

BREADY

Super pão proteico low carb

Oferecendo **9,4%** de participação societária em troca de **R\$ 600.000** em investimento



Resumo da empresa

O Bready traz um portfólio de produtos inovadores voltados para a nutrição diária

Temos **apenas 1 ano de operação**, mas já estamos entregando resultados impressionantes:



7.000+ clientes e
12.000+ latas vendidas

R\$ +230 mil

Recorde de faturamento mensal em fev/24

R\$ 1,4 milhão

Dados gerenciais da empresa

Receita dos últimos 12 meses

+65% margem bruta

Dados gerenciais da empresa

margem líquida crescente, chegando a 15% na média nos últimos 3 meses

+1.450%

Crescimento no faturamento (fev/23 a fev/24)

Breakeven

Atingido desde agosto de 2023

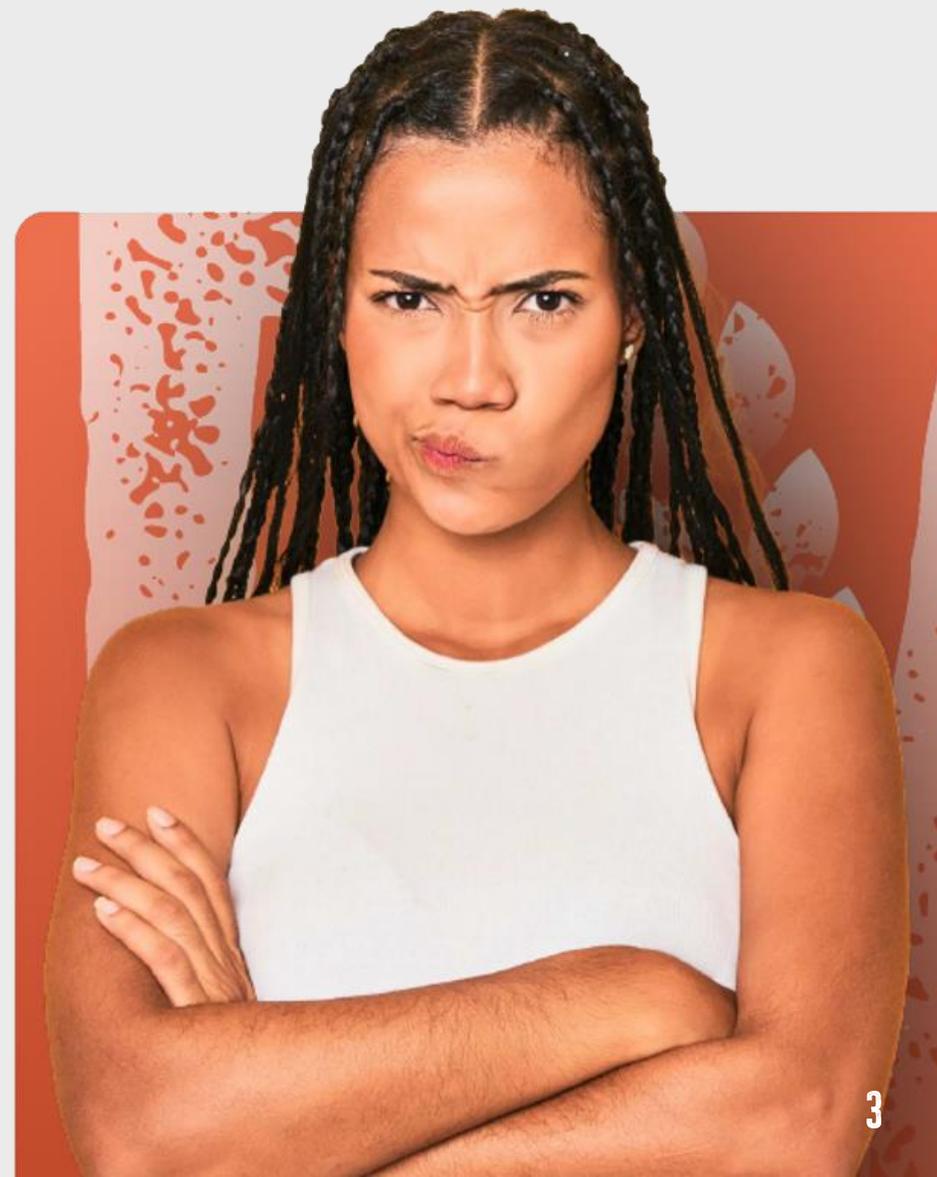
Entregamos esse resultado **sem captar investimento e sem entrar no varejo**

