

# JORNADA



## Alimentação saudável para a primeira infância

Oferecendo **6,4%** de participação societária em troca de **R\$ 600.000** em investimento



# Resumo da empresa

A Jornada Mima é uma **empresa especialista em produtos de saúde para a primeira infância**, com foco em alimentação saudável para bebês e crianças.

Nossa **solução por assinatura** de refeições saudáveis é a combinação perfeita entre ciência e praticidade para que todas as famílias possam investir no desenvolvimento dos seus filhos.

Uma empresa com **apenas 2 anos e meio** de história que já conquistou:

**R\$ 1,3 milhão**

Faturamento últimos 12 meses

Já atendemos mais  
de **3 mil** famílias

**Faturamento triplicou**

de 2022 para 2023, com **50% de receita recorrente**

**Operação São Paulo  
e Rio de Janeiro**

A Mima já está presente nas duas  
maiores cidades do Brasil





A oferta de uma alimentação variada e saudável impacta o desenvolvimento de uma criança nos primeiros anos e a sua saúde na vida adulta.



## PRIMEIROS 1000 DIAS

São os mais importantes para o desenvolvimento do nosso cérebro, corpo, metabolismo e sistema imunológico.

Fonte: Instituto Nacional de Psiquiatria do Desenvolvimento



## FORMAÇÃO DO CÉREBRO

80% do nosso cérebro é formado até os 3 anos de idade. 60% do que comemos vai para a formação do cérebro.

Artigo Científico: BETHLEHEM, R.A, 2022.



## CRIAÇÃO DE HÁBITOS SAUDÁVEIS

A variedade da oferta de alimentos nos primeiros anos de vida, ajuda a promover a preferência por alimentos mais saudáveis.

Artigo Científico: BETHLEHEM, R.A, 2022.

**O GLOBO**

Janeiro de 2023

### Alimentação na infância molda o cérebro e influencia o gosto na vida adulta

Estudo mostrou o impacto da exposição precoce a uma variedade de sabores a nível cerebral, efeito que foi observado na idade adulta



# O problema

Para os pais das novas gerações, oferecer diariamente variedade de alimentos para o seu filho comer é muito importante, mas também muito **desafiador, trabalhoso e estressante**

**Falta no mercado opções de produtos saudáveis e práticos**

- Ⓛ Quais alimentos oferecer e como garantir o acesso a refeições saborosas e nutritivas?
- Ⓛ Como gerenciar a compra de alimentos na qualidade e quantidade correta, buscando entregar variedade nas refeições e evitando o desperdício de alimentos?
- Ⓛ Como reduzir o tempo despendido no preparo dos alimentos e organização das refeições?
- Ⓛ Como se organizar entre trabalho, tempo de qualidade com os filhos e todas as atividades domésticas?



# A má alimentação infantil já é considerada uma epidemia mundial e no Brasil

Uma má alimentação na primeira infância está associada ao aumento da obesidade e de doenças do coração e outras como diabetes e câncer



R7

## 80% das crianças brasileiras comem ultraprocessados

19/12/2021

veja

4 fev 2020

## Alimentação saudável previne a obesidade infantil e o câncer

A campanha Alimentos Tarja Verde, do Instituto Vencer o Câncer, alerta a população sobre a importância de andar na linha para prevenir doenças



CNN  
BRASIL

Março de 2024

## Brasil pode ter 50% de crianças e adolescentes obesos ou com sobrepeso em 2035

# Mercado de USD 4,7 bilhões/ano



## Mercado grande e em expansão

MERCADO BRASILEIRO DE ALIMENTAÇÃO NA PRIMEIRA INFÂNCIA (USD BILHÕES)



Fonte: Research And Markets

Mercado Global de comida para bebê - Projeção de USD 99 Bi em 2028

Fonte: Skyquest Technology Consulting Pvt. LtDd. nov/2022

OFERTA PÚBLICA DE VALORES MOBILIÁRIOS REALIZADA PELA MIMA JORNADA ALIMENTAR LTDA (RESOLUÇÃO CVM Nº 2022)

## Benchmarks

**Yumi** - Series B \$99.1M in funding

**Little Spoon** - Series B \$73M in funding

**Once upon a farm** - Series D \$116M in funding

R\$ 18 bi / ano

**TAM**  
(Brasil)

R\$ 5,2 bi / ano

**SAM**

(Cidades com mais de 300 mil hab.; Classes A e B)

