



# BUDDHA SPA

---

TOKEN



— WHITE PAPER —



# ÍNDICE



**03** | VISÃO GERAL DO BUDDHA SPA TOKEN

**04** | O PROBLEMA DOS DIAS ATUAIS

**06** | SOBRE O BUDDHA SPA

**07** | História

**10** | Liderança e Gestão

**12** | Modelo de Negócio

**14** | Origens e Canais de Venda

**16** | O que torna o Buddha Spa único

**17** | O MERCADO DE BEM-ESTAR

**22** | O BUDDHA SPA TOKEN

**24** | Benefícios e Utilidades

**29** | TOKEN ECONOMICS

**32** | AVISO LEGAL





# VISÃO GERAL DO BUDDHA SPA TOKEN

O Buddha Spa Token é um ativo digital que representa um token de utilidade de significativa inovação dentro do mercado de bem-estar, mais especificamente no ecossistema Buddha Spa.

Através do token BUDDHA o usuário possui diferentes benefícios em relação aos produtos e serviços da rede Buddha Spa, conferindo descontos, servindo como moeda de troca e permitindo voto para participar nos processos de tomada de decisão (com exclusão das decisões corporativas e de alta administração), pesquisas de opinião e pesquisas em relação ao ecossistema Buddha Spa, dentre outros.

O Buddha Spa Token possui o ticker BUDDHA e é um token ERC-20 que pode ser adquirido em plataformas de negociação de criptoativos parceiras, com custódia realizada pelas mesmas.



# O PROBLEMA DOS DIAS ATUAIS



O stress e a ansiedade são alguns dos malefícios do mundo moderno. Ao mesmo tempo em que temos a velocidade acelerada de informação que tanto nos ajuda, também é ela quem contribui para nossos elevados níveis de stress e ansiedade. O Brasil já é o 2º país do mundo com maiores níveis de stress na população.

Em decorrência de todos estes impactos negativos que o stress gera em nossa saúde, o mercado vem trazendo inúmeras soluções voltadas para combatê-lo de diferentes formas. Alguns exemplos são os remédios produzidos pela indústria farmacêutica, aplicativos de celular com meditações guiadas, tratamentos médicos e psicológicos, produtos e serviços diversos que elevam o nível relaxamento físico e mental, entre outros.

E dentre as diversas alternativas existentes, uma das mais eficazes é a massagem.

Desde os mais remotos tempos a massagem é explorada pela humanidade, trazendo consigo um conhecimento milenar. Ela sempre foi utilizada como um recurso de saúde para prevenção e cura de doenças, relaxamento e bem-estar. E foi com o passar do tempo que os estudos científicos vieram a comprovar todos estes benefícios, especialmente no combate ao stress e a ansiedade. Ao realizar uma massagem nosso corpo libera os hormônios da endorfina e serotonina, responsáveis pelas sensações de prazer e relaxamento. Além disto, os estudos mostram que a massagem auxilia também na redução do cortisol, hormônio responsável pelo stress, irritabilidade e falta de concentração.

Sabemos também que a tensão muscular é uma grande responsável pelos desconfortos físicos. Através da massagem conseguimos promover um alto nível de relaxamento muscular, o que também vai ajudar diretamente no combate ao stress.

Quando realizada em ambientes de spa preparados para promover uma experiência sensorial completa para o cliente, a massagem também traz resultados adicionais. Além do tato, a música ambiente nos faz relaxar, o aroma do local desperta nossos sentidos olfativos, a ambientação do espaço estimula o bem-estar de nossa visão, e os chás preenchem nosso paladar.

Entendendo esta realidade e a necessidade de transformação no bem-estar e na vida das pessoas, surgiu o **Buddha Spa**.







—●●—

SOBRE O  
BUDDHA SPA





# HISTÓRIA



Concebido em 2001 por Jayme Santos e Gustavo Albanesi, executivos do mercado financeiro, o **Buddha Spa** nasceu com a proposta de entregar bem-estar.

Em um momento em que ainda o hábito de massagem era muito pouco explorado no Brasil, o modelo de negócios do **Buddha Spa** foi sendo formatado e desenvolvido sob a inspiração de spas internacionais, o que auxiliou na formação de referência da marca.

Em 2001 o atual conceito de bem-estar inexistia, e poucas eram as iniciativas de negócios associadas à qualidade de vida, o que reflete o nível visionário do **Buddha Spa** que veio se comprovando ao longo dos anos seguintes.

Foi a partir de 2008, quando Jayme e Gustavo deixaram atuação prioritária no mercado financeiro para se dedicar à profissionalização do **Buddha Spa**, que a marca passou a ganhar maior notoriedade no mercado Brasileiro de spas. Em 2010 é inaugurada a primeira unidade franqueada no bairro dos Jardins, em São Paulo, dando início à forte trajetória de crescimento, especialmente após o ano de 2014, quando o mercado de bem-estar começou a tomar maior relevância na cultura e prioridade da sociedade.

Desde sua formação o **Buddha Spa** trouxe a essência do “sentir-se bem”, a qual foi sendo aprimorada e moldada com o passar dos anos e desenvolvimento cultural de seus clientes. Sempre de forma inovadora, o **Buddha Spa** foi

liderando o segmento no país com uma proposta diferenciada de spa urbano que entrega serviços e experiências que permitem o cliente encontrar um reduto e oásis de bem-estar em meio à agitada vida cotidiana.

O **Buddha Spa** encerra o ano de 2021 com 46 unidades em operação e outras 6 em implantação, representando a maior e mais reconhecida rede de spas do país. Em um momento em que o bem-estar se tornou prioridade na vida da população, a velocidade de crescimento do **Buddha Spa** também vem ocorrendo com a mesma força.





