



JOÃO MARCELO SANTOS

SENHORA CEGONHA

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas 3/17, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientador

Curitiba – PR

2019

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, SENHORA CEGONHA, elaborado por JOÃO MARCELO SANTOS e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: CURITIBA, 04/04/2019

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientadora

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno JOÃO MARCELO SANTOS, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 3/17 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE CURITIBA, no período de 01/06/2017 a 04/04/2019, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado SENHORA CEGONHA, é autêntico e original.

Curitiba, 04 de abril de 2019.

JOÃO MARCELO SANTOS

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a milhares de crianças que morrem todos os dias.

Espero que eu possa ajuda-las de alguma forma com este trabalho.

Que Deus os console e os receba com graça e amor.

AGRADECIMENTOS

A Ele a honra, a glória e todo louvor pra sempre.

Jesus Cristo, pois Dele vem o meu fôlego de vida,

Gisele, minha linda esposa, minha auxiliadora e companheira em tudo o que faço,

Maria Cecília minha filha, minha inspiração

Juraci (in memoriam) e Alais pelo formar quem sou.

Celso Webber, meu melhor colega.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Foto da Baby Box na Finlândia em 1941 | 15 |
| Figura 2: Baby Box da Finlândia em 2017 | 17 |
| Figura 3: Taxa de Mortalidade Infantil 2000-2015 | 18 |
| Figura 4: Mortalidade Infantil Mundial 1985-2015 | 19 |
| Figura 5: Bela Baby Box..... | 26 |
| Figura 6: Bela Baby Box +24 itens | 27 |
| Figura 7: Bela Baby Box +38 itens | 29 |
| Figura 8: Bela Baby Box + 47 itens | 31 |
| Figura 9: Foto Ilustrativa da Moisés Baby Box | 34 |
| Figura 10: Foto ilustrativa da Baby Box Brasil | 37 |
| Figura 11: O momento de abrir a baby box | 39 |
| Figura 12: Foto ilustrada dos produtos | 40 |
| Figura 13: Foto ilustrada dos produtos | 40 |
| Figura 14: End-user desfrutando do conforto e segurança da baby box | 41 |
| Figura 15: End-user desfrutando de conforto e segurança | 41 |
| Figura 16: End-user desfrutando de conforto e segurança | 42 |
| Figura 17: Organograma da Empresa | 45 |
| Figura 18: Fluxograma de Processo | 47 |
| Figura 19: Layout do galpão 60m ² | 47 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Prospecção de vendas | 11 |
| Tabela 2: Análise SWOT da empresa..... | 16 |
| Tabela 3: Análise SWOT do Produto Baby Box Brasil | 23 |
| Tabela 4: Análise SWOT Moisés Baby Box | 24 |
| Tabela 5: Fluxo de caixa em 6 anos..... | 50 |
| Tabela 6: Fluxo de Caixa Pessimista | 51 |
| Tabela 7: DRE Pessimista..... | 52 |
| Tabela 8: Fluxo de Caixa Otimista | 53 |
| Tabela 9: DRE Otimista..... | 54 |

SUMÁRIO

| | |
|-----------------------------|----|
| AGRADECIMENTOS | 1 |
| LISTA DE FIGURAS | 2 |
| LISTA DE TABELAS | 3 |
| SUMÁRIO | 4 |
| 1. SUMÁRIO EXECUTIVO | 10 |
| 2. A EMPRESA..... | 13 |
| 3. MERCADO | 17 |
| 4. PLANO DE MARKETING | 33 |
| 5. ORGANIZAÇÃO | 45 |
| 6. OPERAÇÃO | 47 |
| 7. PLANO FINANCEIRO | 49 |

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1. O Empreendimento

O objetivo deste plano de negócios é analisar a criação da empresa Senhora Cegonha, uma e-commerce focado no comércio sustentável e rentável de produtos para bebês no seu primeiro ano de vida e suas mães, com produtos voltados para a assistência social e também produtos para presentear a chegada do bebê.

1.2. Oportunidade de Negócio

A grande oportunidade que este projeto vislumbra são dois, na ótica do proprietário da Senhora Cegonha: 1) a oportunidade de investir tempo e dinheiro em algo que gere valor social, cuidando daqueles que mais precisam que são os inocentes filhos desta pátria mãe não tão gentil, daqueles que não tem condições de escolher onde nascer, e é papel da sociedade, juntamente com entidades que atuem nesta direção. 2) a oportunidade de investir num mercado que, conforme varias pesquisas e análises, que assim como o SEBRAE¹, apregoam que este mercado cresce 6% ao ano e que ainda tem demandas reprimidas, e que movimentam R\$27,5 Bilhões em 2017.

Estamos diante de um mercado promissor ainda mais se falando, naquele que é focado na primeira infância.

Outro ponto relevante, é que esta empresa se propões ser estabelecida em comércio eletrônico, que por isso tem um baixo investimento inicial, e está em franca expansão. De acordo com dados da Euromonitor², o Brasil é o quarto país com maior número de usuários de internet, similar a países desenvolvidos como EUA, China e Índia. Isso significa que, com maior número de usuários, há uma propensão de maior número de e-consumidores e crescimento do mercado online. Além do que o comércio eletrônico atinge preços melhores que as lojas físicas que tantos outros impostos e custos a mais tem a agregar. É claro que o e-

¹ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

² <https://sebraers.com.br/franquias-cooperacao/o-cenario-do-e-commerce-brasileiro-no-mundo/>

commerce jamais irá substituir a experiência de tocar, cheirar ou sentir os produtos virtualmente, por isso a estratégia de se aliar a marcas consagradas para garantir que a qualidade é real e que não necessita ou reduz a necessidade desta tangibilidade dos produtos anterior a sua compra.

A Senhora Cegonha tem como missão de “Comercializar produtos para bebês e suas mães que garantam a dignidade, gerem afeto e inspirem vida”. E isso se fará através da comercialização de Babys box, que é um mini-berço infantil inspirado numa tradição finlandesa que reverteu a mortalidade infantil de bebês desde 1938, desde então o governo finlandês vem doando a toda mãe, independente de classe social, este mini-berço com produtos importantes para os primeiros dias de vida do bebê. A Baby Box da Senhora Cegonha terá duas versões: A Moisés Baby Box e a Baby Box Brasil, a primeira tem como público alvo entidades sociais governamentais ou não que intentem investir no cuidado dos recém nascidos e suas mães, para isso os produtos que rechearão esta baby box são produtos de sobrevivência e fundamentais para tratar este novo cidadão com o respeito e dignidade que merecem. A segunda vem para ser uma opção de presente para os novos bebês. Ela vem recheada de produtos de qualidade excelente e comprovada nas linhas de higiene, vestuário, acessórios, etc. Um ponto importante é que ambas as versões podem ser montadas a critério do cliente, fazendo assim com que tenham preços variáveis, como se apresenta a seguir:

Baby Box Brasil de R\$107,00 a R\$2.355,00 (valor a vista, sem considerar taxas de cartões) e Moisés Baby Box no valor de R\$96,80 a R\$733,00.

Com isso, podemos fazer uma prospecção de vendas de mix de produtos conforme a seguir:

| Venda de Produtos e Mercadorias | | | | | | |
|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| ano | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Nº | 1740 | 1920 | 2268 | 2760 | 3000 | 6984 |
| R\$ | 168.871,68 | 186.753,48 | 437.848,80 | 594.998,88 | 665.925,36 | 2.341.683,12 |

Tabela 1: Prospecção de vendas

Para implementar este projeto considera-se investimentos (que serão suportados com recursos próprios) na ordem de R\$65.000 sendo (Equipar o galpão R\$15.000,00, Estoque Inicial R\$40.000,00 e Capital de Giro de R\$10.000,00).

O ROI calculado, para este projeto, com base no VPL do fluxo de caixa para 4 anos esta projetado em 1,61 pautado no custo de oportunidade de capital baseado na SELIC de 7,5%. O

VPL calculado ficou em R\$73.210,48. A TIR ficou maior que a taxa de atratividade está acima da taxa de atratividade e ficou em 4,26%.

Dadas todas estas informações a decisão é de que este projeto tem sua viabilidade comprovada e será uma grande oportunidade de investimento, mais que isso, uma opção de renda extra para o proprietário.

2. A EMPRESA

2.1. Definição do Negócio

Criação de uma microempresa chamada Sra Cegonha que tem por objetivo a comercialização em loja virtual de kits de produtos voltados para bebês. Cuidando com o desenvolvimento da grade de fornecedores na busca de produtos que sejam confortáveis, alergênicos, atóxicos e que tenham o menor impacto possível no meio ambiente. Dentre os produtos estão os kits Moisés Baby Box, com produtos necessários para o cuidado de um bebê no seu primeiro ano de vida, cujo público alvo são famílias carentes ou de baixa renda e os clientes serão entidades sociais governamentais ou não, e o Baby Box Brasil, com produtos de alta qualidade para o cuidado do bebê e sua mamãe a serem comercializados como presentes e mimos de boas-vindas.

2.2. Dados da Empresa

Razão Social: J.M.Santos MEI

Nome fantasia: Sra Cegonha

Endereço: Rua Bahia, 5 – Harmonia – Telêmaco Borba/PR

2.3. Visão

Ser referência de mercado no cuidado para com a primeira infância.

2.4. Missão

Comercializar produtos para bebês e suas mães que garantam a dignidade, gerem afeto e inspirem vida.

2.5. Área de Atuação

Moisés Baby Box: Internet* e Regiões de IMI³ superiores a 12,8.