Com a captação, vamos acelerar a expansão dos nossos canais de venda, e trazer resultados ainda mais expressivos

Preocupação crescente com a saúde e busca por hábitos saudáveis e uma alimentação balanceada são dores latentes dos consumidores



1. Necessidade crescente dos consumidores por opções realmente **Low Carb**
2. Necessidade crescente de opções para **Alergênicos (glúten e lactose-free)**
3. Necessidade crescente de opções **proteicas e 100% naturais** que não enjoam
4. Necessidade crescente de **reduzir o consumo de farinha branca**
5. Busca crescente por **superalimentos** completos





Superalimentos

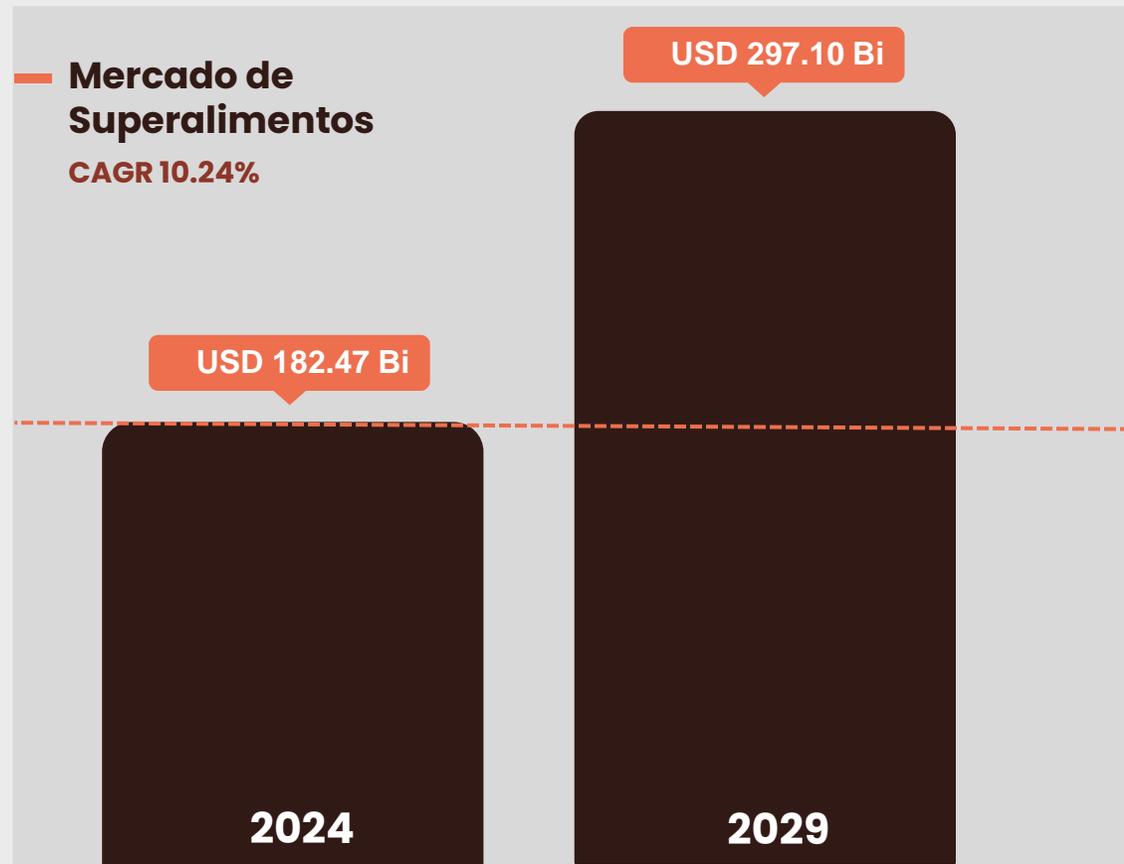
“O novo mercado”

A venda de suplementos à base de proteína **aumentou 75%** no Brasil

Hoje, o consumo de suplementos alimentares está presente na dieta de pelo menos uma pessoa em **59% das famílias brasileiras**

Aumento de 25% → R\$ 1 bilhão em 2023 no mercado **Low Carb**

Fonte: Mordor Intelligence Industry Reports, Associação Brasileira da Indústria de Panificadores e Confeitarias (ABIP), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Euromonitor, (ABIAD – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres)



SUPERALIMENTOS: POR QUE AGORA?