R\$ 2,1 bi / ano

**SOM**

(Curto Prazo - Grande SP + RJ + Niterói + 2 capitais)

# O mercado de alimentação infantil está projetado para crescer impulsionado por tendências como:



**Aumento da participação de mulheres no mercado de trabalho:** saindo de ~50% para mais de 60% em pouco mais de 20 anos

Fonte: IPEA



**O consumo de alimentos saudáveis ganhou força com a pandemia,** atingindo um patamar de mercado de 100 bilhões de reais

Fonte: Euromonitor



# A Jornada Mima traz uma solução para pais que têm pouco tempo disponível para planejar a alimentação de seus filhos

## Cenário atual



Os **pais** assumirem 100% da rotina alimentar da criança inclui um aumento de sobrecarga que normalmente recai sobre a mulher



A **rede de apoio**, que está cada vez mais escassa, ainda traz o legado de uma alimentação de baixa variedade alimentar, de texturas e de não seguir o que é recomendado por pediatras e nutricionistas



**Diaristas/babás** não tiram dos pais a sobrecarga de execução do planejamento e ainda inserem mais uma necessidade de gerenciamento. Além de não garantirem a entrega de uma refeição variada e com a qualidade nutritiva necessária



Nossos **concorrentes diretos** não tem como proposta resolver o dia a dia das famílias e estar na rotina delas. Se posicionam no mercado como soluções emergenciais para os dias em que o planejamento da casa deu errado



# SOLUÇÃO

Planos por assinatura adaptados a rotina dos bebês e crianças de forma prática para os pais

- ✓ 6 a 9 meses
- ✓ 9 a 12 meses
- ✓ Acima de 1 ano



Não é papinha



5 grupos alimentares



100+ alimentos variados



Restrições alimentares



Priorizamos orgânicos



Tecnologia de ultracongelamento

# Como nossa solução beneficia as famílias e os pequenos



## Atributos importantes das refeições:

**Cardápio** desenvolvido por profissionais de saúde e refeições **com os 5 grupos alimentares** nas proporções, texturas e quantidades corretas para cada etapa de desenvolvimento



## Benefícios para as famílias e os pequenos:

Da a segurança para a família que o(a) seu(a) filho(a) está comendo uma refeição **nutricionalmente completas**

Possuímos mais de **100 alimentos no cardápio**



Garante que o bebê vai ser exposto a uma grande **variedade de alimentos na sua rotina**, influenciando a crescer como um bebê bom de garfo

Modo de preparo: **prontas em 3 minutos** no micro-ondas ou banho maria



Garante **praticidade para o dia a dia** corrido das famílias

**Ultracongelamento:** tecnologia que preserva a textura, sabor e nutrientes dos alimentos



Uma **comidinha 100% natural e com muito sabor**

**Adaptabilidade:** Personalizamos do plano alimentar



Possibilidade de atender **bebês com alergias e restrições alimentares**



# Roadmap — próximos passos



Desenvolvimento de uma plataforma para que cada criança tenha uma jornada de saúde personalizada

Assim como capturar dados e gerar insights relevantes sobre a evolução da saúde da criança em toda a primeira infância

Esses dados podem ser compartilhados com a família, assim como com profissionais de saúde

1. Plano Alimentar Personalizado



2. QR Code das refeições para aprender sobre os ingredientes



Super App da Jornada de Saúde da Criança na Primeira Infância

Mapa de Evolução Alimentar melhoria do próximo ciclo



Orientação Nutricional  
Tirar dúvidas  
+ passar conhecimento



# 50% DA RECEITA É RECORRENTE

95% da receita vem do nosso e-commerce, sendo que 50% dessa receita é em um modelo de assinatura recorrente. Vislumramos um futuro onde a empresa tirará proveito dos benefícios de um modelo híbrido online e offline (estamos com um piloto rodando no varejo na cidade do Rio de Janeiro).

### ONLINE

**Kits de  
Compra Única**



**Assinatura**  
Kit com 8 ou 14  
Refeições  
(entrega semanal,  
quinzenal ou mensal)

18% dos  
clientes que  
compram  
KIT de Compra  
Única assinam  
um dos  
nossos planos

### OFFLINE





# CRECHES E ESCOLAS

Atender escolas é uma grande oportunidade pelo grande tamanho do mercado e pelo fato das grandes empresas que atuam neste segmento não terem especialização para trabalhar com bebês do ensino infantil

### POTENCIAL DE MERCADO

**33K**

Escolas de Ensino Infantil no Brasil

**2.5MM**

Alunos matriculados

### CASE - ESCOLA POMAR

Desde março/23 estamos atendendo uma escola no RJ que renovou o contrato para 2024.