Baby Box Brasil: Internet*

* Entenda-se internet como site próprio e mídias sociais como: Instagram, Facebook e Youtube.

2.6. Localização

A sede física da empresa será em Telêmaco Borba, no estado do Paraná. Isso se deve pelo vínculo familiar e profissional, o que não impedirá ou afetará as operações logísticas, pois a cidade conta com inúmeras transportadoras além dos Correios.

A exposição e comercialização dos produtos se dará por meio da internet, o que viabiliza a transferência para uma outra região mais estratégica ao passo que o seu crescimento seja positivo e substancial.

2.7. Capital Social

O capital social subscrito e integralizado será dividido em 100 cotas no valor de R\$650 cada, perfazendo o total de R\$ 65.000, 100% destinadas a João Marcelo Santos, o Proprietário.

2.8. Necessidade do Mercado a ser Atendida

Os produtos da Sra Cegonha são kits de produtos para o cuidado dos bebês recém nascidos e suas mães, hoje esta demanda é atendida de forma pulverizada, ou seja, todos os produtos estão disponíveis no mercado, porém, precisam ser garimpados. Estes kits são uma inspiração de uma tradição finlandesa, mas não somente e simplesmente pela tradição em si, mas pelo resultado positivo.

³ IMI é o Índice de Mortalidade Infantil, a referência de 12,8 crianças mortas a cada mil nascidos com vida, pertence a média brasileira, baseada no censo de 2018.

Em 1938, a Finlândia, país do norte europeu, tinha uma taxa de 65 crianças morriam a cada 1000 e como ação para reduzir essa taxa passou a manter um habito de colocar o bebê recém-nascido para dormir em uma caixa de papelão, posicionada ao lado da cama do casal, a partir daí o governo finlandês incentivou a ideia e passou a distribuir para as gestantes finlandesas os Kits Maternidade, o que gerou uma tradição respeitada até hoje, já que conta com a invejável 3º posição de menor índice de mortalidade infantil⁴, e que recentemente vem sendo imitada por outros países do mundo, mais recentemente pelo México, Nova Zelândia, Escócia e Estados Unidos.



Figura 1: Foto da Baby Box na Finlândia em 1941⁵

⁴ 1,9 mortes de crianças a cada 1000 nascidos vivos, Finlândia.

⁵ <https://revistacrescer.globo.com/Curiosidades/noticia/2016/11/entenda-por-que-pais-em-varios-paises-tem-colocado-seus-bebes-para-dormir-em-caixas-de-papelao.html>

2.9. Vantagens Competitivas

A Sra Cegonha tem por principais vantagens competitivas:

- Reunir num único Kit os principais e essenciais produtos para o cuidado com o bebê e sua mamãe.
- Representar marcas e produtos de alta qualidade
- Produtos que sejam seguros, atóxicos, alergênicos, asfixiantes ou de qualquer natureza que prejudique a saúde do bebê e sua mamãe
- Comprometimento com a sustentabilidade

2.10. Análise SWOT

| | | |
|-----------------|--|---|
| Internos | Pontos Fortes a potencializar | Pontos Fracos a reduzir ou eliminar |
| | Produtos necessários para garantir o cuidado básico de um bebê. Aglutinação desses produto num único kit Domínio dos cuidados básicos Produtos com Alta Qualidade Entrega em todo o país Compromisso com Sustentabilidade | Uso de plástico Falta de certificação de alguns fornecedores Inexperiência no e-commerce |
| Externos | Ameaças a evitar | Oportunidades a aproveitar |
| | Baixa inclusão da sociedade Interferências de interesses políticos Crescimento do veganismo Vinculo da marca com as marcas dos fornecedores Preconceito com colocar bebês dormirem em caixas de papelão; Redução da taxa de natalidade brasileira, segundo IBGE | Novo nicho de mercado Onda de adesão países importantes + 3 mil cidades brasileiras com IMI alto Mercado aberto e propenso para produtos de bem estar Onda do minimalismo |

Tabela 2: Análise SWOT da empresa

3. MERCADO

3.1. Visão Geral do Mercado

Como já mencionado anteriormente os kits maternidade tiveram origem na Finlândia em 1938. Naquela época passou a distribuir os kits maternidade e saiu de uma taxa de 65 crianças que morriam no primeiro ano de vida para cada 1000 nascidos vivos, para hoje atingir a 3ª melhor taxa de 1,9 crianças. Isso se dá especialmente porque um dos maiores vilões a SMSL (Síndrome da Morte Súbita do Lactente), e como ação para reduzir essa taxa passou a manter um hábito de colocar o bebê recém-nascido para dormir em uma caixa de papelão, posicionada ao lado da cama do casal.



Figura 2: Baby Box da Finlândia em 2017⁶

⁶ Annika Söderblom © Kela/Divulgação

Falando no âmbito brasileiro, segundo dados do IBGE⁷ sobre mortalidade infantil, A probabilidade de um recém-nascido não completar o primeiro ano de vida foi de 0,01280, isto é, para cada 1000 nascidos aproximadamente 12,8 deles não completariam o primeiro ano de vida.

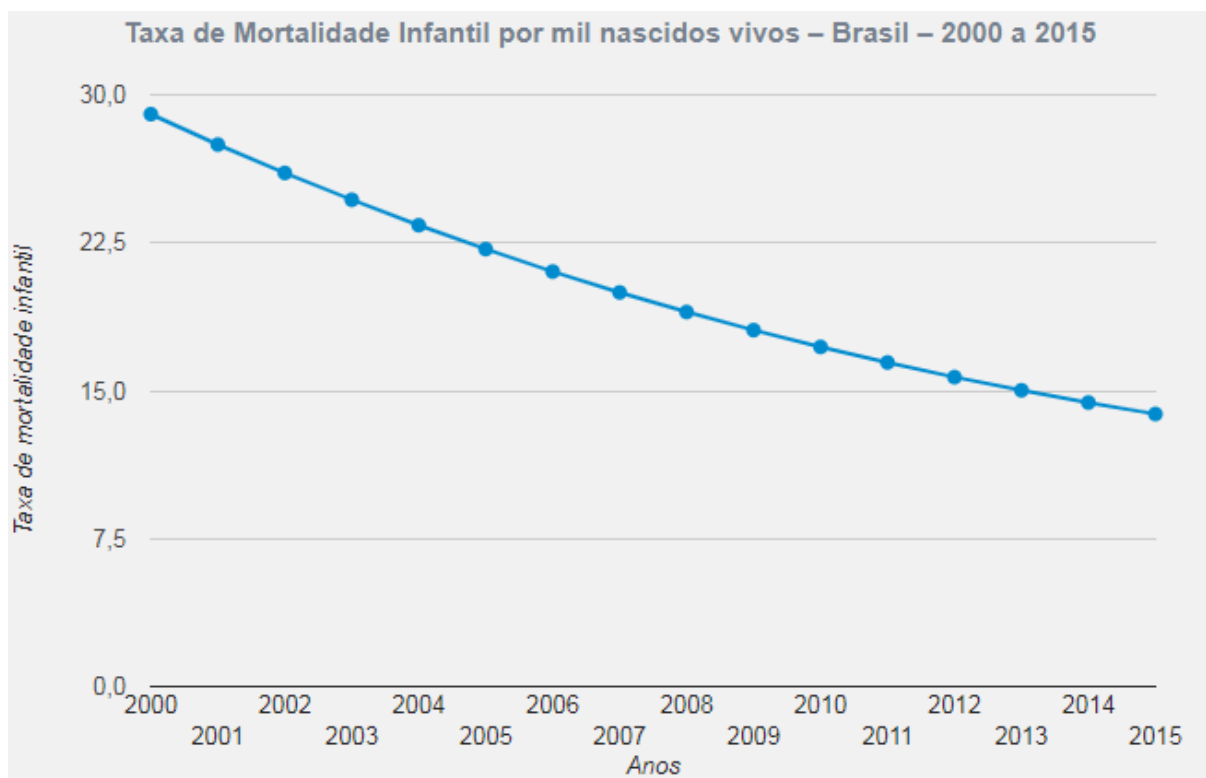


Figura 3: Taxa de Mortalidade Infantil 2000-2015⁸

Em 2017 a taxa se manteve em 12,8 mortes a cada mil crianças que nasceram vivas. Considerando que, em 2017, nasceram 2874466 podemos afirmar que tivemos um total de significa que mais de 36 mil crianças morreram antes dos 5 anos. Para a UNICEF este numero beira a 42 mil crianças, o que apresenta um retrocesso brasileiro, conforme o gráfico abaixo:

⁷ Tábua completa de mortalidade para o Brasil – 2017, pag 6

⁸ <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/populacao/taxas-de-mortalidade-infantil.html>