**São Paulo (Capital)**  
32 unidades

Aclimação  
Alphaville  
Anália Franco  
Blue Tree Alphaville  
Brooklin  
Campo Belo  
Club Athletico Paulistano  
Espaço Be - Santana  
Funchal  
Gran Estanplaza Berrini  
Granja Viana  
Higienópolis  
Pestana SP  
Ibirapuera  
Itaim Bibi  
Jardim Europa  
Jardins  
Moema  
Morumbi Town  
Pátio Paulista Quiosque  
Pátio Paulista  
Perdizes  
Reebok Cidade Jardim  
Reebok Vila Olímpia  
Santana Parque Shopping  
Seridó  
Shopping Mooca  
Vila Clementino  
Vila Leopoldina  
Vila Madalena  
Vila Olímpia  
Villa Lobos

**São Paulo (Interior)**  
4 unidades

Indaiatuba  
Ribeirão Preto - Santa Úrsula  
Shopping Piracicaba  
Sorocaba

**Goiânia (GO)**  
2 unidades

Alphaville Flex  
Marista Bodytech

**Rio de Janeiro (RJ)**  
6 unidades

Barra Città América  
Barra Península  
Ipanema  
Leblon  
Shopping Rio Sul  
Vogue Square

**Curitiba (PR)**  
Pestana Curitiba

**Vitória (ES)**  
Vitória

**São Luís (MA)**  
São Luís

**Goiânia (GO)**  
2 unidades

Ribeirão Preto  
Piracicaba  
Indaiatuba  
Sorocaba

**São Luís (MA)**

**Vitória (ES)**

**Rio de Janeiro (Capital)**  
6 unidades

**São Paulo (Capital)**  
32 unidades

**Curitiba (PR):**  
Pestana Curitiba





# LIDERANÇA E GESTÃO



O Buddha Spa foi fundado por Jayme e Gustavo, executivos progressos do mercado financeiro e sócios do Family Office JG Partners. A visão corporativa e profissionalizada de diferentes modelos de negócio do mercado permitiu a construção do Buddha Spa de forma cuidadosa, profissional e escalável.



## Jayme Santos

---



Formado em Tecnologia da Informação pela UNESP e pós-graduado pela FGV. Profissional experiente nas diferentes áreas de gestão e organização empresarial. Além de ter comandado durante 35 anos áreas estratégicas de grandes instituições (AC Nielsen, Banco Safra, Excel Banco, Banco Dibens e Unibanco), Jayme é consultor empresarial de grandes empresas, atuando principalmente na formatação de projetos de implantação e reestruturação corporativa.

## Gustavo Albanesi

---



Formado em Direito pela Universidade de São Paulo (USP) e Finanças pela University of California - Berkeley  
Passagem pelo mercado financeiro: Credit Suisse (Brasil) e Bear Stearns (San Francisco, EUA). Em 2005, fundou a JG Partners junto com Jayme, Family Office focado em investimentos financeiros e participações societárias em empresas do segmento de beleza e bem-estar, como o Smart Spa (APP de massagem delivery) e a gestora de eventos e negócios Spa Week. Desde 2009 Gustavo decidiu compartilhar parte do seu tempo para a Associação Brasileira de Estética e Spas, como presidente. Gustavo também é sócio e CSO da Uniera, plataforma de investimento em criptoativos.



# MODELO DE NEGÓCIOS

O **Buddha Spa** é uma rede de franquias de spas urbanos atuante no mercado de bem-estar.

No campo de serviços, destacam-se aqueles voltados para o relaxamento, como massagens orientais, técnicas exclusivas e experiências Day Spa. Além disto, procedimentos de estética corporal e facial realizados no contexto do “despertar dos 5 sentidos” complementam o menu de serviços.

O **Buddha Spa** possui também linha de produtos da marca, desde cosméticos de uso profissional e linha cliente, até acessórios sensoriais e linha terapêutica para casa. Além de trazer ticket médio adicional à operação franqueada, a oferta

de produtos fortalece a experiência do cliente dentro dos spas, permite a continuidade do bem-estar dentro de casa, e reforça a imagem da marca no mercado.

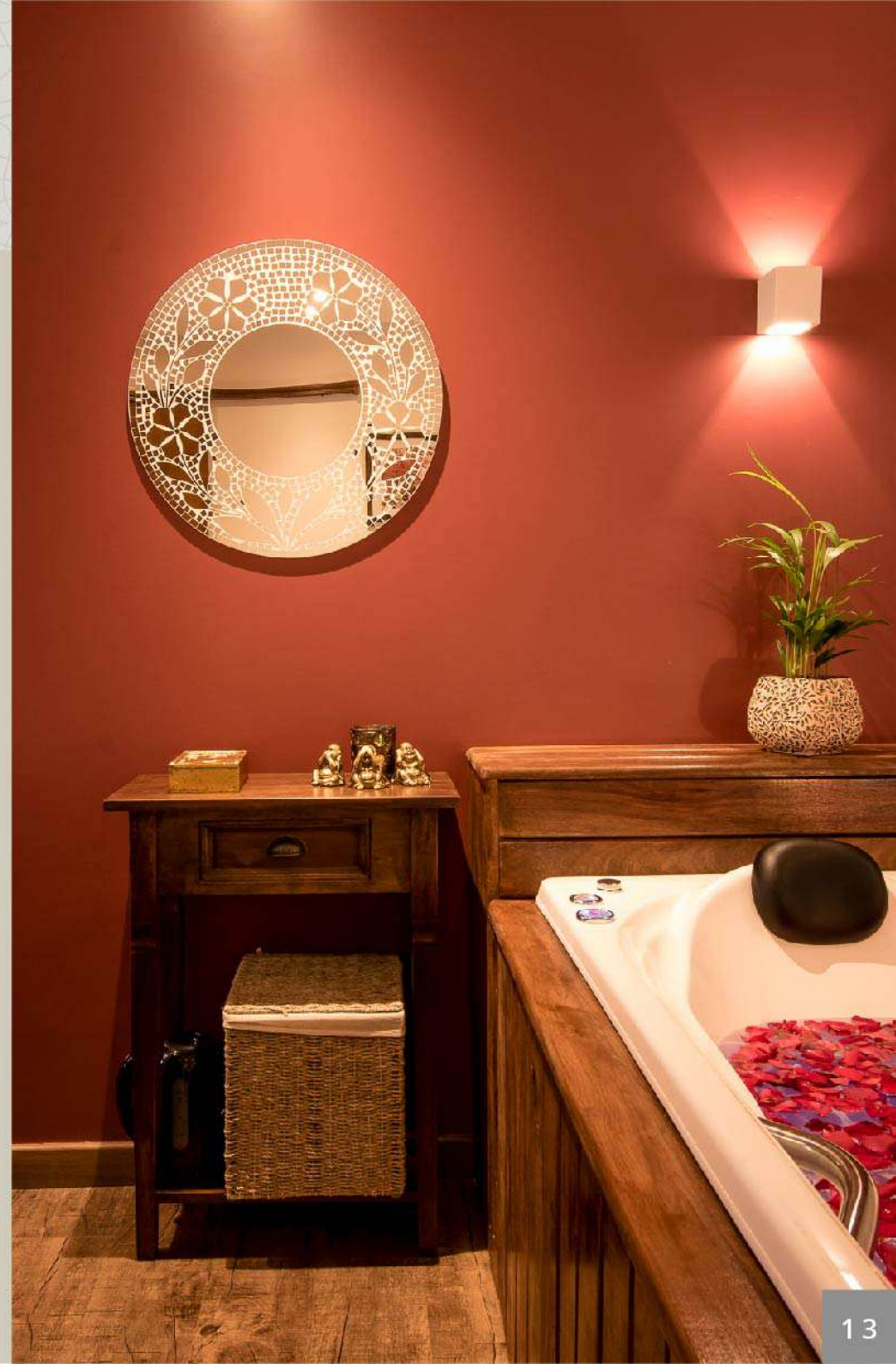
Todas as unidades **Buddha Spa** possuem o mesmo menu de serviços, mesmo formato de atendimento e padronização completa da estrutura e experiência do cliente, garantindo assim qualidade na entrega e possibilidade de replicação do DNA da empresa para todas as unidades da rede.