### BENEFÍCIOS DA TERCEIRIZAÇÃO:

#### OTIMIZAÇÃO DOS CUSTOS

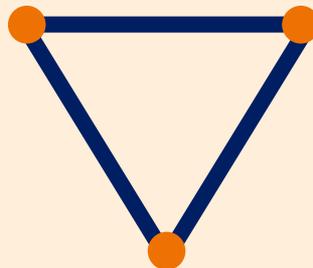
Através da redução de custos com pessoal e estruturais (água, gás e eletricidade)

#### CREDIBILIDADE DA MARCA

Ter na alimentação dos pequenos uma marca já aprovada e indicada pelo país.

#### MENOR COMPLEXIDADE NA OPERAÇÃO

As escolas deixam de ter que lidar com fornecedores de alimentos, gestão de compras e estoque, além de órgãos como Anvisa.



# CONSELHO DE SAÚDE E CIÊNCIA

Temos uma equipe de profissionais de saúde que nos auxiliam ao longo de toda jornada para garantir refeições balanceadas e uma solução completa com todos os serviços.

Já apresentamos nosso produto para mais de 600 profissionais de saúde e 92% dizem que vão indicar o nosso produto aos seus pacientes.



## DRA. MÔNICA MORETZSOHN

Nutrólogo Pediatra e Conselheira Mima

- Título de especialista em nutriologia pediátrica e suporte nutricional pela sociedade brasileira de pediatria;
- Membro do departamento científico do comitê de nutriologia pediátrica da Sociedade brasileira de pediatria;
- Médica do ambulatório de nutriologia do IPPMG UFRJ.



# Tese de Negócios

Como é uma empresa de sucesso nesse tipo de mercado



## Multicanal

A **BOLD** atinge seu público alvo por meio de diversos canais de marketing e vendas

## Multi-portfólio

Empresas como a **livip** fidelizam seus clientes por meio de um modelo prático, rápido e com diversas opções

## Marca forte

A **SUPER COFFEE** é um exemplo de empresa com um posicionamento forte de marca

## Recorrência

Vamos fidelizar nossos clientes por meio de um modelo prático, rápido e com diversas opções

Começamos um piloto em **dois novos canais**: escolas e varejo offline

Estamos **expandindo** nosso leque de **produtos**, para atender a diferentes ocasiões e fases da criança

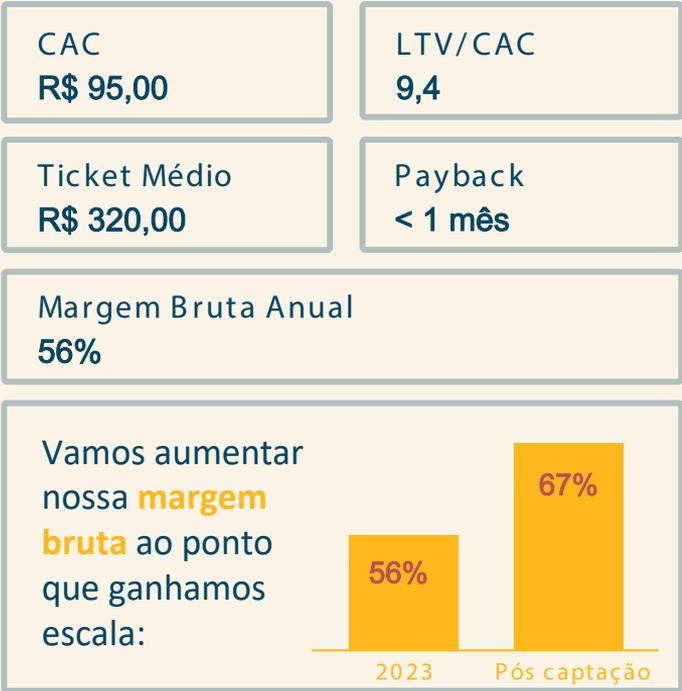
Temos uma comunidade forte, onde **30% dos novos clientes** chegam por **indicação**