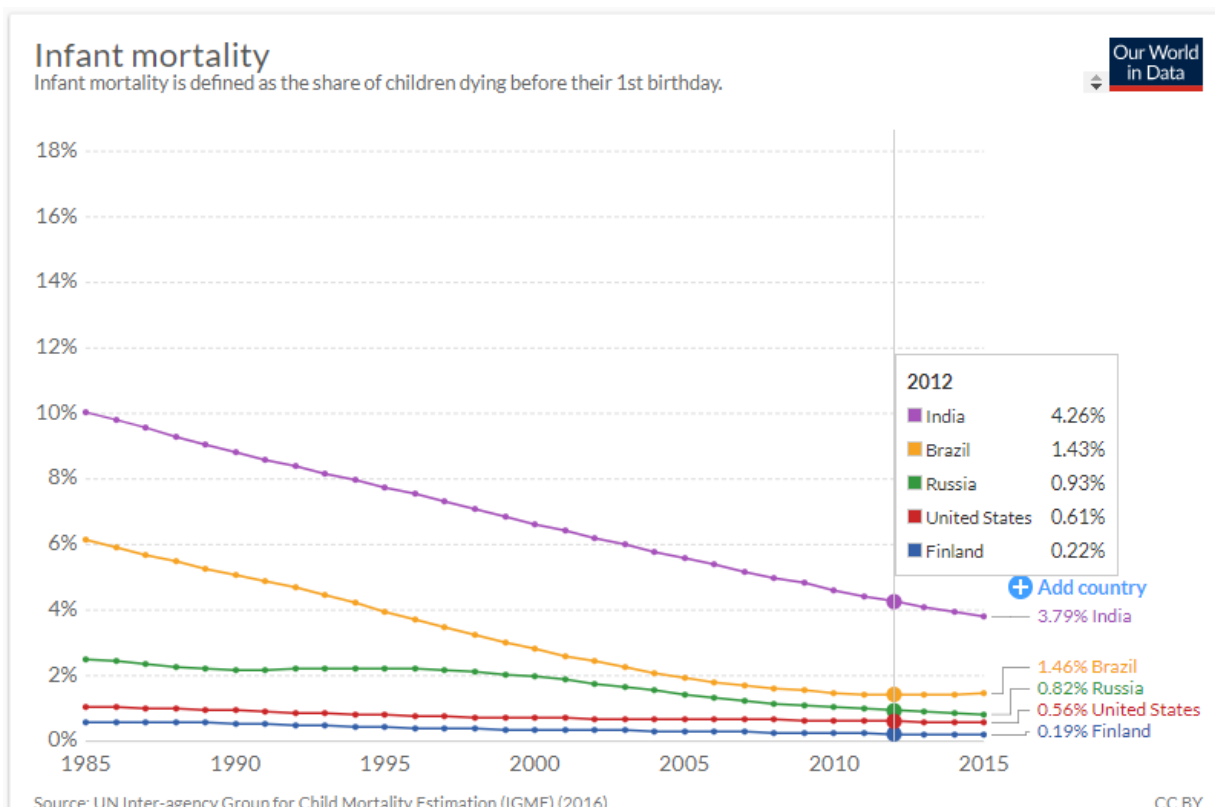


Figura 4: Mortalidade Infantil Mundial 1985-2015⁹

No Brasil não temos informações suficientes para detalhar o motivo de morte súbita mas ao que se sabe, é que os Kits Maternidade não apenas servem como berço portátil, mas também como estimulador positivo na formação do vínculo emocional entre a mãe e o bebê, da chegada de um novo filho, gerando um ambiente mais acolhedor e preparado para receber a criança, afinal os itens básicos foram providenciados, o que reduz a depressão emocional da preparação da mãe e da própria família.

A Sra Cegonha é um negócio próprio que tem por finalidade contribuir para a redução deste número alarmante de mortalidade infantil brasileira (tangível) e de geração de conforto e esperança para as famílias dos futuros pais (intangível).

Observa-se que no mercado brasileiro existem algumas iniciativas de prefeituras, empresas e igrejas na doação de kit maternidade, mas não atendem a questão de fornecimento de berços de papelão que é o item de maior impacto referente ao SMSL, ou seja, quando o bebê morre

⁹ <https://ourworldindata.org/child-mortality#infant-mortality>

sem causa aparente que ocorre durante o sono noturno, uma das principais causas de morte infantil.

Segundo a Sociedade Goiana de Pediatria, a principal causa da mortalidade infantil (primeiro ano de vida) é a SMSL (Síndrome da Morte Súbita do Lactente), ou seja, quando o bebê morre sem causa aparente que ocorre durante o sono noturno. “Entre suas causas estão o atraso na maturidade do tronco cerebral do recém-nascido, dormir com os pais ou irmão, e de bruços ou de lado – em vez da posição correta, que é com a barriguinha para cima -, calor excessivo no ambiente, ou quando a mãe fuma durante a gravidez ou após o parto” segundo a SGP¹⁰.

Para evitar o problema, o famoso médico e escritor Dr. Drauzio Varella recomenda¹¹ que é importante tomar as seguintes prevenções: “Evitar que o bebê durma de barriga para baixo ou de lado, dar preferência à posição supina; Não agasalhar excessivamente e manter o quarto ao redor de 22º C; Não usar colchões e travesseiros muito macios; Dormir no mesmo quarto, mas sem compartilhar o leito com a criança”. Além disso, não deixá-lo no carrinho ou no bebê conforto por um longo período, e tirar objetos do berço que possam ser puxados por ele e sufocá-lo, como panos, lençóis, travesseiros e cobertores, também são recomendações necessárias para prevenir a situação. Apesar de todas as recomendações dos órgãos mundiais de pediatria nos Estados Unidos, uma pesquisa recente, publicada pelo jornal *Pediatrics*, divulgou que 55% dos bebês ainda dormem dessa maneira. O número é alarmante e assusta ainda mais se levarmos em consideração que se trata de um país desenvolvido.

Sendo assim, um dos produtos da Sra Cegonha que é o Moisés Baby Box, que é a versão mais elementar de cuidado dos Bebês tem um amplo mercado, traduzindo em números mais de 3 mil cidades brasileiras com IMI superior à média nacional.

Quanto ao produto Baby Box Brasil, é um produto que entra num nicho de mercado com baixíssima representatividade, por ser ainda relativamente novo no país.

¹⁰ <http://www.sbp.com.br/filiada/goias/noticias/noticia/nid/o-que-caoa-a-morte-subita-de-bebês/>

¹¹ <https://drauziovarella.uol.com.br/drauzio/artigos/sindrome-da-morte-subita-infantil/>

3.2. Qualidade

Analisando o conceito de Qualidade dos kits, podemos elencar os seguintes parâmetros que devem ser avaliados e inspecionados desde a escolha de fornecedores até a entrega do produto:

Toxicidade: Como crianças nesta idade tudo o que veem levam para a boca, os produtos precisam ser atóxicos. Atualmente 2% das causas de mortes das crianças são por conta de Intoxicação¹².

Alergênica: Praticamente todos os produtos estarão em contato com a pele do bebê e da mamãe, por isso é fundamental que não venha a causar algum tipo de alergia.

Segurança e durabilidade: No primeiro ano do bebê ele começa a trabalhar a coordenação motora e a visão então todos os produtos precisam ser testados quanto a segurança e durabilidade, ou seja, não podem conter superfícies cortantes, perfurantes, esfoliantes, cantos vivos seja do produto montado ou desmontado, e não podem ter baixa durabilidade e resistência, pois eles tendem a arremessar tudo o veem pela frente. Além de filmes plásticos onde existe a possibilidade dos bebês asfixiar-se.

Tamanho: O tamanho dos produtos e suas peças derivadas não podem ser pequenas, afinal como levam na boca podem vir a asfixiar-se. Sendo esta, a terceira maior causa de morte de bebês e uma das maiores em internações também.

Acabamento: Não podem ter rebarbas ou excessos que venham se soltar.

Cor: Precisa ser bem colorido, uma das características mais apreciadas por esses *endusers*.

Tipos de superfície: Como esta fase é caracterizada pelo desenvolvimento do tato, os produtos precisam ter diversas texturas, formas e superfícies.

Sustentabilidade: Como um dos compromissos da Sra Cegonha, ser ambientalmente correto é um dos fatores chaves para o fornecimento, por isso a escolha sempre privilegiará o mínimo consumo de plásticos e outros materiais que não se biodegradem

¹² <https://criancasegura.org.br/dados-de-acidentes/>

na natureza em até 180 dias, conforme norma brasileira. É sabido que muitos produtos ainda não tem o desenvolvimento suficiente para solução desta questão, assim sendo privilegiar-se-á a qualidade e a busca de desenvolver novos fornecedores.

3.3. Consumo

3.3.1. Quanto ao Baby Box Brasil:

Conforme apresentam dados do IBGE¹³, nos últimos 10 anos a taxa bruta de natalidade da população vem caindo em torno de 2 a 3 % a cada ano, referente ao ano anterior. Isso significa que o volume não deve aumentar, porém, como ainda existe uma demanda reprimida e o crescimento de vendas vem aumentando.

Segundo o Estadão de 11 de fevereiro de 2018¹⁴, “Em seis anos, o volume de venda anual de produtos do segmento infantil no Brasil passou de R\$ 2,7 bilhões para R\$ 3,9 bilhões. O crescimento de 45,6% foi apurado por estudo da agência de inteligência Euromonitor. Somente nos últimos dois anos, a variação de crescimento foi de 8%, dado que demonstra que mesmo durante a crise o segmento manteve certo fôlego.”

Na matéria comenta-se ainda que, justamente por ser um mercado mais estável a demanda reprimida pequena, ainda existem margens para novos negócios como os kits maternidade.

3.3.2. Quanto ao Moisés Baby Box:

Tem sido crescente o número de instituições governamentais ou não, público ou privada que vem investindo em Kits maternidade para distribuição à famílias carentes.

3.4. Mercado Alvo

O mercado de produtos para bebês já está consolidada. Vários são os nichos de produtos e serviços que estão sendo explorados pelo mercado, especialmente pelo fato de ser um

¹³ <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/populacao/taxas-brutas-de-natalidade.html>

¹⁴ <https://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/mercado-infantil-exige-diferencial-e-foco/>

mercado estável com leve aquecimento. No site Mercado Livre¹⁵, Kits bolsa maternidade, higiene e berço estão entre os mais procurados, apontando para uma demanda potencial.