Café
R\$ 52,90 bi

Chá
R\$ 1,5 bi

Pão
R\$ 105 bi

PROBLEMA

Consumidores sem tempo disponível para se alimentar de forma saudável.

Além disso, as opções atuais disponíveis no mercado não se encaixam no dia a dia dinâmico dos consumidores.

Não há opções no mercado que sejam **Low Carb, sem Glúten e Lactose-free, vegetarianas e proteicas.**

OPORTUNIDADE

O aumento da busca por alimentos proteicos e saudáveis são tendências que impulsionam nosso posicionamento.

Além disso, a praticidade e conveniência são fatores fundamentais para consumidores que buscam opções de **alimentos rápidos e nutritivos para o dia a dia.**

Nosso cliente ideal são pessoas que estão em busca de opções saudáveis para **emagrecimento e/ou ganho de massa magra.**

A solução

O **Bready** foi criado para **revolucionar o mercado de produtos saudáveis**.

Nós somos uma startup focada em alimentos que pretende levar para todo o Brasil os melhores produtos. Dessa forma, potencializando a nutrição diária das pessoas, **melhorando a saúde, performance e qualidade de vida**.

Bready:

Uma poderosa mistura proteica que cria Super Pães absolutamente **saudáveis, deliciosos e práticos**.

— 15g de Proteínas

— O Bready é altamente proteico. Perfeito para quem busca construir massa muscular.

— Fonte de Fibras

— Nutrientes e Minerais

— Low Carb

Saboreie sem peso na consciência.

Carboidrato reduzido: para não engordar.

— Sem Glúten

Pessoas alérgicas a glúten estão 100% seguras ao se deliciarem com o Bready.

— Praticidade

Um minuto e meio. Esse é o tempo estimado para esse super pão ficar pronto.

— Versatilidade

Centenas de formas diferentes de preparar o Bready, incluindo pizza, hambúrguer e brownies saudáveis



Track records



CAC

Custo de aquisição de clientes diminuindo trimestralmente (Aumento do ROAS): Redução de 15,7% nos últimos 12M

Recorrência

Crescimento no faturamento oriundo de compras recorrentes conforme a base de clientes cresce constantemente