Voltada especialmente para um perfil de cliente classes A e B, as operações **Buddha Spa** buscam estar sempre próximas ao cotidiano, em locali-



dades que trazem fluxo de pessoas e possibilidade de entrega adequada da experiência sensorial. Por isto as unidades **Buddha Spa** podem situar-se em rua, shoppings, centros comerciais, academias, salões de beleza, hotéis, clubes, entre outros. O objetivo é gerar a conveniência na entrega do “sentir-se bem”.

As estruturas físicas das unidades **Buddha Spa** são sempre de alto padrão e voltadas a proporcionar uma experiência sensorial completa que vai além da aplicação do protocolo em cabine. Os espaços são planejados cuidadosamente para que a ambientação eleve o cliente para outros patamares de bem-estar, seja através da decoração oriental-contemporânea, som ambiente característico, aromatização com linha **Buddha Spa** para descanso mental, espaço de chás e rituais que promovem o atendimento exclusivo do cliente.





# ORIGENS DE RECEITA E CANAIS DE VENDA



As fontes de receita da rede **Buddha Spa** se dão prioritariamente com a venda de serviços e produtos, seja de forma pontual ou estratégias de recorrência. Tais vendas são realizadas diretamente pelas unidades franqueadas ou de forma centralizada pelos canais da franqueadora.

Em um mundo cada vez mais digital, as comunicações com clientes se dão crescentemente através de mídias sociais, website, WhatsApp e plataformas parceiras de relacionamento. E o mesmo ocorre para as vendas. O **Buddha Spa** possui robusta estrutura de e-commerce para venda de vouchers, seja para uso próprio ou para presentear. Esta estrutura está totalmente integrada com o sistema das unidades franquea-

das e permite que o cliente possua experiência unificada de compra online e uso/retirada nas unidades, tanto de serviços quanto de produtos.

Adicionalmente, o canal online permite que estratégias mais assertivas e sofisticadas de ações de venda junto a cliente sejam adotadas, tais como jornadas de CRM, parametrizações de SEO, inbound marketing, estratégias de upsell, uso de dados para adoção de ações para redução de CAC e aumento de LTV, etc. O **Buddha Spa** possui time dedicado e estruturado para a gestão de comunicação online e canais de venda digital que ajudam a impulsionar o crescimento da rede.



Além disto, o **Buddha Spa** trabalha ativamente com uma importante rede de parceiros que auxilia tanto na divulgação quanto na originação de vendas para a rede. Tais parceiros incluem diversos tipos de instituições de relevância e sinergia de base de clientes, tais como **Santander, SulAmérica, Porto Seguro, Gympass, Amex, Bradesco**, entre outros.