Hoje há inúmeras opções de boa qualidade, o que facilita o negócio.

3.4.1. Quanto ao Baby Box Brasil

No site SEBRAE¹⁶, sobre as tendências para artigos para bebês aborda que as famílias gastam em torno de 5 mil reais no 1 ano de vida do bebê, e mais, “Os gastos dos pais com os filhos no primeiro ano de vida são os que mais movimentam o mercado infantil. Os empresários investem na venda de enxovais e móveis para bebês e também faturam com confecção de lembrancinhas para maternidade. O comércio de produtos para bebês cresce a cada dia no Brasil e a faixa etária de zero a seis meses é o mais promissor.”

| | | |
|-----------------|---|--|
| Internos | Pontos Fortes a potencializar | Pontos Fracos a reduzir ou eliminar |
| | Mercado de bebês em crescimento Mercado de experiências em franca expansão Não existe uma oferta consolidada para os Kits maternidade Produtos e marcas ecologicamente corretos. | Muitos entrantes no mercado Estreita demanda reprimida Permitir a permanência de Kits diversificados, em detrimento ao completo. Não é cultura no brasil Compra fora do Brasil |
| Externos | Ameaças a evitar | Oportunidades a aproveitar |
| | Redução da taxa de natalidade brasileira, segundo IBGE Instabilidade econômica do país Desmantelamento dos Correios Fortalecimento comercio externo do Brasil | Cultura brasileira de pensar nos filhos antes dos pais, e de dar o melhor para o filho Brasileiros são atraídos por produtos e tendências estrangeiras. |

Tabela 3: Análise SWOT do Produto Baby Box Brasil

¹⁵ <https://tendencias.mercadolivre.com.br/1384-bebes>

¹⁶ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-artigos-para-bebes,e4d87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

3.4.2. Quanto ao Moisés Baby Box

São inúmeras instituições publico- privadas que vem distribuindo os kits maternidade, porem, em sua maioria, as secretarias realiza a compra dos produtos e eles são montados nos CRAS (Centro de Referencia em Ação Social) e distribuído também por eles. Além disso o CRAS também realiza mobilizações para confeccionar algumas peças de vestuário.

| | | |
|-----------------|---|--|
| Internos | Pontos Fortes a potencializar | Pontos Fracos a reduzir ou eliminar |
| | Mercado de bebês em crescimento Mercado de experiências em franca expansão Não existe uma oferta consolidada para os Kits maternidade | Muitos entrantes no mercado Estreita demanda reprimida Custo elevado frente aos fornecido aos CRAS |
| Externos | Ameaças a evitar | Oportunidades a aproveitar |
| | Redução da taxa de natalidade brasileira, segundo IBGE Instabilidade econômica do país Confeção e montagem dos Kits pelos CRAS | Cultura brasileira de pensar nos filhos antes dos pais, e de dar o melhor para o filho Brasileiros são atraídos por produtos e tendências estrangeiras. |

Tabela 4: Análise SWOT Moisés Baby Box

3.5. Participação de Mercado

A Sra Cegonha será uma entrante no mercado digital de produtos para bebe e maternidade. Existem muitas ramificações neste mercado, porem poucos competiriam como mesmo produto, conforme será apresentado no capítulo 3.7, mas hoje praticamente do mesmo produto existe apenas um concorrente direto. Sendo um nicho novo não existe a possibilidade de prospectar um

3.6. Concorrentes Diretos

Como a Sra Cegonha inicia sua operações com os kits de maternidade, inspirados nos kits distribuídos na Finlândia, observa-se que no Brasil só existe 1 fornecedor deste tipo de

produto que é a Bela Baby Box, comercializado virtualmente pela Morada na Floresta através do seu site¹⁷, que tem como sócia uma personalidade da TV a Bela Gil.

Bela Gil é uma apresentadora de televisão do programa Bela Cozinha no canal pago GNT, ela é culinária e também possui o seu próprio canal no YouTube. O seu maior apelo é a alimentação saudável. Ela teve interesse no kit maternidade quando entrou em contato com uma Baby Box em Nova York, com o nascimento do filho Nino. AO voltar para o Brasil ela fez uma parceria com a Morada na Floresta que trabalha com produtos sustentáveis e veganos em sua loja, o que traz uma característica marcante para o seu negócio, construindo uma identidade muito forte que apresenta o seu ponto positivo, que seria a identificação com a sustentabilidade, veganismo, minimalismo, etc tão em alta e com propensão de crescimento, mas também apresenta um ponto negativo, que ao se caracterizar por ecologicamente correto, acaba se afastando de grandes marcas admiradas das linhas de bebês, e por consequência sendo rejeitada por aqueles que não tem esse compromisso, identificação ou estilo de vida vegano e minimalista e que preferem o conforto e a qualidade já consagradas para o bebê, uma vez que estes produtos ecologicamente corretos ainda não atingiram o seu desenvolvimento de qualidade e difundido no mercado.

3.6.1. Produtos da concorrente:

Informações retiradas do site da concorrente¹⁸.

3.6.1.1. *Bela Baby Box*

Produtos:

1 – Mini berço portátil em papelão com estampas de vegetais (alusão a figura de BelaGil). Comprimento 71 cm x Largura x 45 cm x Altura 30 cm. Capacidade máx 10 Kg (testados pela Falcão Bauer)

1 – Colchão com densidade D18, atóxico, lavável, com capa impermeável com forro de algodão orgânico

Brindes:

¹⁷ www.loja.bebesecologicos.eco.br/colecao-bela-gil/bela-baby-box-8

¹⁸ <https://loja.bebesecologicos.eco.br/colecao-bela-gil/bela-baby-box-8>

1 Babycreme Weleda 75ml

Descontos:

5% no boleto ou depósito



OFERTA

Bela Baby Box
 ☆☆☆☆☆
R\$265,00 (no cartão)
 em até 3x de **R\$88,33**
 ou
R\$251,75 (no boleto ou depósito)
 5% de desconto

Figura 5: Bela Baby Box

3.6.1.2. Bela Baby Box + Enxoval 24 itens

Produtos:

- 1 – Mini berço portátil em papelão com estampas de vegetais (alusão a figura de BelaGil). Comprimento 71 cm x Largura x 45 cm x Altura 30 cm. Capacidade máx 10 Kg (testados pela Falcão Bauer)
- 1 – Colchão com densidade D18, atóxico, lavável, com capa impermeável com forro de algodão orgânico
- 1 – Camisetinha Vegetais (Livremente Kids)
- 1 – Saquinho de dormir (Baby Jack)
- 1 – JeniPele (Jenipano)
- 1 – Babador de Amarrar (Aurora Senhora)
- 1 – Chá Orgânico para Amamentação - Mamãe
- 1 – Pomada Lansinoh
- 1 – Fraldas Diurnas - Dryfit
- 1 – Fralda Diurnas PUL microsoft
- 1 – Frada AIO Bela Gil
- 1 – Fraldas Noturnas - microsoft

- 1 – Absorventes Diurnos
- 1 – Absorventes Noturnos
- 1 – Contorno TU
- 1 – Capa Antivazamentos
- 1 – Bolsinhas de sementes para tratar cólica.
- 1 – Fraldas Pequenas microsoft
- 1 – Fraldas RN Bela Gil
- 1 – Capa Antivazamentos RN
- 1 – Absorventes RN
- 1 – Contorno RN
- 1 – Bolsa para Fraldas
- 1 – Kit 5 - Lenços
- 1 – Ecoabsorventes
- 1 – Absorvente para seios –

Brindes:

1 Babycreme Weleda 75ml

Descontos:

15% promocional + 5% no boleto ou depósito



OFERTA

Bela Baby Box - Enxoval - 24 itens



De: R\$1022,60

Por **R\$869,21** (no cartão)

em até 3x de **R\$289,74**

OU

R\$825,75 (no boleto ou depósito)

5% de desconto

Figura 6: Bela Baby Box +24 itens

3.6.1.3. Bela Baby Box + Enxoval 38 itens

Produtos:

1 – Mini berço portátil em papelão com estampas de vegetais (alusão a figura de BelaGil). Comprimento 71 cm x Largura x 45 cm x Altura 30 cm. Capacidade máx 10 Kg (testados pela Falcão Bauer)

1 – Colchão com densidade D18, atóxico, lavável, com capa impermeável com forro de algodão orgânico

1 – Camisetinha Vegetais - LivreMenteKids

1 – Emulsão para Banho Hipoalergênico Nossos Amores - Alergoshop

1 – Fluido para Troca de Fraldas - VivoNaturalmente

1 – Fralda Ecológica Bela Gil - RN

1 – Contorno RN

1 – Bolsa de Sementes para Cólica - Meu Nani

1 – JeniSling - Jenipano

1 – Jenipele - Jenipano

1 – Kit com 5 Lenços Reutilizáveis de Algodão

1 – Kit com 3 Forros Liner

1 – Bolsa Impermeável para Fraldas

Linha Bebês

1 – Babador de Amarrar - Aurora Senhora

1 – Colar de Âmbar - Curativo Barroco Bruto - Lithu

1 – Fralda Ecológica Diurna - Dryfit

1 – absorvente diurno

1 – capa antivazamento

1 – Fralda Ecológica Noturna - Microsoft + absorvente noturno

1 – Fralda Ecológica Pequenas Cover - Microsoft

1 – Absorvente RN

1 – Capa antivazamento RN

1 – Fralda Ecológica PUL - Dryfit

1 – Contorno Tamanho Único

1 – Fraldas Ecológicas AIO Bela Gil

Linha Mamãe Pós-Parto

- 1 – Pomada de Lanolina HPA 100% Pura - Lansinoh
- 1 – Chá Misto De Mãe para Mãe 14 sachês - lamani
- 1 – Colar Mordedor - Goodi
- 1 – Par de Absorvente para Seios
- 1 – Água Floral Bionutritiva - Bioart
- 1 – Óleo Perfumado Tranquilidade - Bioart
- 1 – Desodorante Stick Kristall Sensitive - Alva
- 3 – Ecoabsorventes Laváveis Bela Gil - Sortido