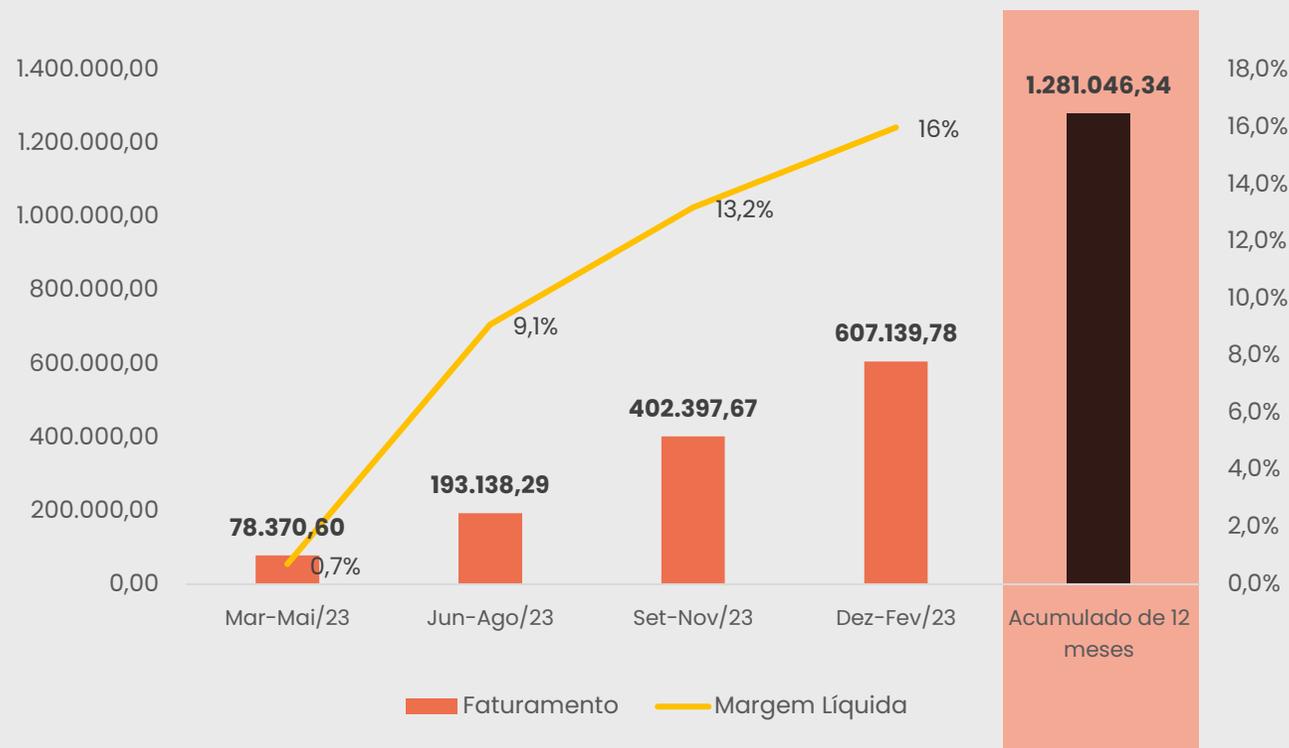
Receita líquida

Evolução da receita líquida com margens crescentes e sustentáveis

Expansão para o Mercado B2B e B2B2C

Início da contratação de equipe comercial, iniciando pelo Diretor Comercial em Janeiro de 2024, responsável por desenvolver a área e novos negócios com lojistas e distribuidoras com o objetivo de ganharmos capilaridade e controle de venda de mercadorias pelo Brasil

Crescimento no período de **03 meses** margem líquida de janeiro de ~15%



Track records

Do zero a R\$ 1,4 mm nos primeiros 12 meses



Janeiro a Fevereiro/2023

Fundação da Empresa e Início das vendas com o MVP do Bready

Março a Maio

Validação do produto, criação da versão 2.0 e expansão da cadeia de produção e logística para vendas em todo Brasil

Junho a Agosto

Validações e estudos práticos de mercado com vendas

Setembro a Novembro

Acerto de nicho no B2C – Atingimento de +100K receita líquida mensal

Novembro

Recorde de vendas durante a Black Friday

Dezembro

Fechamento de parceria com consultoria de P&D para nova versão (3.0) do produto para lançamento no 1S24

Janeiro/2024

Recorde de Vendas de R\$221K e contratação de Diretor Comercial para expansão de canal B2B.

Fevereiro/2024

Crescimento no B2B e crescimento de vendas atingindo + R\$ 230 mil

Roadmap – Próximos passos



OPERAÇÕES

Estudos para mudança no tipo de embalagem para **redução de CMV** e **aumento significativo de margem líquida** (até 7% mensal)

P&D

Lançamento **do novo produto com sabores** e melhorias na receita

VENDAS

Expansão para o B2B para penetração em mais canais e **diversificação de receita**

AWARENESS

Presença em eventos de grande porte de nível nacional

PARCERIAS

Parcerias com influencers de relevância no mercado de nutrição e alimentos

PORTFÓLIO

Continuação com **o plano de P&D** em produtos alimentícios com referência nos EUA.

EFICIÊNCIA

Aumento da eficiência operacional em **marketing digital** e **redução de custos transacionais e operacionais**

Modelo de negócios:



Tivemos muito **sucesso** com o nosso **MVP no B2C** em 2023

Iniciamos a **expansão da nossa atuação para o B2B** e **esforços de P&D** para **melhorias dos produtos** atuais e **desenvolvimento de novos produtos**

Trazemos **alto valor agregado** no desenvolvimento de nossos produtos e **fórmulas próprias**;

Atuamos com um modelo **Asset Light**. Ou seja, **sem a necessidade** de altos investimentos em maquinário.

Toda a cadeia de produção e logística é terceirizada, o que é uma prática de mercado. Assim, mantém-se **o foco no Core Business do negócio**, desenvolvendo e vendendo produtos e serviços alimentícios relevantes para o mercado.

Clientes

B2B

- Venda direta para lojistas
- Distribuidores

B2C

- Venda direta para pessoa física
- Marketplaces

O Bready já possui grandes clientes varejistas...
Nosso plano de expansão passa por crescer essa frente

Mundo Verde

VOCÊ MAIS SAUDÁVEL

DIVINA TERRA
HEALTHY MARKET



// Resolveu minha vontade de comer pão

Sou paciente oncológica e por isso não consumo açúcar e faço dieta low carb. O Bready faz parte do meu café da manhã, resolvendo minha vontade de comer pão e ajudando a manter uma dieta saudável e proteica.