# O QUE TORNA O BUDDHA SPA ÚNICO



Maior rede de spas do país



Modelo de negócios rentável:  
serviços + produtos



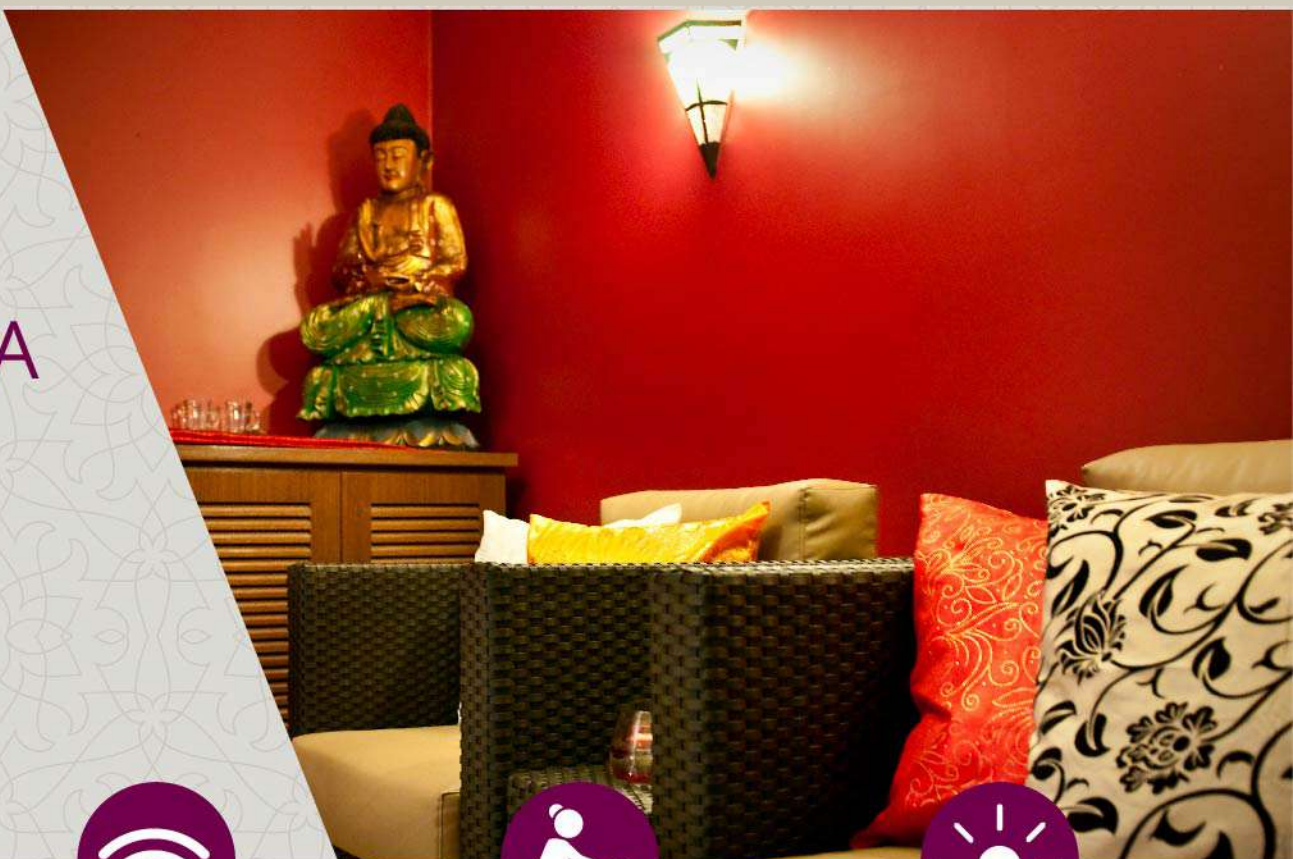
Exposição digital relevante e crescente



Mercado de bem-estar no auge de atenção e demanda



Marca *Top of Mind* de seu segmento







O MERCADO  
DE BEM-ESTAR



O mercado de bem-estar é a cultura do futuro acontecendo no presente.

Há muito se sabe dos impactos que nosso estilo de vida causa e nossa saúde, e também é notório e conhecido o fato de que a prevenção é a melhor forma de garantia da boa qualidade de vida. No entanto, foi somente nos últimos 5 anos que a sociedade começou a entender que isto não deveria ficar apenas na teoria. Cansadas de tomar remédios ou realizar intervenções médicas para contornar problemas de saúde física e mental, somente recentemente as pessoas passaram a efetivamente incorporar em sua rotina hábitos saudáveis e que promovem o bem-estar físico e mental. Algo que já é parte da essência do **Buddha Spa** desde 2001.

De acordo com o Global Wellness Institute, o mercado mundial de bem-estar em 2019 era superior a US\$4,5 trilhões. Já a Research Dive estima que a indústria global de saúde e bem-estar deve atingir mais de US\$ 6,5 trilhões até 2026 e crescer a uma taxa composta de 4,8%. De acordo a Asso-

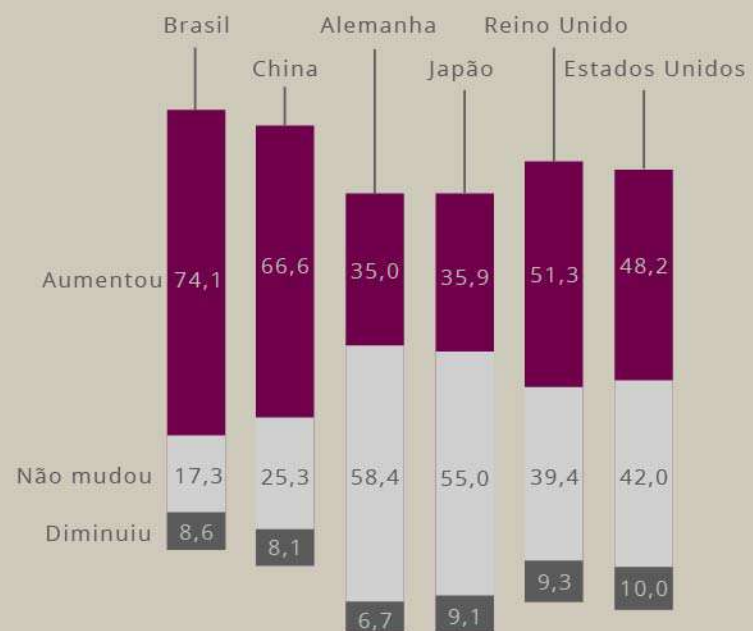
ciação Brasileira de Franchising (ABF), o segmento de Saúde, Beleza e Bem-Estar teve desempenho positivo no último ano, registrando um salto no faturamento de 5,4% no 4º tri, encerrado em dezembro, e de 3,1% no ano de 2020, totalizando R\$ 35,276 bilhões

No entanto, há mais de 7 anos, enquanto o mundo via acelerado o crescimento das indústrias de alimentação, atividades físicas, mindfulness, saúde do sono e stress, o Brasil ainda pouco apresentava de grande impacto ou iniciativa neste caminho. Mas o quadro mudou bastante nos últimos 4 anos, especialmente no momento pós pandemia, quando o Brasil passou a despontar entre os países do mundo em que mais há preocupação e cuidado com o bem-estar.

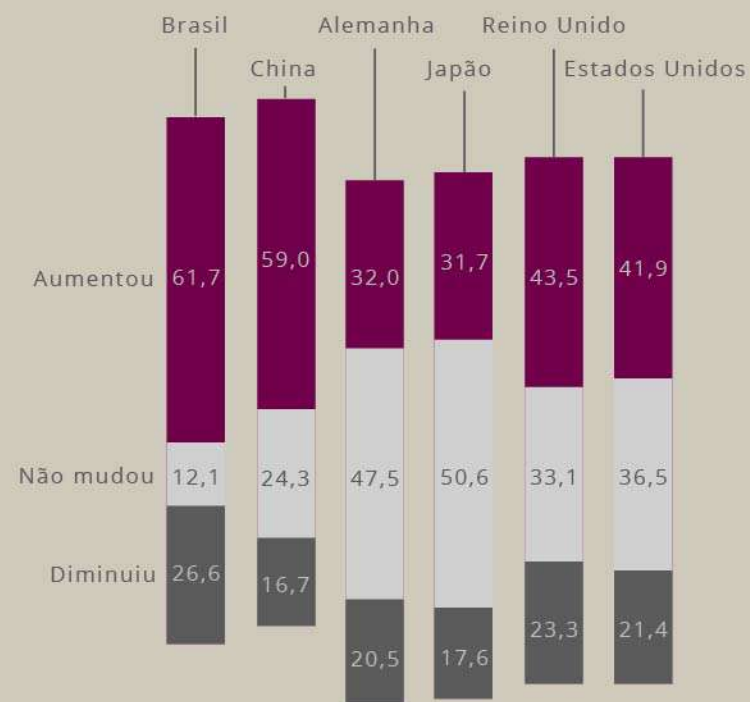
Em estudo da McKinsey feito com 7,5 mil consumidores em seis países, 79% dos entrevistados acreditam que o bem-estar é importante e 42% consideram isso como uma grande prioridade. O Brasil em especial apresentou posição de destaque em relação às prioridades de mudança no comportamento:



Mudança na priorização do bem-estar em comparação com 2-3 anos atrás,<sup>1</sup> % dos entrevistados



Mudança no nível geral de bem-estar em comparação com 2-3 anos atrás,<sup>2</sup> % dos entrevistados



<sup>1</sup>Pergunta: pensando na prioridade que você dá ao bem-estar, como sua priorização do bem-estar mudou em comparação com 2-3 anos atrás?

<sup>2</sup>Pergunta: como o seu nível geral de bem-estar mudou em comparação com 2-3 anos atrás?

**Fonte:** Pesquisa McKinsey sobre o Futuro do Bem-Estar, agosto de 2020; (Brasil, n=1.374; China, n=1.311; Alemanha, n=1.283; Japão, n=1.109; Reino Unido, n=1.277; Estados Unidos, n=1.319)



A noção de bem-estar vem sendo ampliada, tanto em relação ao seu conceito como para as atividades envolvidas, o que demonstra uma mudança não só de mindset mas também de paradigma de consumo. Visto de forma ampla, o bem-estar pode ser estendido para todas as frentes de nossa vida que nos fazem sentir melhor conosco e em relação a nossa interação com o mundo. O conceito da sustentabilidade ambiental e social, apesar de não estar diretamente relacionado ao bem-estar, reflete a maneira do pensar do ser humano da atualidade, passando a importar-se em relação a seu impacto em sociedade e frente ao mundo. Neste contexto, o bem-estar pode ser entendido como o impacto das atividades do ser humano que traz benefícios para dentro de si, seja em relação a sua saúde física ou mental.

Por isto, além das maneiras tradicionais de cuidados com saúde, ganham importância a qualidade da alimentação e suplementação, as atividades de meditação e mindfulness para saúde mental, as atividades físicas com parte importante desta indústria, a saúde do sono e as maneiras de com-

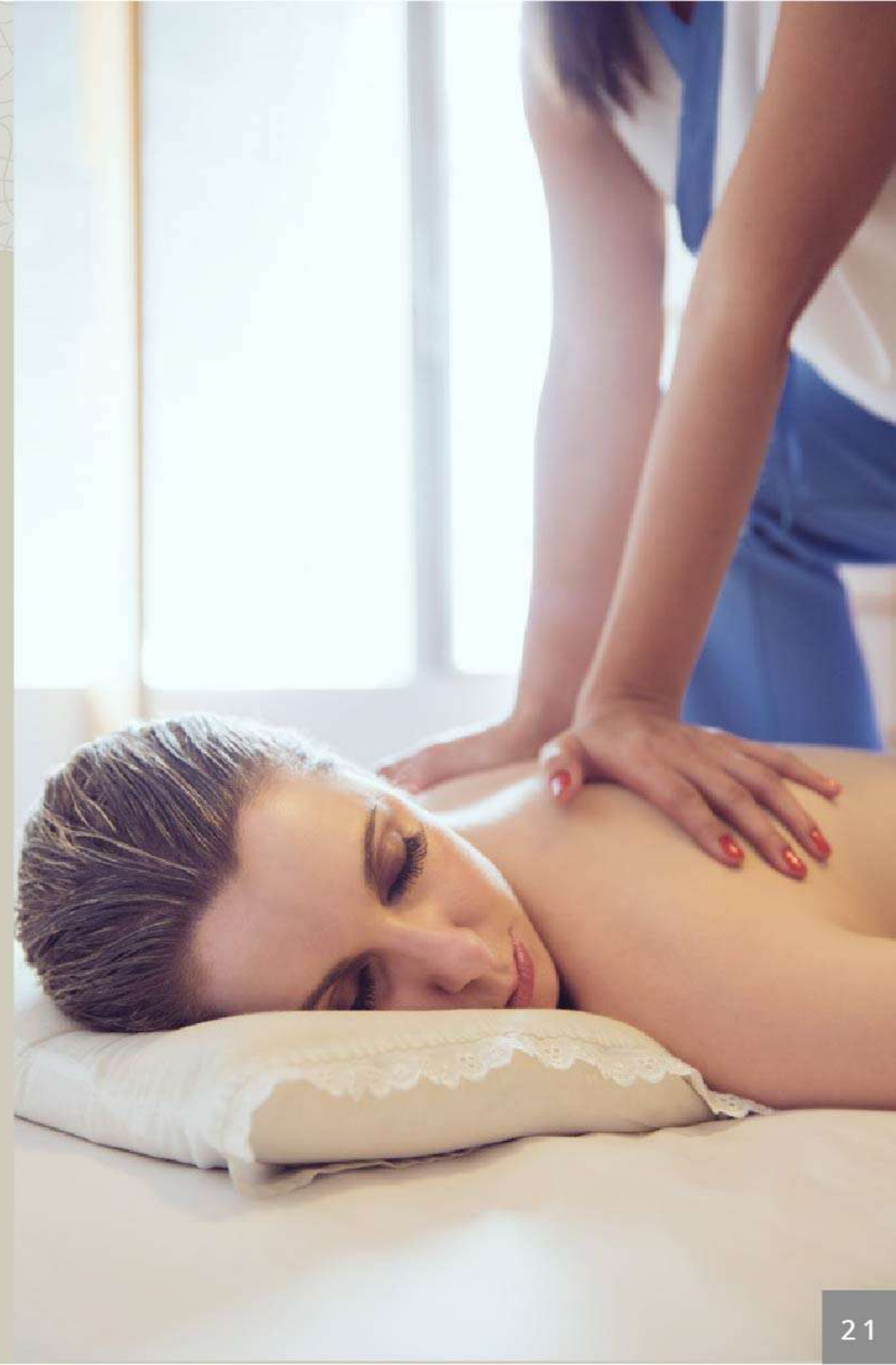
bater a ansiedade e o stress, assim como todos os produtos e tecnologias desenvolvidas para apoiar estas frentes, sejam eles wearables, aplicativos ou equipamentos. O bem-estar passa a viver uma força nunca antes vista.