Linha Limpeza

- 1 – Sabão de Coco em Barra - Positiva
- 1 – Lava Roupas Positiva 1 L - Positiva

Brindes:

- 1 - Babycreme Weleda 75ml

Descontos:

15% promocional + 5% no boleto ou depósito

-15%



OFERTA

Bela Baby Box - Enxoval - 38 itens

☆☆☆☆☆

~~De: R\$1.993,00~~

Por **R\$1.694,05** (no cartão)

em até 3x de **R\$564,68**

OU

R\$1.609,35 (no boleto ou depósito)

5% de desconto

Figura 7: Bela Baby Box + 38 itens

3.6.1.4. Bela Baby Box + 47 itens

Produtos:

1 – Mini berço portátil em papelão com estampas de vegetais (alusão a figura de BelaGil). Comprimento 71 cm x Largura x 45 cm x Altura 30 cm. Capacidade máx 10 Kg (testados pela Falcão Bauer)

1 – Colchão com densidade D18, atóxico, lavável, com capa impermeável com forro de algodão orgânico

Linha Recém Nascido

1 – Macacão Pijama RN 100% algodão pima orgânico - Timirim -

1 – Body Kimono Manga Curta RN 100% algodão pima orgânico - Timirim

1 – Touca Beanie 100% algodão pima orgânico - Timirim

1 – Manta Swaddle 100% algodão pima orgânico - Timirim

1 – Naninha 100% algodão pima orgânico - Timirim

1 – Camisetinha Vegetais - LivreMenteKids

1 – Emulsão para Banho Hipoalergênico Nossos Amores - Alergoshop

1 – Fluido para Troca de Fraldas - VivoNaturalMente

2 – Fraldas Ecológicas Bela Gil - RN

1 – Contorno RN

1 – Bolsa de Sementes para Cólica - Meu Nani

1 – JeniSling - Jenipano

1 – Jenipele - Jenipano

1 – Babysac - BabyJack

1 – Kit com 5 Lenços Reutilizáveis de Algodão

1 – Kit com 3 Forros Liner

1 – Bolsa Impermeável para Fraldas

Linha Bebês

1 – Babador de Amarrar - Aurora Senhora

1 – Colar de Âmbar - Curativo Claro Barroco Polido - Lithu

1 – Fralda Ecológica Diurna - Dryfit

1 – Absorvente diurno

1 – Capa antivazamento

1 – Fralda Ecológica Noturna - Microsoft + absorvente noturno

1 – Fralda Ecológica Pequenas Cover - Microsoft

- 1 – Absorvente RN
- 1 – Capa antivazamento RN
- 1 – Fralda Ecológica PUL - Dryfit
- 1 – Contorno Tamanho Único
- 2 – Fraldas Ecológicas AIO Bela Gil
- 1 – Calça com pezinho Reversível Cru
- Linha Mamãe Pós-Parto
- 1 – Pomada de Lanolina HPA 100% Pura - Lansinoh
- 1 – Chá Misto De Mãe para Mãe 14 sachês - lamani
- 1 – Colar Mordedor - Goodi
- 1 – Par de Absorvente para Seios
- 1 – Água Floral Bionutritiva - Bioart
- 1 – Óleo Perfumado Tranquilidade - Bioart
- 1 – Desodorante Stick Kristall Sensitive - Alva
- 3 – Ecoabsorventes Laváveis Bela Gil - Sortido
- Linha Limpeza
- 1 – Sabão de Coco em Barra - Positiva
- 1 – Lava Roupas Positiva 1 L - Positiva

Brindes:

- 1 Babycrème Weleda 75ml

Descontos: 5% no boleto ou depósito + descontos na compra de outros produtos.



OFERTA

Bela Baby Box - Enxoval - 47 itens

R\$2.358,74

em até 3x de R\$786,25

Figura 8: Bela Baby Box + 47 itens

Quanto ao Moises baby box, não existe uma concorrência direta, porque este produto não é entregue pelas CRAS, eles confeccionam a maioria dos seus próprios produtos. Não se está trabalhando na hipótese de exportação.

3.7. Concorrentes Indiretos

Como concorrentes indiretos temos uma gama enorme de produtos vendidos separadamente que vão desde enfeite da porta da maternidade até fraldas, móveis musicais e acessórios para o berço, bichinhos de pelúcia, roupas variadas, sapatinhos, mantas, lençóis, cobertores, edredons e travesseiros, materiais de higiene, produtos de puericultura leve (chupetas, conjuntos de escovas e pente, mordedores, mamadeiras, jogos de prato e talheres, etc.), de puericultura pesada (carrinhos, andadores, banheiras, cadeirinhas para automóvel) e até acessórios para auxiliar a mãe na amamentação. Todos estes produtos podem ser considerados como presentes ao bebê e sua mãe e são comercializados por pequenos, médios e grandes fornecedores, sejam formais ou informais. Os preços também variam muito. Entretanto em específico do berço portátil em papelão, que este item é considerado como novo no mercado, ele compete com os tradicionais que variam de 60 reais até 800 reais. Porém com algumas desvantagens quanto a portabilidade, espaço que ocupa e segurança destes em detrimento a aqueles.

4. PLANO DE MARKETING

4.1. Cliente

Neste tópico apresenta-se a análise do perfil do cliente

4.1.1. Baby Box Brasil

- 4.1.1.1. Idade: de 29 a 43 anos
- 4.1.1.2. Sexo: 80% mulheres, 20% homens
- 4.1.1.3. Ensino: 73% Médio, 14% Superior, 13% outros
- 4.1.1.4. Filhos: 46% Não, 54% Sim
- 4.1.1.5. Salário: 2.000 a 6.000 reais
- 4.1.1.6. Região: 50% Sul, 40% Sudeste e 10% demais regiões, 0% exterior
- 4.1.1.7. Mídias favoritas: 80% Facebook, 60% Instagram, 40% Youtube
- 4.1.1.8. Motivo de compra: 70% para presentear alguém, 30% para se presentear
- 4.1.1.9. Disposição para preço: até 15% do salário
- 4.1.1.10. Motivação: 45% inovação/novidade, 23% qualidade, 17% preço, 12% atendimento e 3% as formas de pagamento;

4.1.2. Moisés Baby Box

- 4.1.2.1. PF/PJ: 85%PJ,15% PF
- 4.1.2.2. Idade: de 35 a 49 anos
- 4.1.2.3. Sexo: 67% mulheres, 33% homens
- 4.1.2.4. Ensino: 83% Médio, 15% Superior, 2% outros
- 4.1.2.5. Filhos: 9% Não, 91% Sim
- 4.1.2.6. Salário: 2.000 a 6.000 reais
- 4.1.2.7. Região: 50% Sul, 40% Sudeste e 10% demais regiões, 0% exterior
- 4.1.2.8. Mídias favoritas: 86% Facebook, 32% Instagram, 13% Youtube
- 4.1.2.9. Motivo de compra: 85% Ação Social, 12% para presentear alguém, 3% para se presentear
- 4.1.2.10. Disposição para preço: R\$200 reais
- 4.1.2.11. Motivação: 45% inovação/novidade, 23% qualidade, 17% preço, 12% atendimento e 3% as formas de pagamento;

4.2. Produtos

O estudo A Sra Cegonha tem por objetivo montar kits de maternidade e comercializar em loja virtual. Estes kits são compostos por um mini berço portátil e um enxoval com uma série de produtos fundamentais para o bebê e sua mãe. A entrada no mercado deve acontecer por dois produtos principais, a Moisés Baby Box e a Baby Box Brasil.

4.2.1. Moisés Baby Box



Figura 9: Foto Ilustrativa da Moisés Baby Box

A Moisés Baby Box é a linha mais customizada, apenas com itens essenciais para o cuidado da mãe e do primeiro ano de vida do bebê. Os clientes deste produto são pessoas físicas, entidades filantrópicas ou religiosas, público ou privadas que tenham por princípio distribuir amor, carinho, conforto, segurança, respeito e dignidade, a um baixo custo mas com um mínimo de qualidade necessário.

Os clientes podem customizar os produtos que irão compor o enxoval. As marcas dos produtos do enxoval são selecionadas pelo baixo custo e melhor qualidade. Respeitando sempre o quesito do fornecedor mais ecologicamente correto e o mais seguro também.