Clarice Assalim

// Praticidade e sabor

Adoramos o Bready ele além de dar saciedade ainda é muito saboroso, permitindo manter uma dieta equilibrada e sem a culpa ou a sensação de ficar inchada depois de ter comido pão.

Aguardando o lançamento do novo sabor.

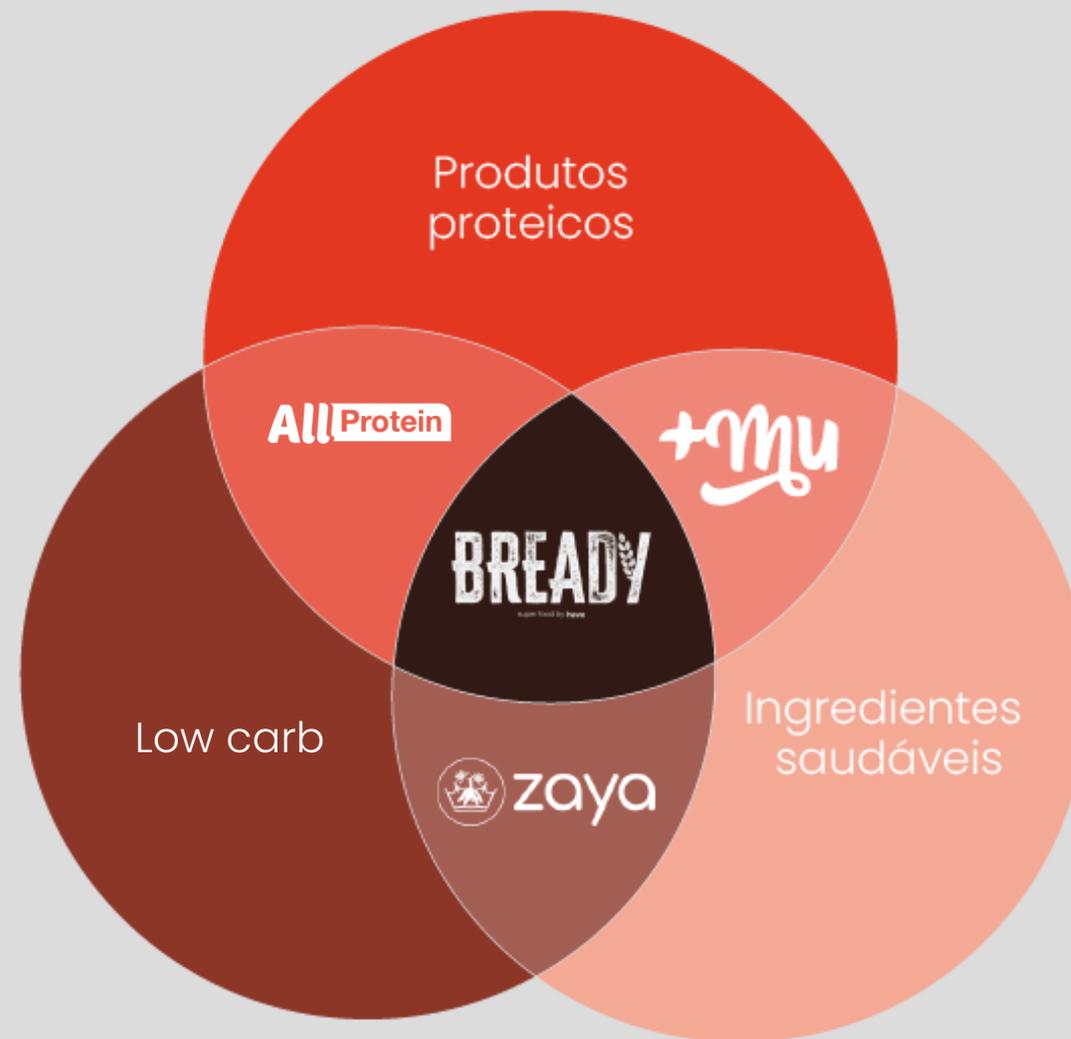
Ana Pereira

Concorrência e diferenciais competitivos



Diferenciais

1. Mais nutrientes, sem glúten, sem lactose, sem adição de açúcares, ingredientes de qualidade, proteína vegetal de qualidade (ervilha), micronutrientes (minerais e vitaminas)
2. **Variedade** de consumo
3. Inúmeras **receitas**
4. Muita **proteína**
5. Maior pão **focado em proteína** do Brasil