E quando falamos de tendência, nada mais evidente do que a inserção da cultura do bem-estar dentre os jovens, especialmente Millennials e Geração Z, o que demonstra que o bem-estar está para ficar e crescer. As prioridades de vida, propósitos de trabalho e relacionamento dos jovens está em outra proporção dentro do contexto do bem-estar. Se não houver bem-estar envolvido, simplesmente não faz sentido. Os gastos com serviços e experiências nesta faixa etária são proporcionalmente muito superiores às demais idades, e neste cenário o bem-estar é destaque.

E quando falamos do conceito do “sentir-se bem”, parte da essência de origem do **Buddha Spa**, a massagem é símbolo indissociável. O crescimento que o mercado de spas tem tido no mundo, e especialmente no momento pós pandemia, é refle-



xo disto. Enquanto as preocupações associadas ao toque ganharam relevância na pandemia, a qualidade do toque profissional foi quem se sobressaiu. O toque faz parte da história do ser humano e não se vive sem ele. Quando este toque vem associado a uma carência crescente que é a qualidade de vida e bem-estar, o toque ganha ainda mais valor. E é nesta esteira que no último ano o **Buddha Spa** apresentou o maior crescimento de seus 20 anos, tanto em número de unidades quanto em serviços atendidos, apresentando crescimento mês a mês nunca antes observado, e com o ganho de relevância e aderência à cultura social cada vez maior.







---

O BUDDHA  
SPA TOKEN



Em meio ao melhor momento de sua história o **Buddha Spa** lança mais uma inovação no mercado de bem-estar com o **Buddha Spa Token**.

A escolha do mecanismo de uso do token não poderia ser mais adequada para a proposta desejada, abrangendo possibilidades que vão além da relação empresa-cliente, mas permitindo que os token holders interajam com a marca de forma flexível e pouco burocrática.

A disrupção trazida pelo mercado de criptoativos vem gerando inúmeros benefícios em diversos campos, negócios e relações, representando não só uma transformação importante nas relações pessoais e comerciais, mas também possibilitando que empresas como o **Buddha Spa** se utilizem destas soluções para entregar benefícios que antes não eram possíveis com os instrumentos de mercado padrão.

Além de dispor dos tokens no mercado, o **Buddha Spa** passa a inserir os mesmos em toda a realidade e mecânica de funcionamento do ecossistema da marca. Todas as campanhas e ações comerciais do **Buddha Spa** também passam a ter o **Buddha Spa Token** como uma das formas de pagamento ou benefícios adicional. O **Buddha Spa Token** passa a integrar toda a estratégia e linha de comunicação da rede.



# BENEFÍCIOS DO BUDDHA SPA TOKEN

Os token holders possuirão os seguintes benefícios:



## Cashback

Visando o fortalecimento e engajamento do ecossistema da rede **Buddha Spa**, os token holders gozarão de benefício promocional de cashback automático:

Todos os meses, a cada 1 serviço realizado na rede **Buddha Spa** haverá a distribuição de 1 token para a comunidade de token holders, proporcionalmente à quantidade de tokens em cir-

culação. No ano de 2021, a média mensal de serviços executados na rede esteve no patamar de 20 mil. Esta seria a quantidade de tokens que seria mensalmente distribuída de acordo com o % proporcional de cada token holder em relação à totalidade de **BUDDHAS** em circulação no mercado. Com o crescimento da rede **Buddha Spa**, naturalmente a quantidade de tokens distribuídos mensalmente também aumenta, representando um benefício automático, aumentando o seu poder de compra e de benefícios junto ao ecossistema **Buddha Spa**. Para que receba estes tokens mensais, os usuários deverão manter a custódia de seus tokens nas plataformas de distribuição parceiras do **Buddha Spa**. O cálculo se dá de acordo com a seguinte fórmula:



**Número de Tokens Cashback =  $(T_p / T_c) \times SR$**

onde:

**T<sub>p</sub>** = Tokens proporcionais, correspondentes à média da quantidade de tokens possuídos pelo usuário ao longo do mês imediatamente anterior à distribuição

**T<sub>c</sub>** = Total de tokens em circulação no mercado no momento da distribuição

**SR** = Total de serviços realizados por todas as unidades da rede Buddha Spa no mês imediatamente anterior à distribuição

Assim como a grande maioria dos ativos digitais, os tokens BUDDHA possuirão precificação conforme oferta e demanda de mercado. Considerando que os tokens farão parte de todo o funcionamento do ecossistema de produtos e serviços Buddha Spa, o crescimento da rede no mercado tende a estimular a utilização dos tokens e conseqüentemente sua maior demanda.



## Valiosa Moeda de Troca

O **Buddha Spa Token** é moeda valiosa dentro da rede **Buddha Spa** pois dá direito à troca por produtos ou serviços à proporção de pelo menos 1.25x do valor médio de venda dos mesmos pelo **Buddha Spa** no mercado, podendo ser superior a este múltiplo de acordo com políticas comerciais da rede.

Inicialmente a troca se dará exclusivamente através do site [buddhaspa.com.br](http://buddhaspa.com.br), e em um segundo momento diretamente em cada uma das unidades franqueadas através de pagamento via QR code. O **Buddha Spa** desenvolverá sistema de integração do seu website com as plataformas de distribuição do token a fim de que os mesmos possam ser utilizados como moeda de pagamen-



to de forma automatizada.

