerados pelo fluxo de caixa futuro, descontado. - 229 mil reais de valor residual dos ativos tangíveis depreciados. - 1 milhão e 560 mil reais de aporte de capital de investimento. - 592 mil reais da avaliação da marca futura.

Assim, estabelece-se o valor econômico do PEI em 3,697 milhões de reais, constituindo este valor um Passivo do PEI junto à sua idealizadora e os investidores. Ofertamos 42% do Zunia na ação de captação dos recursos necessários para a implantação do projeto piloto.

**Solicitamos um capital de 780 mil reais por 15% do Zunia, de modo a consolidar o investimento do Zunia.61 e garantir o primeiro ano de operação.**

Caso todas as quotas sejam incorporadas até uma resposta positiva deste projeto, pretendemos investir o capital no modelamento da expansão, já com novos investidores.

Brasília-DF, 10 de fevereiro de 2017.

Prof. André Augusto Villela de Souza – MSc  
 Consultor de Negócios Zunia  
 61 98118-9979