Concorrência



+ Whey protein e barras proteicas



3 Anos pós fundação

Faturamento:
R\$ 160 milhões

EBITDA:
46%

Adquiriram a Sublyme e pretendem expandir seu portfólio pela Caffeine Army



6 Anos pós fundação

Faturamento:
R\$ 300 milhões

Vendida para Nestlé

InfoMoney

Nestlé compra Puravida, empresa brasileira que chegou aos R\$ 300 milhões com alimentos saudáveis

Companhia fundada em 2015 teve um rápido crescimento com alimentação saudável. Agora, fará parte do portfólio da multinacional suíça



3 Anos pós fundação

Aporte Total:
US\$ 47,5 milhões

Aporte de celebridades, como **Tom Brady** e **Kevin Durant**



Possíveis compradores



Compraram a Sublyme e outras marcas do setor.



goglass carvvo

João Vitor Sarno CEO e Founder

João é um líder experiente em marketing digital, com oito anos de experiência, sendo seis como Fundador e CMO de suas próprias startups. Graduado em Engenharia Civil pela UFBA. Como fundador de duas startups com faturamento anual acima de R\$4MM e head de marketing em multinacionais, ele liderou equipes de mais de 30 colaboradores e gerenciou investimentos de mais de R\$25MM em tráfego pago em mais de 50 países. Sua experiência lhe proporcionou conhecimentos em liderança, negociação, gerenciamento de projetos, otimização de conversão e desenvolvimento de produtos com alta penetração de mercado. Apaixonado pelo mercado de alimentação saudável, João utiliza sua visão estratégica, habilidades e dedicação para revolucionar esse mercado.



PicPay unidas Localiza

Pedro Menezes CFO e COO | Founder

Engenheiro Mecânico pela UFBA e MBA em Desenvolvimento de Negócios pela PUC-RS, demonstra uma notável afinidade para enfrentar desafios que têm impacto direto nos resultados empresariais.

Sua carreira teve início como Trainee e ascendeu a cargos estratégicos de Operações, Produtos e Negócios em grandes empresas. Nessas funções, suas contribuições resultaram em um retorno de receita superior a R\$90MM/ano. Pedro se destaca pela gestão eficaz de produtos e stakeholders, impulsionando o desempenho das iniciativas através de estratégias de Growth. Com visão de negócios, sua atuação em FinTech foi marcada por decisões com base em dados e tendências de mercado, visando otimizar o P&L, qualidade, lucratividade e escalabilidade da empresa.



Turbo Partners

André Voskianian CMO

Especializado em growth para negócios digitais, com mais de 4 anos de experiência e um histórico robusto de investimentos em mídias digitais, ultrapassando a marca de R\$ 20 milhões. Sua jornada inclui um papel crucial em agências de aceleração de marketing, incluindo empresas no Reino Unido, onde aprimorou suas habilidades e forjou a confiança necessária para inovar no mercado de DNVB's, construindo marcas do absoluto zero.

Impulsionado pelas vastas oportunidades do mercado nacional, Andre co-fundou ao total 4 empresas rentáveis, onde sua liderança dinâmica foi fundamental. Duas dessas empresas estão no mercado de suplementos saudáveis. Como líder, ele pilotou o crescimento digital, orquestrando estratégias de lançamento, otimizando funis de vendas, compra de mídia e fomentando parcerias estratégicas, consolidando sua reputação como um estrategista de growth digital perspicaz e eficaz.



Ronaldo Piva Diretor Comercial

Com uma carreira fundamentada na inovação e liderança, Ronaldo fundou a Diet Express, uma plataforma pioneira de nutrição online com IA, onde liderou como CEO, aprimorando habilidades em desenvolvimento de produtos, estratégias de vendas digitais e infraestrutura web. Antes da Bready, sua experiência inclui posições de liderança na Visagio e ZS Associates, onde atuou como consultor estratégico e de gestão, gerando economias de milhões de dólares para algumas das maiores empresas do mundo através de eficiências operacionais e precificação de ativos.

Com formações nacionais e internacionais em faculdades de prestígio, Ronaldo combina conhecimento técnico com uma perspicácia para negócios, impulsionando a Bready a estabelecer novos padrões em alimentação saudável.