O múltiplo acima mencionado levará em consideração o preço médio dos valores de venda do Buddha Spa Token para o mercado. Exemplos:

- No mês 1 o **Buddha Spa** coloca em circulação no mercado 1.000 tokens e recebe adiantamento de clientes no valor de R\$1.200, portanto o valor médio de venda = R\$1,20 por token. O cliente teria portanto R\$1,50 de crédito por token (=R\$1,20 x 1,25)

- No mês 2 o **Buddha Spa** coloca mais 500 tokens em circulação e recebe R\$1.000 de adiantamento de clientes. Com total de 1.500 tokens em circulação no mercado (1.000 do 1º mês + 500 do 2º mês) e R\$2.200 recebido de adiantamento de clientes (R\$1.200 do 1º mês + R\$1.000 do 2º mês) o valor médio de venda do token = R\$1,47,

o que gera um crédito de R\$1,83 por token (=R\$1,47 x 1,25)

- No mês 3 o **Buddha Spa** retira de circulação 600 tokens (seja por recompra de mercado ou amortização de uso na troca por produtos/serviços) com uma baixa da conta de adiantamento de clientes no total de R\$1.100. Portanto, o novo total de tokens em circulação é de 900 (=1.500 - 600 tokens) e o total de adiantamento de clientes de R\$1.100 (=R\$2.200 - R\$1.100), o que resulta em um valor médio de venda de R\$1,22 (=R\$1.00 / 900 tokens), e um crédito por token de R\$1,53 (=R\$1,22 x 1,25).

O website do **Buddha Spa** e comunicados gerais da rede irão periodicamente publicar o valor médio de crédito dos Tokens para fins de utilização dos mesmos no ecossistema **Buddha Spa**.





## Descontos Progressivos

O token holder é também beneficiado dentro da rede **Buddha Spa** com descontos progressivos para compra de serviços e produtos. Inicialmente tais descontos serão aplicados somente nas compras pelo website **buddhaspa.com.br**, e em um segundo momento também nas compras realizadas nas unidades da rede.

O **Buddha Spa** desenvolverá sistema de integração do seu website com as plataformas de distribuição do token a fim de que possam ser identificadas as quantidades de tokens possuídos pelo usuário para fins da determinação do patamar de descontos.

Os descontos não são cumulativos com outras

promoções em vigor no momento da utilização e não podem ser utilizados cumulativamente com os **Buddha Spa Tokens** como forma de pagamento.

Os descontos são progressivos de acordo com a quantidade de tokens possuídos pelo usuário, a partir da quantidade de 200 **BUDDHAS**:

- Entre 200 e 1,000 **BUDDHAS**: 10% desconto
- 1,001 a 5,000 **BUDDHAS**: 15% desconto
- 5,0001 a 10,000 **BUDDHAS**: 20% desconto
- Acima de 10,000 **BUDDHAS**: 25% desconto





## Participação e Governança

O **Buddha Spa Token** é ferramenta extremamente importante e valiosa para permitir a participação dos token holders nos processos de tomada de decisão (com exclusão das decisões corporativas e de alta administração), pesquisas de opinião e pesquisas em relação ao ecossistema **Buddha Spa**, o usuário tem voz ativa dentro do **Buddha Spa**, e pode, juntamente com a comunidade de token holders, participar de pesquisas sobre decisões importantes que impactam a marca e o negócio como um todo, contribuindo assim para o crescimento do ecossistema de forma participativa e democrática.

Diversos tipos de pesquisas serão periodicamente abertas para votação pela comunidade em

plataforma específica criada para esta finalidade. A participação através nas pesquisas pode envolver mudança da comunicação visual da marca, introdução de novos produtos ou serviços, escolha de novas opções de uniforme de profissionais, votações de reconhecimento de profissionais internos da rede, entre outros. O resultado das pesquisas será levado em consideração pela administração do **Buddha Spa**, mas não possuem caráter vinculante em relação ao seu resultado.

Para fazer parte das pesquisas de forma participativa, os token holders precisam possuir pelo menos 1.000 BUDDHAS, os quais terão peso de acordo com a totalidade de votantes na respectiva deliberação.