Produtos (48 itens):

- 1-Mini berço portátil em papelão com estampas infantis.
- 1-Colchão com densidade D18, atóxico, lavável, com capa impermeável
- 2-Forros 100% algodão
- 2-Lençóis 100% algodão
- 1-Manta 100% algodão
- 1-Macacão Pijama RN 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Curta RN 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Curta P 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Curta M 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Curta G 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Longa RN 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Longa P 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Longa M 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Longa G 100% algodão
- 1-Touca 100% algodão
- 1-Par de luvas 100% algodão
- 1-Par de meias sapatinho 100% algodão
- 1-Naninha 100% algodão
- 1-Pacote de fraldas RN
- 3-Fraldas de pano - Dryfit
- 3-Fraldas de boca
- 1-Bolsa de Sementes para Cólica
- 1-Mordedor
- 1-Mamadeira
- 1-Chuquinha
- 1-Pratinho
- 1-Colher infantil

- 1-Pomada de Lanolina HPA 100% Pura
- 1-Pacote de Absorvente para Seios
- 1-Pacote de Absorventes
- 1-Alcool em gel
- 1-Bolsa Maternidade
- 1-Porta documentos de pano
- 1-Sabonete líquido para corpo RN pele normal
- 1-Xampú para RN pele normal
- 1-Óleo de amêndoas
- 1-Creme para assaduras
- 1-Pacote de lenços umedecidos
- 1-Toalha de banho com touca
- 1-Banheira
- 1-Caixa de papelão
- 1-Envelope de doação

A instituição pode optar em incluir outros itens como carteira de vacinação, livros, revistas, panfletos orientativos sobre o cuidado com o bebê, ou outros materiais alusivos a instituição beneficente.

4.2.2. Baby Box Brasil

A Baby Box Brasil é uma linha mais requintada e conta com um enxoval com itens de vestuário, brinquedos, decoração, de higiene além dos essenciais para o cuidado da mamãe e do 1 ano de vida do bebê. Os clientes deste produto são pessoas físicas que queiram eternizar esse momento tão precioso que é o nascimento de uma vida, com amor, carinho, conforto, segurança e aconchego presenteando a mamãe e o bebê.



Figura 10: Foto ilustrativa da Baby Box Brasil

Os clientes podem customizar os produtos que irão compor o enxoval. As marcas dos produtos do enxoval são selecionadas pela alta qualidade, design, segurança e posicionamento na preferência dos clientes. Respeitando sempre o quesito do fornecedor mais ecologicamente correto também.

Produtos (50 itens):

- 1-Bolsa Maternidade
- 1-Mamadeira
- 1-Toalha de banho com touca
- 1-Perfume infantil
- 1-Saco para dormir
- 1-Macacão Pijama P 100% algodão Tal mãe/Tal filho
- 1-Chuquinha
- 1-Espelho retrovisor Chicco, Chicco, Preto
- 1-Edredom
- 1-Xampu para corpo e cabelo pele normal

- 1-Creme para assaduras
- 1-Manta 100% algodão
- 1-Almofada para amentação
- 1-Porta fraldas de pano
- 1-Farmacinha porta medicamento bebê necessaire turquesa cinza
- 1-Tela protetora de sol para carro
- 1-Óleo de amêndoas
- 1-Naninha 100% algodão
- 1-Porta documentos de pano
- 1-Organizador de carro
- 1-Bichinhos de Banho - Animais Marinhos - Buba
- 1-Mordedor
- 1-Lenço de pescoço Tal mãe/Tal filho
- 1-Livro "As 5 linguagens do Amor das crianças"
- 1-Caixa organizadora abelha
- 1-Bolsa de Sementes para Cólica
- 1-Mini berço portátil em papelão com estampas infantis.
- 1-Colchão com densidade D18, atóxico, lavável, com capa impermeável
- 1-Colher infantil
- 1-Creme para as mãos
- 1-Canções para Ninar
- 3-Fraldas de boca
- 1-Touca 100% algodão
- 1-Babador lenço Tal mãe/Tal filho
- 1-Pratinho
- 1-Pacote de lenços umedecidos
- 1-Pote leite em pó
- 1-Body Manga Curta P 100% algodão
- 1-Body Kimono Manga Longa P 100% algodão
- 1-Protetor de porta
- 1-Par de luvas 100% algodão
- 1-Alcool em gel

- 1-Lençóis 100% algodão
- 1-Par de meias sapatinho 100% algodão
- 1-Caixa de papelão
- 1-Revista Crescer
- 1-Forros 100% algodão
- 1-Envelope de doação

4.2.3. Fotos da Baby Box



Figura 11: O momento de abrir a baby box



Figura 12: Foto ilustrada dos produtos



Figura 13: Foto ilustrada dos produtos



Figura 14: End-user desfrutando do conforto e segurança da baby box



Figura 15: End-user desfrutando de conforto e segurança



Figura 16: End-user desfrutando de conforto e segurança

4.3. Preços

4.3.1. Baby Box Brasil

Preço: o cliente terá a opção de pedir o Box e incluir linhas de produtos de alta qualidade e de grande atratividade entre as mães, como linha de higiene Mustela/Granado, Linha de roupa Carters, Linha de alimentação Man/Avent.

Os preços de venda sai entre R\$107,00 a R\$2.355,00 (valor a vista, sem considerar taxas de cartões).

Descontos 5% nas próximas compras pra quem divulgar o Box nas redes sociais.

4.3.2. Moisés Baby Box

Preço: o cliente terá a opção de pedir o Box e incluir linhas de produtos de acordo com as necessidades dos beneficiários e orçamento da instituição.

Os preços de venda sai entre R\$96,80 a R\$733,00 (valor a vista, sem considerar taxas de cartões).

Descontos 5% nas próximas compras pra quem divulgar o Box nas redes sociais.

4.4. Promoção

4.4.1. Marketing de Relacionamento

Criação de site

Envio de brindes a celebridades grávidas ou com bebê recém nascidos

Instagram

Youtube

Facebook

Mercado Livre

Envio de folder eletrônico

Parcerias com fornecedores

Parcerias com Obstetras e Pediátricas

Panfletagem em maternidades e clínicas

Descontos 5% nas próximas compras pra quem divulgar o Box nas redes sociais.

4.4.2. Estratégias

O primeiro passo é a contratação de uma agencia de comunicação para orientar as melhores estratégias de marketing a serem tomadas, modelar logomarca, elaborar estampas das caixas e materiais orientativos que acompanharão os Kits, criar panfletos e peças artísticas para divulgação física e digital.

Elaborar um site para hospedar a loja.

Contratar fotógrafo e modelos para elaborar banco de imagens para uso em site e divulgação.

Enviar brindes para influenciadores digitais.

Panfletar em clínicas e maternidades.

Entrar em contato com secretarias municipais de ação social e/ou da saúde em busca de agendamento de apresentações.

4.5. Distribuição

Os produtos vendidos serão montados na base da empresa e distribuídos por transportadoras ou pelo sistema dos Correios. O prazo de entrega não pode ultrapassar 10 dias (7 dias uteis de transportadora + 3 dias uteis de montagem). Através do site e e-mail o cliente poderá acompanhar o onde a sua mercadoria está.

5. ORGANIZAÇÃO

Como toda boa microempresa a Sra Cegonha tem uma estrutura bastante enxuta, como se pode ver neste capítulo.

5.1. Organograma

Segue o organograma planejado para o início das operações da Sra Cegonha:



Figura 17: Organograma da Empresa

5.2. Administrativa

Como apresentado no tópico 5.1 as atividades administrativa e financeiras serão realizadas pelo próprio Proprietário:

Controle financeiro – faturamentos, contas a pagar e a receber, relatórios

Compras: Seleção e controle de fornecedores, aquisições, recepção de materiais

Vendas: Controle de vendas, atendimento ao cliente, prospecção, promoção e manter o contato pós vendas medindo a satisfação do cliente.

5.3. Operacional

Cabe a área operacional:

Controle do estoque, com apontamentos diários e em formulário específico.

Produção: coletar pedidos, separar materiais, montar Kits e endereçar para a área de Controle de Qualidade.

Expedição: Embalar todos os kits que foram auditados no controle de qualidade, e encaminhar para a transportadora. Realizar o acompanhamento do transporte das mercadorias até o cliente final.

5.4. Indiretos

A contratação, controle, atendimento dos indiretos está a cargo do proprietário.

Fotografia: Ensaios com bebês para o material publicitário;

Contabilidade: acompanhamento contábil e declarações;

Agencia de Comunicação: elaborar campanhas formas de impulso.

5.5. Empreendedor Fundador

João Marcelo Santos – 40 anos, protestante, casado, 1 filha

MBA em Gestão de Negócios, Pós em Gestão de Projetos

Engenheiro Eletricista.

12 anos de experiência em gestão de projetos

5 anos de experiência em gestão de pessoas

6. OPERAÇÃO

6.1. Fluxograma do processo



Figura 18: Fluxograma de Processo

Armazenamento: está previsto que todo estoque será armazenado na própria empresa em primeira instancia, mas de acordo com o aumento da demanda existe a proposta de fazer parcerias com estoques consignados ou dropshipping.

Transporte: a logística de transporte dos produtos serão realizados 32% por Correios e 67% Transportadora privada e 1% frota própria.