Turbo Partners



Rodrigo Queiroz Co-CEO e Co-Founder da Turbo Partners

getpower APEX

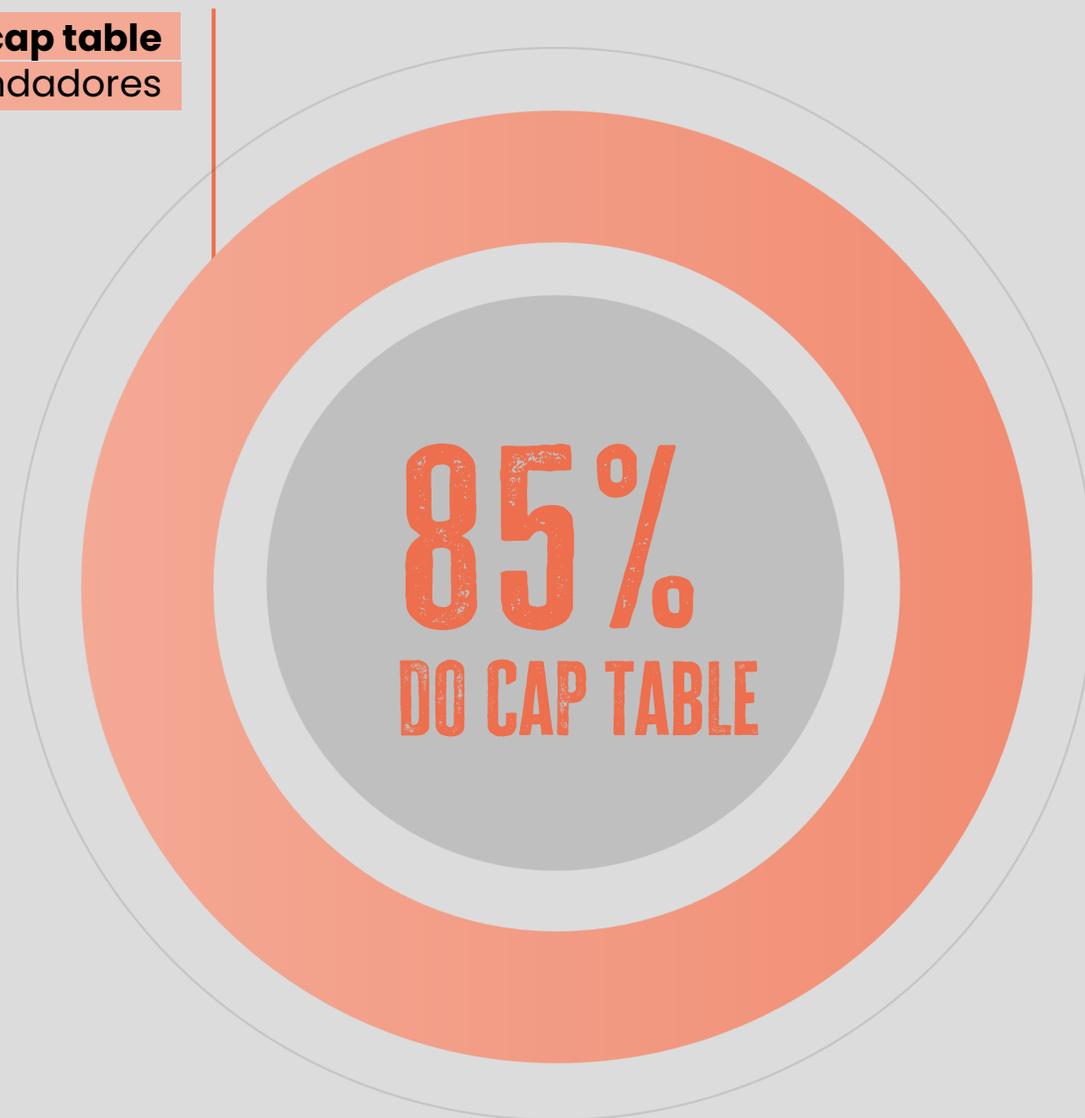


André Musso Co-CEO e Co-Founder da Turbo Partners

unit

85% do cap table
está com os fundadores

- 1. Fluxo de caixa para expansão do B2B** – time comercial
- Expansão de esforços de marketing com influencers para construção da **marca**
- Parceria com **influencers relevantes** no mercado de nutrição para ganho de **Awareness e relevância da Marca** como um todo
- Investimento em **P&D** para continuar o **plano de expansão** do portfólio de alimentos usando como base grandes cases de sucesso nos Estados Unidos