**50% da receita** da Mima é recorrente, oriunda do modelo de assinatura



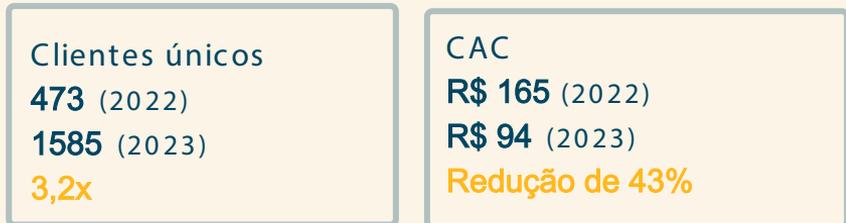
# Nossos unit economics é altamente saudável

## Um assinante já se paga no primeiro mês



Diminuiremos o custo unitário dos insumos e embalagens

Multiplicamos o faturamento e o número de clientes únicos em **3,2 vezes**, ao mesmo tempo que **reduzimos o nosso CAC em 43%**





# Tivemos um crescimento médio de 8% ao mês e validamos nossos motores de crescimento



Dados Gerenciais da empresa

## Motores de crescimento

- Pediatras e nutricionistas recomendam a Jornada Mima
- Estratégia de marketing de influenciadores
- Indicação de clientes e amigos
- Mídia paga
- Conteúdo

# Somos reconhecidos pela...

## Variedade

*"Toda semana ele come vários alimentos novos, muitas coisas que ele nunca teria experimentado por falta de criatividade e tempo de planejar e cozinhar."*

Giuliana - Mãe do Luca



## Segurança

*"Estou passando por São Paulo, com uma bebê de 9 meses, trabalhando, num airbnb com pouca coisa e ter essa oportunidade de pedir a comida para ela foi tranquilizador!"*

Maria Luíza - Mãe da Olívia



## Praticidade

*"Muito obrigada, meu netinho vai usar sempre que vier me visitar.! Indiquei vocês para muitas avós. Elas ficaram encantadas com o trabalho."*

Myriam Moretson - Avó do Leo



## Adaptabilidade

*"A Mima me ajuda a ser criativa mesmo com as restrições alimentares que meu filho tem devido às alergias."*

Ana Moura - Mãe do Caio



# Concorrência pulverizada sem projeção nacional

Grandes players da indústria estão desatualizados e não possuem produtos para essa fase da jornada, portanto, o mercado atualmente é pulverizado sem uma marca com projeção nacional e focada na saúde integral da primeira infância.

## Elementos que nos diferenciam dos atuais concorrentes:

### Variedade

Encontramos um modelo de operação que permite que entreguemos variedade (modelo de produção de 100 alimentos em cubinhos que se combinam para formar refeições diferentes).

### Modelo de assinatura:

Conseqüentemente, devido a variedade, somos os únicos que conseguimos trabalhar com o modelo de assinatura. Mostrando que comprovadamente nossas refeições conseguem estar na rotina.

### Visão de tecnologia:

Estamos construindo uma solução muito maior do que apenas "entregar refeições". Passa pela construção de uma experiência do cliente personalizada, com previsibilidade de aceitação e dados sobre a jornada e a saúde do bebê.



Concorrentes com  
mais relevância:



# Benchmarks Internacionais



Nasceu em 2015 nos EUA

Tem como sócia a Jennifer Garner

**Receita anual:**

US\$ 100 milhões em receita anual

**Funding :**

mais de US\$ 100 MM  
Series D recente: US\$52 million  
liderado CAVU Venture Partners

Ficou muito conhecida pelos seus snacks  
para bebês

Estão presente em mais de 13.000 lojas em  
todo EUA

**Funding:**  
\$99.1M

Ficaram conhecidos por misturar  
ciência para entregar uma comida  
personalizada para cada idade.

Possuem um conselho de saúde que  
inspirou o conselho da Mima.

Nasceu em 2017 nos EUA

**Funding:**  
\$73M

Criaram uma comunidade chamada  
"Is this normal" que movimenta  
muitas famílias em torno do tema  
da primeira infância

Maior empresa de  
alimentação infantil  
direct to consumer dos EUA

# Estratégia de saída

Pensando em M&A existem saídas em players com diferentes perfis.

Empresas de alimentação e bebidas que já atuam no mercado de alimentação infantil



Empresas de Produtos para Crianças e Mães:



Empresas de alimentos que hoje não atuam no mercado de alimentos para bebês



Grandes empresas de alimentação em geral com o intuito de diversificar suas operações e inovar.