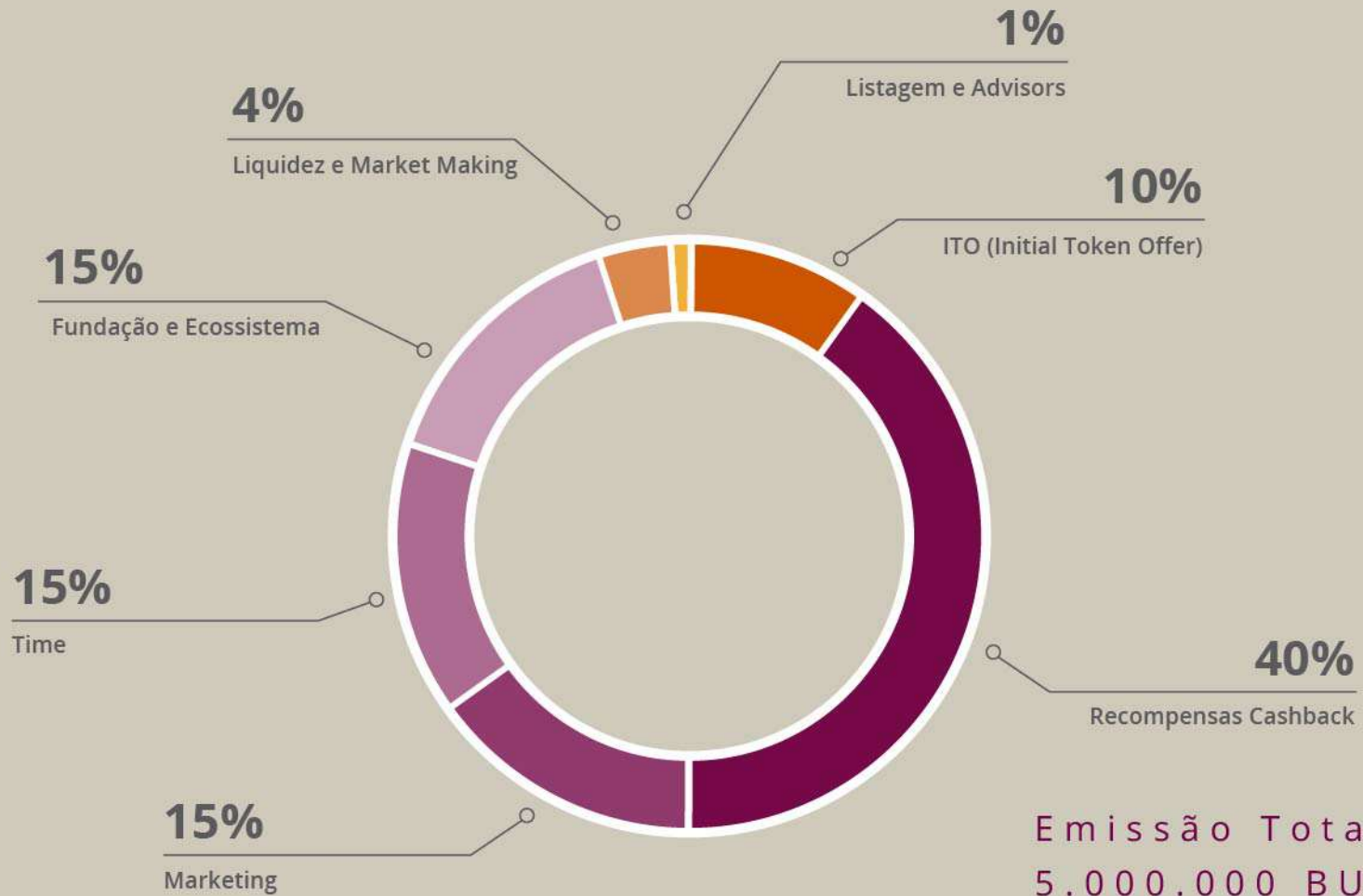


---

# TOKEN ECONOMICS

Rede: ERC-20

Ticker: BUDDHA





	<b>TOKENS</b>	<b>LOCK-UP</b>	<b>VESTING</b>
<b>ITO (Initial Token Offer)</b>	5.000.000	-	-
<b>Recompensas Cashback</b>	20.000.000	-	conforme regras de recompensa
<b>Marketing</b>	7.500.000	1 mês	24 meses
<b>Time</b>	7.500.000	3 meses	36 meses
<b>Fundação e Ecosystema</b>	7.500.000	3 meses	24 meses
<b>Liquidez e Market Making</b>	2.000.000	-	-
<b>Listagem e Advisors</b>	500.000	-	12 meses

# AVISO LEGAL



ESTE WHITE PAPER NÃO CONSTITUI UM PROSPECTO OU UM DOCUMENTO DE OFERTA E NÃO CONSTITUI E NÃO SE DESTINA A CONSTITUIR UMA OFERTA DE VENDA, NEM A SOLICITAÇÃO DE QUALQUER OFERTA DE COMPRA, UM INVESTIMENTO, UM TÍTULO OU UMA MERCADORIA, OU UMA OPÇÃO SOBRE OU QUALQUER OUTRO DIREITO DE ADQUIRIR QUALQUER INVESTIMENTO, VALOR MOBILIÁRIO OU MERCADORIA. ESTE WHITE PAPER NÃO FOI REVISADO, REPASSADO OU SUBMETIDO A QUALQUER AGÊNCIA FEDERAL, ESTADUAL OU MUNICIPAL BRASILEIRA OU ORGANIZAÇÃO AUTORREGULATÓRIA OU A QUALQUER OUTRA AGÊNCIA ESTRANGEIRA OU ORGANIZAÇÃO AUTORREGULADORA. ESTE WHITE PAPER NÃO CONSTITUI CONSELHO PARA COMPRAR QUALQUER TOKEN.

ESTE WHITE PAPER CONTÉM DECLARAÇÕES QUE

SÃO BASEADAS NAS CRENÇAS DO BUDDHA SPA. O BUDDHA SPA SE RESERVA O DIREITO DE, A SEU EXCLUSIVO CRITÉRIO E A QUALQUER MOMENTO, ALTERAR SEU MODELO DE NEGÓCIO, INCLUINDO O PODER DE COMPRA E DOS DESCONTOS DOS TOKENS NO ECOSISTEMA BUDDHA SPA.

O BUDDHA SPA RESERVA-SE O DIREITO DE REVISAR ESTE WHITE PAPER DE TEMPOS EM TEMPOS A SEU EXCLUSIVO CRITÉRIO. QUAISQUER REVISÕES DESTE WHITE PAPER SERÃO DISPONIBILIZADAS NO SITE DO BUDDHA SPA.

O BUDDHA NÃO CONFERE AO SEU DETENTOR NENHUM DIREITO DE PARTICIPAÇÃO E/OU EXPOSIÇÃO EM RELAÇÃO AOS NEGÓCIOS DO BUDDHA SPA, CONSISTINDO ÚNICA E EXCLUSIVAMENTE EM VOUCHER A SER TROCADO POR PRODUTOS E SER-



VIÇOS OFERECIDOS NA REDE BUDDHA SPA. ASSIM, O BUDDHA NÃO ASSEGURA NENHUM RETORNO E/OU EXPECTATIVA DE VALORIZAÇÃO OU RENTABILIDADE ATRELADO AO TOKEN, O QUAL NÃO TEM NENHUMA RELAÇÃO DIRETA OU INDIRETA COM A CONDUÇÃO E O RESULTADO DOS NEGÓCIOS DA REDE BUDDHA SPA.

O PODER DE PARTICIPAÇÃO E GOVERNANÇA ATRIBUÍDO AO BUDDHA CONSISTE EM MERA CAMPANHA DE ENGAJAMENTO DO ECOSISTEMA, DE FORMA QUE OS DETENTORES DO TOKEN SERÃO CONSULTADOS EM RELAÇÃO A DETERMINADAS QUESTÕES ENVOLVENDO A MARCA BUDDHA SPA, FICANDO CERTO QUE O RESULTADO DAS PESQUISAS SERÃO CONSIDERADAS PELA ADMINISTRAÇÃO DO BUDDHA SPA, MAS NÃO TERÃO CARÁTER VINCULANTE, BEM COMO JAMAIS SERÃO SUBMETIDAS

QUESTÕES DE CUNHO CORPORATIVO E/OU DA ALTA ADMINISTRAÇÃO NAS PESQUISAS DE ENGAJAMENTO JUNTO AOS DETENTORES DOS TOKENS.

O CASHBACK A SER CONCEDIDO AOS DETENTORES DOS TOKENS ENCONTRA-SE INSERIDO NA ESTRATÉGIA COMERCIAL/MARKETING DO BUDDHA SPA, COMO MERA BONIFICAÇÃO/PREMIAÇÃO DOS DETENTORES DOS TOKENS, OS QUAIS ENCONTRAM-SE ATRELADOS AOS PRODUTOS E SERVIÇOS OFERTADOS NO ECOSISTEMA BUDDHA SPA.







# BUDDHA SPA

TOKEN

O futuro do  
investimento  
em bem-estar!

[www.buddhaspatoken.com.br](http://www.buddhaspatoken.com.br)