6.2. Layout

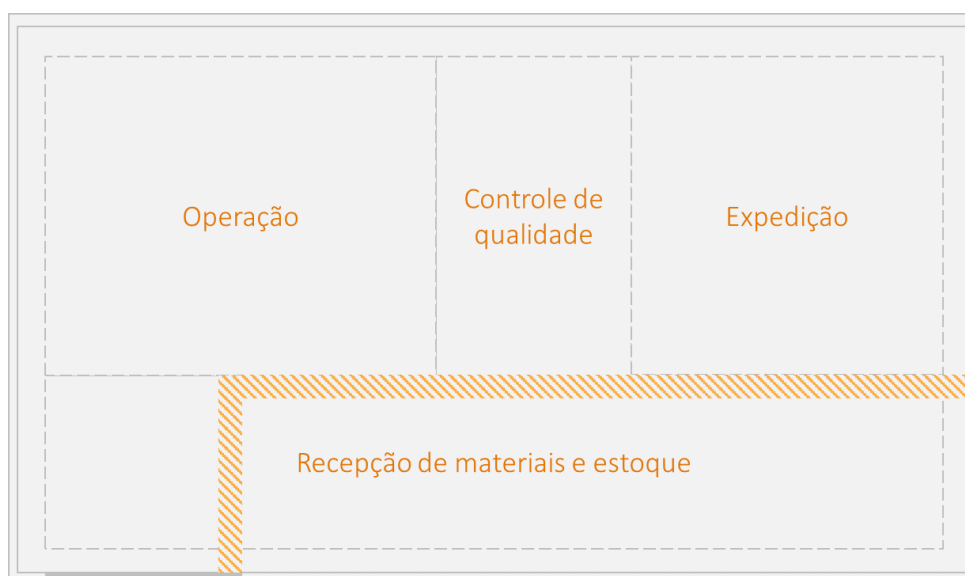


Figura 19: Layout do galpão 60m²

Neste prédio que será a instalado a operação da loja virtual, estão previstos:

Estantes para alojar os materiais

Estantes dos produtos acabados

Paletes para os produtos em controle de qualidade

Bancadas de montagem

Mesa e cadeiras

Armário

7. PLANO FINANCEIRO

7.1. Fontes de Financiamento e Equilíbrio Financeiro

Para implementar este projeto considera-se as seguintes despesas:

Equipar o galpão R\$15.000,00

Estantes para alojar os materiais: R\$4.000,00

Estantes dos produtos acabados: R\$4.000,00

Paletes para os produtos em controle de qualidade: R\$200,00

Bancadas de montagem: R\$2.000,00

Mesa e cadeiras: R\$2.000,00

Armário: R\$1.000,00

Estoque inicial: R\$40.000,00

Capital de giro: R\$10.000,00

Investimento total: R\$65.000,00

Considera-se que o empreendimento será suportado com recursos próprios.

7.2. Fluxo de Caixa e Demonstração de Resultados

Os fluxos de caixa e demonstrativos apresentados neste capítulo apresentam dois cenários, um pessimista e outro otimista. O cenário pessimista se dará no início do empreendimento e se os pedidos ocorrerem para o produto de menor margem de contribuição, que no caso seria o Moises Baby Box com o pedido mínimo.

Já o cenário positivo, se dá quando o Baby Box Brasil estiver com a produção e venda máxima na sua versão de maior valor agregado.

7.2.1. Rentabilidade do Projeto

O ROI calculado com base no VPL do fluxo de caixa para 4 anos esta projetado em 1,61 o que significa que a cada Real investido resultará em R\$1,61, descontado o custo de oportunidade de capital baseado na SELIC de 7,5%.

O VPL calculado a um custo de capital igual a SELIC resulta em R\$73.210,48.

A TIR ficou maior que a taxa de atratividade está acima da taxa de atratividade e ficou em 4,26%.

| | |
|--|---------------|
| Investimento Inicial | R\$65.000 |
| Geração de caixa 4 Anos | R\$594.998,98 |
| Fluxo de caixa capital próprio em 4 anos | R\$104.796,28 |
| VPL | R\$73.210,48 |
| TIR | 4,26% |

7.2.2. Premissas

| FLUXO DE CAIXA | | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | 6 | |
|----------------|------------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|---------------------|----------------|
| | | R\$ | % | R\$ | % | R\$ | % | R\$ | % | R\$ | % | R\$ | % |
| | Impostos | 6754,87 | 4% | 7656,89 | 4,1% | 27584,47 | 6,3% | 42839,92 | 7,2% | 70588,09 | 10,6% | 248218,41 | 10,6% |
| | SALDO INICIAL | -65.000,00 | | -4.429,57 | | 25.785,83 | | 51.612,33 | | 104.796,68 | | 106.104,23 | |
| ENTRADAS | 3.01 Venda de Produtos e Mercadori | 168.871,68 | 100,0% | 186.753,48 | 110,6% | 437.848,80 | 259,3% | 594.998,88 | 352,3% | 665.925,36 | 394,3% | 2.341.683,12 | 1386,7% |
| | 3.02 Venda de Serviços | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | 12.00 Receita não Operacional | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | 10.00 Receita Financeira | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | | | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 |
| | TOTAL DE ENTRADAS | 168.871,68 | 100,0% | 186.753,48 | 110,6% | 437.848,80 | 259,3% | 594.998,88 | 352,3% | 665.925,36 | 394,3% | 2.341.683,12 | 1386,7% |
| SAÍDAS | 8.02 Água | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% |
| | 8.02 Aluguel | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 3.000,00 | 1,7% | 3.000,00 | 1,7% | 3.000,00 | 1,7% |
| | 10.00 Desp.Financeira | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | 12.00 Despesa não Operacional | 26.000,00 | 15,0% | 26.000,00 | 15,0% | 26.000,00 | 15,0% | 26.000,00 | 15,0% | 26.000,00 | 15,0% | 26.000,00 | 15,0% |
| | 8.03 Encargos Trabalhistas | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 1.125,00 | 0,6% | 1.125,00 | 0,6% | 1.125,00 | 0,6% |
| | 8.01 Frete | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 ICMS | 26.000,00 | 15,0% | 2.603,34 | 1,5% | 9.240,80 | 5,3% | 14.351,37 | 8,3% | 23.647,01 | 13,6% | 83.153,17 | 48,0% |
| | 8.02 Internet | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 IPI | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 PIS/COFINS | 1.047,00 | 0,6% | 1.186,82 | 0,7% | 4.275,59 | 2,5% | 6.640,19 | 3,8% | 10.941,15 | 6,3% | 38.473,85 | 22,2% |
| | 16.00 IRPJ | 371,52 | 0,2% | 421,13 | 0,2% | 1.517,15 | 0,9% | 2.356,20 | 1,4% | 3.882,34 | 2,2% | 13.652,01 | 7,9% |
| | 14.00 CSLL | 236,42 | 0,1% | 267,99 | 0,2% | 965,46 | 0,6% | 1.499,40 | 0,9% | 2.470,58 | 1,4% | 8.687,64 | 5,0% |
| | 14.00 CPP | 2.803,27 | 1,6% | 3.177,61 | 1,8% | 11.585,48 | 6,7% | 17.992,77 | 10,4% | 29.647,00 | 17,1% | 104.251,73 | 60,2% |
| | 8.02 Luz | 1.200,00 | 0,7% | 1.200,00 | 0,7% | 1.200,00 | 0,7% | 1.200,00 | 0,7% | 1.200,00 | 0,7% | 1.200,00 | 0,7% |
| | 6.00 Mat. de Embalagem | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% |
| | 8.02 Mat.Escritório | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% |
| | 8.02 Mat.Informática | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% | 600,00 | 0,3% |
| | 6.00 Matéria-Prima | 99.443,04 | 57,4% | 109.910,76 | 63,4% | 315.252,00 | 181,9% | 397.772,28 | 229,5% | 439.643,04 | 253,7% | 1.699.992,00 | 980,9% |
| | 8.01 Propaganda | 4.200,00 | 2,4% | 4.200,00 | 2,4% | 4.200,00 | 2,4% | 4.200,00 | 2,4% | 4.200,00 | 2,4% | 4.200,00 | 2,4% |
| | 8.02 Refeições | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 565,00 | 0,3% | 565,00 | 0,3% | 565,00 | 0,3% |
| 6.00 Salário | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 1.500,00 | 0,9% | 1.500,00 | 0,9% | 1.500,00 | 0,9% | |
| 8.02 Contador | 6.000,00 | 3,5% | 6.000,00 | 3,5% | 6.000,00 | 3,5% | 6.000,00 | 3,5% | 6.000,00 | 3,5% | 6.000,00 | 3,5% | |
| 8.02 Fotógrafo | 3.600,00 | 2,1% | 3.600,00 | 2,1% | 3.600,00 | 2,1% | 3.600,00 | 2,1% | 3.600,00 | 2,1% | 3.600,00 | 2,1% | |
| | | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% | 0,00 | 0,0% |
| | TOTAL DE SAÍDAS | 173.301,25 | 100,0% | 160.967,65 | 92,9% | 386.236,47 | 222,9% | 490.202,20 | 282,9% | 559.821,13 | 323,0% | 1.997.800,41 | 1152,8% |
| | SALDO FINAL | -4.429,57 | | 25.785,83 | | 51.612,33 | | 104.796,68 | | 106.104,23 | | 343.882,71 | |