Projeção após a captação | 12 meses



Rodada Investimento	640.000,00
Honorários EqSeed	10%
Honorários Mês 1	64.000,00

Mês	Receita Bruta	Imposto	Receita Líquida	Custo de Serviços Prestados	G&A	Lucro Líquido
1	230.000	(25.300)	204.700	(66.700)	(156.000)	(18.000)
2	248.400	(27.324)	221.076	(72.036)	(99.360)	49.680
3	268.272	(29.510)	238.762	(77.799)	(107.309)	53.654
4	289.734	(31.871)	257.863	(84.023)	(115.894)	57.947
5	312.912	(34.420)	278.492	(90.745)	(125.165)	62.582
6	337.945	(37.174)	300.771	(98.004)	(135.178)	67.589
7	364.981	(40.148)	324.833	(105.845)	(145.992)	72.996
8	394.180	(43.360)	350.820	(114.312)	(157.672)	78.836
9	421.772	(46.395)	375.377	(122.314)	(168.709)	84.354
10	447.078	(49.179)	397.900	(129.653)	(178.831)	89.416
11	473.903	(52.129)	421.774	(137.432)	(189.561)	94.781
12	502.337	(55.257)	447.080	(145.678)	(200.935)	100.467
Total	4.291.516	(472.067)	3.819.449	(1.244.540)	(1.780.606)	794.303

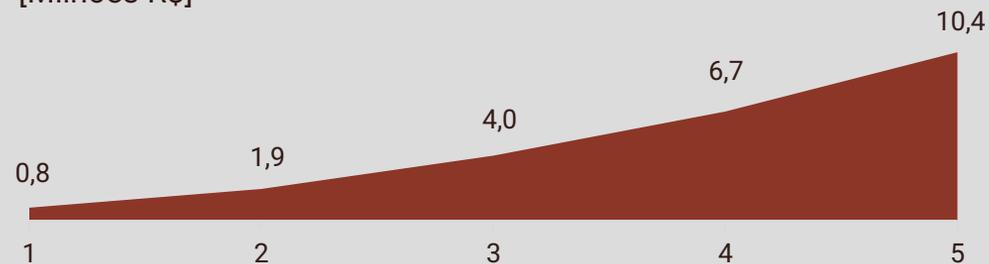
Projeção após a captação | 5 anos



Receita Bruta
[Milhões R\$]



Lucro Líquido Anual
[Milhões R\$]



Ano	Receita Bruta	Impostos	Receita Líquida	Custo de Serviços Prestados	G&A	Lucro Líquido
1	4.291.516	(472.067)	3.819.449	(1.244.540)	(1.780.606)	794.303
2	9.067.610	(1.060.910)	8.006.700	(2.720.283)	(3.343.568)	1.942.849
3	16.377.506	(1.916.168)	14.461.338	(4.421.927)	(6.047.936)	3.991.475
4	24.574.997	(2.875.275)	21.699.722	(6.635.249)	(8.345.711)	6.718.762
5	34.178.426	(3.998.876)	30.179.550	(8.544.607)	(11.272.351)	10.362.593

Retorno potencial sobre o investimento



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

1. Investidor com 1,56667% da Bready na forma de Notas Conversíveis em Ações.

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

2. Diluição da participação do investidor de 1,56667% para 0,96213% 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.

Não há qualquer garantia de retorno do investimento efetuado

Cenário futuro em que a Bready:	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	481.065	4,8 x	381.065
100.000.000	962.129	9,6 x	862.129
150.000.000	1.443.194	14,4 x	1.343.194
200.000.000	1.924.258	19,2 x	1.824.258
250.000.000	2.405.323	24,1 x	2.305.323
300.000.000	2.886.388	28,9 x	2.786.388

MOTIVOS PARA INVESTIR NA BREADY

GAP NO MERCADO

Não há solução saudável e proteica para pães

CAPACIDADE DE ENTREGA DA EQUIPE EXECUTIVA

A Bready em **1 ano de operação** saiu do **zero para mais de R\$ 1.4 milhão** de faturamento e R\$ 240 mil no último mês

MODELO ASSET LIGHT

Não precisamos de investimentos em fábrica para crescermos



BREADY

super food by **hevo**

A Superfood para sua nutrição diária

Saiba mais em

eqseed.com/investir/bready