Empresas de varejo e Supermercados



Motivações para uma grande empresa de alimentação infantil comprar a Jornada Mima

- Testar um produto e uma oportunidade de forma rápida
- Aumento de portfólio e receita
- Acesso e conhecimento sobre o cliente final
- Complemento da jornada em um momento crítico e que não está sendo atendido com o portfólio atual

Alguns cases de mercado:

Unilever compra Mãe Terra



Sapore assume controle da Lucco Fit;



A Danone adquiriu a Happy Family em 2013, uma marca de alimentos orgânicos para bebês nos EUA.



A Johnson & Johnson adquiriu a BabyCenter, plataforma online para pais, fortalecendo sua presença no mercado materno-infantil





## PAULA CUNHA CEO

Diretora de Produto na Healthtech PEBMed; Sócia na Fintech Avante; Consultora de Estratégia e Inovação para empresas como Google, Natura, Whirlpool e Nike; Engenheira de Produção pela PUC-Rio; Product Strategy - Kellogg School of Management



## LUCIANA MELHORIM COO

Experiências anteriores: Senior Manager na Accenture (Digital Products GTM); Huge.inc (Operação e Vendas); 21212 Digital Accelerator (Operação); Sócia Luz.vc.

## ADVISORS



### KATIA ORTIZ

Vice Presidente LATAM na ServiceNow

FOCO - Estratégia Comercial



### BENJAMIN WHITE

Empreendedor e Investidor Anjo

FOCO - Produto



### THIAGO CANELLAS

Empreendedor e Fundador EOS Rio

FOCO - Tecnologia



### PEDRO OLIVEIRA

Sócio Ipanema Ventures

FOCO - Growth



### DRA. MÔNICA MORETZSOHN

Nutróloga Pediatra pela SBP

FOCO - Saúde e Nutrição



Ao longo desses anos aparecemos em diversas reportagens, seguem algumas das mais relevantes:





# Investimento



Crescimento dos Canais, Marca e Clientes



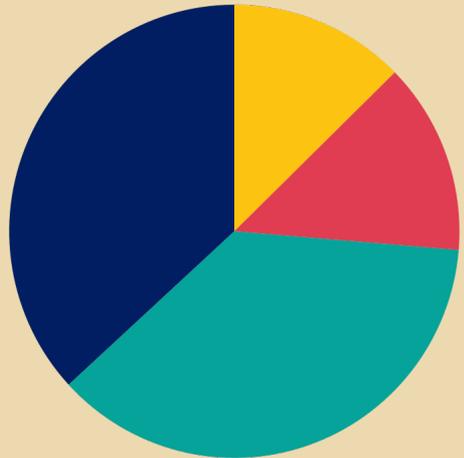
**ROUND**  
R\$ 600 Mil



Tecnologia, Inovação e Produto



## Uso dos Recursos



- Marketing
- Pessoas
- Operação
- CAPEX

# Premissas de crescimento



- **Mais investimento em marketing** nas cidades onde já estamos presente (SP e RJ)

- **Expansão geográfica**  
Cidades adjacentes a SP e RJ (ex: Campinas; J undiaí, etc) e outras capitais

- **Diversificação de produtos**
  - Linha lanches, venda dos alimentos individuais
  - Expansão da linha para crianças de 4 a 8 anos



- **Entrada em Novos Canais**
  - Varejo
  - Escolas



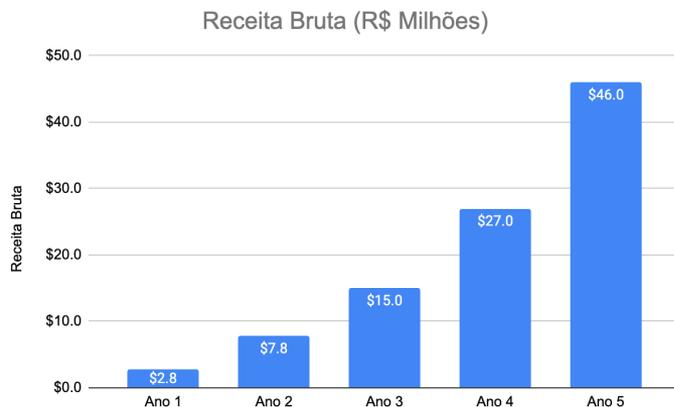
- **Aumento da margem operacional**  
Diminuição de custo com o ganho de escala