Tabela 5: Fluxo de caixa em 6 anos

7.2.3. Projeção Fluxo de Caixa e DRE Pessimista

| FLUXO DE CAIXA | | | | |
|-----------------|-------|-------------------------------|------------------|---------------|
| | | | R\$ | % |
| | | Impostos: Faixa 1 | 562,91 | 4% |
| | | SALDO INICIAL | 0,00 | |
| ENTRADAS | 3.01 | Venda de Produtos e Mercadori | 14.072,64 | 100,0% |
| | 3.02 | Venda de Serviços | 0,00 | 0,0% |
| | 12.00 | Receita não Operacional | 0,00 | 0,0% |
| | 10.00 | Receita Financeira | 0,00 | 0,0% |
| | | | | 0,0% |
| | | TOTAL DE ENTRADAS | 14.072,64 | 100,0% |
| SAÍDAS | 8.02 | Água | 50,00 | 0,4% |
| | 8.02 | Aluguel | 0,00 | 0,0% |
| | 10.00 | Desp.Financeira | 0,00 | 0,0% |
| | 12.00 | Despesa não Operacional | 2.000,00 | 16,3% |
| | 8.03 | Encargos Trabalhistas | 0,00 | 0,0% |
| | 8.01 | Frete | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 | ICMS | 191,39 | 1,6% |
| | 8.02 | Internet | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 | IPI | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 | PIS/COFINS | 87,25 | 0,7% |
| | 16.00 | IRPJ | 30,96 | 0,3% |
| | 14.00 | CSLL | 19,70 | 0,2% |
| | 14.00 | CPP | 233,61 | 1,9% |
| | 8.02 | Luz | 100,00 | 0,8% |
| | 6.00 | Mat. de Embalagem | 50,00 | 0,4% |
| | 8.02 | Mat.Escritório | 50,00 | 0,4% |
| | 8.02 | Mat.Informática | 50,00 | 0,4% |
| | 6.00 | Matéria-Prima | 8.286,92 | 67,4% |
| | 8.01 | Propaganda | 350,00 | 2,8% |
| | 8.02 | Refeições | 0,00 | 0,0% |
| | 6.00 | Salário | 0,00 | 0,0% |
| | 8.02 | Contador | 500,00 | 4,1% |
| | 8.02 | Fotógrafo | 300,00 | 2,4% |
| | | | 0,0% | |
| | | TOTAL DE SAÍDAS | 12.299,83 | 100,0% |
| | | SALDO FINAL | 1.772,81 | |

Tabela 6: Fluxo de Caixa Pessimista

| DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO | | |
|----------------------------------|---|---------------|
| Conta | Descrição | R\$ |
| 3.01 | Venda de mercadorias | 14.073 |
| 3.02 | Venda de serviços | 0 |
| 3.00 | RECEITA BRUTA | 14.073 |
| 4.00 | (-) Impostos sobre Vendas | -279 |
| 5.00 | RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS | 13.794 |
| 6.00 | (-) Custo da Mercadoria Vendida | -8.337 |
| 7.00 | LUCRO BRUTO | 5.736 |
| 8.00 | (-) Despesas Operacionais | -1.400 |
| 8.01 | (+) Comerciais (com Vendas) | 350,00 |
| 8.02 | (+) Administrativas | 1.050,00 |
| 8.03 | (+) Tributárias | 0,00 |
| 9.00 | LUCRO OPERACIONAL | 4.336 |
| 10.00 | Receitas/(Despesas) Financeiras | 0 |
| 11.00 | Resultado Operacional | 4.336 |
| 12.00 | Receita/(Despesa) Não Operacional | -2.000 |
| 13.00 | Resultado Antes da CSLL | 2.336 |
| 14.00 | (-)Provisão para CSLL | -253,31 |
| 15.00 | Resultado antes do IRPJ | 2.082 |
| 16.00 | (-)Provisão para IRPJ | -30,96 |
| 17.00 | LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO | 2.051 |

Tabela 7: DRE Pessimista

7.2.4. Projeção do Fluxo de caixa e DRE Otimista

| FLUXO DE CAIXA | | | | |
|--------------------------|-------|-------------------------------|-------------------|---------------|
| | | | R\$ | % |
| Impostos: Faixa 5 | | | 20684,86 | 10,6% |
| SALDO INICIAL | | | 0,00 | |
| ENTRADAS | 3.01 | Venda de Produtos e Mercadori | 195.140,23 | 100,0% |
| | 3.02 | Venda de Serviços | 0,00 | 0,0% |
| | 12.00 | Receita não Operacional | 0,00 | 0,0% |
| | 10.00 | Receita Financeira | 0,00 | 0,0% |
| | | | | 0,0% |
| TOTAL DE ENTRADAS | | | 195.140,23 | 100,0% |
| SAÍDAS | 8.02 | Água | 50,00 | 0,0% |
| | 8.02 | Aluguel | 3.000,00 | 1,7% |
| | 10.00 | Desp. Financeira | 0,00 | 0,0% |
| | 12.00 | Despesa não Operacional | 2.000,00 | 1,2% |
| | 8.03 | Encargos Trabalhistas | 1.125,00 | 0,7% |
| | 8.01 | Frete | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 | ICMS | 6.929,43 | 4,0% |
| | 8.02 | Internet | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 | IPI | 0,00 | 0,0% |
| | 4.00 | PIS/COFINS | 3.206,15 | 1,9% |
| | 16.00 | IRPJ | 1.137,67 | 0,7% |
| | 14.00 | CSLL | 723,97 | 0,4% |
| | 14.00 | CPP | 8.894,49 | 5,2% |
| | 8.02 | Luz | 100,00 | 0,1% |
| | 6.00 | Mat. de Embalagem | 50,00 | 0,0% |
| | 8.02 | Mat. Escritório | 50,00 | 0,0% |
| | 8.02 | Mat. Informática | 50,00 | 0,0% |
| | 6.00 | Matéria-Prima | 141.666,00 | 82,3% |
| | 8.01 | Propaganda | 350,00 | 0,2% |
| | 8.02 | Benefícios (EPI+Saúde+outros) | 565,00 | 0,3% |
| | 6.00 | Salário | 1.500,00 | 0,9% |
| | 8.02 | Contador | 500,00 | 0,3% |
| | 8.02 | Fotógrafo | 300,00 | 0,2% |
| | | | 0,0% | |
| TOTAL DE SAÍDAS | | | 172.197,71 | 100,0% |
| SALDO FINAL | | | 22.942,52 | |

Tabela 8: Fluxo de Caixa Otimista

| DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO | | |
|----------------------------------|---|----------------|
| Conta | Descrição | R\$ |
| 3.01 | Venda de mercadorias | 195.140 |
| 3.02 | Venda de serviços | 0 |
| 3.00 | RECEITA BRUTA | 195.140 |
| 4.00 | (-) Impostos sobre Vendas | -10.136 |
| 5.00 | RECEITA LIQUIDA DAS VENDAS | 185.005 |
| 6.00 | (-) Custo da Mercadoria Vendida | -143.216 |
| 7.00 | LUCRO BRUTO | 51.924 |
| 8.00 | (-) Despesas Operacionais | -6.090 |
| 8.01 | (+) Comerciais (com Vendas) | 350,00 |
| 8.02 | (+) Administrativas | 4.615,00 |
| 8.03 | (+) Tributárias | 1.125,00 |
| 9.00 | LUCRO OPERACIONAL | 45.834 |
| 10.00 | Receitas/(Despesas) Financeiras | 0 |
| 11.00 | Resultado Operacional | 45.834 |
| 12.00 | Receita/(Despesa) Não Operacional | -2.000 |
| 13.00 | Resultado Antes da CSLL+CPP | 43.834 |
| 14.00 | (-)Provisão para CSLL+CPP | -9.618 |
| 15.00 | Resultado antes do IRPJ | 34.216 |
| 16.00 | (-)Provisão para IRPJ | -1.138 |
| 17.00 | LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO | 33.078 |

Tabela 9: DRE Otimista

8. Referências Bibliográficas

- <https://inspirese.klabinforyou.com.br/inspiracoes/>
- https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/25/internacional/1474819236_637978.html
<https://oglobo.globo.com/mundo/recem-nascidos-dormem-em-caixas-de-papelao-em-hospital-na-venezuela-20150259>
- <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2018/10/18/caixa-de-papelao-para-bebes-tradicao-na-finlandia-tem-eficacia-contestada.htm>
- <https://trendy.pt/2016/04/caixa-de-bebe-finlandesa-espalha-se-pelo-mundo/>
- mercadolive
- <http://www.provoparestadual.org.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=38>
- <http://www.altoparaíso.ro.gov.br/noticia/administracao-e-planejamento/entrega-de-kits-maternidade/alto-paraiso/>
- http://www.tenenteportela.rs.gov.br/noticias/cras_realiza_entrega_de_kit_maternidade_a_grupo_de_gestantes
- <https://ibaiti.pr.gov.br/primeira-dama-entrega-kit-maternidade-para-gestantes-em-ibaiti/>
- <http://www.saomateusdosul.pr.gov.br/noticias/kits-maternidade-sao-entregues-para-gestantes-de-sao-mateus-do-sul/>
- <https://www.presidentekennedy.es.gov.br/noticia/ler/1354/-cras-entrega-kits-maternidade-as-gestantes>
- <http://sosmamaebebe.blogspot.com/2012/03/cuidados-na-escolha-do-kit-berco.html>
- <http://www.kitberco.com.br/kit-berco/kit-berco-de-algodao/>
- <http://www.jequie.ba.gov.br/noticias/prefeitura-de-jequie-entrega-kit-natalidade-para-gestantes-assistidas-pelo-cras/>
- <http://cidadeembudasartes.sp.gov.br/embu/portal/noticia/ver/11043>
- <https://www.patosonline.com/noticia/gerais/52165/prefeitura-de-patos-faz-entrega-de-kits-de-enxovais-para-gestantes>
- <https://tendencias.mercadolivre.com.br/1384-bebes>

- <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/segmento-de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010aRCRD>
- <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-artigos-para-bebes,e4d87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD?origem=tema&codTema=2>
- www.lojacolibri.com.br
- https://www.graodegente.com.br/naninha-bebe/unisex-1/_desde_22