# Projeção 12 meses após investimento

Rodada Investimento	600.000,00
Honorários EqSeed	10%
Honorários Mês 1	60.000,00

Mês	Receita Bruta	Imposto	Receita Líquida	Custo de Serviços Prestados	G&A	Lucro Líquido
1	126.760	(5.070)	121.690	(55.971)	(143.775)	(78.056)
2	140.560	(10.261)	130.299	(58.221)	(86.325)	(14.247)
3	155.431	(14.766)	140.665	(62.545)	(89.525)	(11.405)
4	171.828	(16.324)	155.504	(63.109)	(94.652)	(2.257)
5	190.319	(20.364)	169.955	(67.936)	(98.724)	3.295
6	210.476	(22.521)	187.955	(73.201)	(113.489)	1.265
7	233.005	(24.932)	208.073	(82.854)	(130.709)	(5.490)
8	257.873	(27.592)	230.281	(86.056)	(136.424)	7.801
9	286.795	(30.687)	256.108	(93.280)	(143.651)	19.177
10	317.867	(45.455)	272.412	(101.029)	(150.936)	20.447
11	352.763	(50.445)	302.318	(113.035)	(159.179)	30.104
12	392.487	(56.126)	336.361	(122.919)	(168.529)	44.913
<b>Total</b>	<b>2.836.164</b>	<b>(324.543)</b>	<b>2.511.621</b>	<b>(980.156)</b>	<b>(1.515.918)</b>	<b>15.547</b>

# Projeção 5 anos após investimento



Ano	Receita Bruta	Impostos	Receita Líquida	Custo de Serviços Prestados	G&A	IR/CSLL	Lucro Líquido
1	2.836.164	(324.543)	2.511.621	(980.156)	(1.515.918)		15.547
2	7.839.066	(1.213.852)	6.625.214	(2.310.547)	(3.265.108)	(194.805)	854.754
3	15.003.398	(2.348.032)	12.655.366	(4.284.878)	(6.358.578)	(438.105)	1.573.805
4	27.652.915	(4.327.681)	23.325.234	(7.627.788)	(11.443.976)	(827.710)	3.425.760
5	46.634.102	(7.298.237)	39.335.865	(12.660.332)	(18.226.195)	(1.412.330)	7.037.008

# Retorno potencial

Mostramos, como exemplo hipotético, os retornos potenciais no seguinte cenário:

1. Investidor com 1,06667% da Jornada Mima na forma de Notas Conversíveis em Ações.

► Um investimento de R\$ 100.000,00 nessa rodada.

2. Diluição da participação do investidor de 1,06667% para 0,65507% no momento da saída, considerando

► 3 rodadas de investimento seguintes de 15% de participação societária cada

► que o investidor não irá exercer seu direito de preferência, optando por não investir novamente em rodadas futuras de investimento.

Cenário futuro em que a Jornada Mima:	Valor da Participação do Investidor (R\$)	Múltiplo de Retorno de Investimento	Lucro/(Perda) bruto para o Investidor (R\$)
Encerra operações	0	0 x	(100.000)
Não é adquirida e não paga dividendos	Variável	Variável	Variável
Não é adquirida e paga dividendos	Variável	Variável	Variável
É adquirida por (R\$)			
50.000.000	327.533	3,3 x	R\$ 227.533,33
100.000.000	655.067	6,6 x	R\$ 555.066,67
150.000.000	982.600	9,8 x	R\$ 882.600,00
200.000.000	1.310.133	13,1 x	R\$ 1.210.133,33
250.000.000	1.637.667	16,4 x	R\$ 1.537.666,67
300.000.000	1.965.200	19,7 x	R\$ 1.865.200,00

Não há qualquer garantia de retorno do investimento efetuado



# Resumo da tese de investimento



- **Mercado grande e em expansão**

O mercado de alimentação infantil é gigante (R\$ 18bi/ano no Brasil) e com grande tendência de crescimento em todo o mundo. As grandes marcas deixaram uma gap na jornada de alimentação do bebê e possuem produtos desatualizados.

- **Product market fit validado**

Em dois anos de operação alcançou o faturamento de mais de R\$ 1,27MM (últimos 12 meses), com operação rodando nas duas maiores cidades do Brasil, com processos críticos validados e o mais importante com clientes fiéis e felizes.

- **Modelo de assinatura e crescimento estável**

Mais de 50% da receita vem do modelo de assinatura que impulsionou o crescimento dos primeiros anos.

- **Potencial de novos canais**

A empresa tem um potencial enorme a ser ainda explorado em outros canais além do e-commerce. Principalmente, nos canais de varejo e escola, nos quais já iniciamos um piloto em 2023.

# JORNADA



Alimentação saudável para a primeira infância

Saiba mais

[eqseed.com/investir/mima](https://eqseed.com/investir/mima)