



A CONCEPÇÃO DA MOMMY'S BORN

Adaptado por Adriano Leal Bruni (albruni@minhasaulas.com.br) a partir de trabalho acadêmico originalmente apresentado pelos discentes Ana Manoela Baqueiro e Lucas Torres em 2022.1.

Versão de 03/08/2022 14:00.

APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

A *Mommy's Born* representa uma concepção de loja voltada para atender a duas pessoas que estão prestes a ou acabaram de nascer: a mãe e seu bebê. Nesse momento tão especial, a marca entende o papel relevante do acolhimento que deve trazer para suas clientes e demonstra esse carinho na construção de cada ideia, proposta de produto e na comunicação com seu público. A loja funcionaria por meio de um *e-commerce*, além de contar com uma sala administrativa onde podem ser recebidos os clientes que desejem conhecer os produtos, podendo, assim, serem adquiridos pessoalmente. O espaço ficaria em um condomínio empresarial na Avenida Tancredo Neves, em Salvador, Bahia.

A marca, reproduzida na Figura 1, comercializará produtos utilitários para bebês e para sua família, baseando-se na máxima que informação é o item mais importante de um enxoval. Por isso, configura-se como a maior vantagem competitiva do negócio a venda de kits construídos com base em consultorias especializadas e que apresentam valores promocionais para a aquisição feita no combo, oferecendo a oportunidade do cliente acessar produtos que efetivamente tem um uso indispensável, com qualidade premium e a um custo menor que o da concorrência. Além disso, a marca terá como vantagem frente aos concorrentes o envolvimento de mães em todas as cadeias de produção, trazendo o cuidado que só uma mãe entende aos consumidores, elevando a percepção de valor nos atendimentos e produtos da *Mommy's Born*.



Figura 1. Logo da Mommy's Born.

A ideia de criar o negócio surgiu após a sua fundadora, Ana Manoela, passar por dificuldades para entender o enxoval que precisava comprar para receber seu bebê adequadamente e gerenciar o orçamento dedicado para adquirir estes itens. Ao visitar as lojas especializadas na sua cidade, Salvador - Ba, ela percebeu que a abordagem dos vendedores priorizava o enfoque comercial (informações sobre preço, marca), sem oferecer informações adequadas sobre os produtos oferecidos, evidência da necessidade real e/ou do potencial facilitador deles para a rotina do bebê. Estas lojas apresentavam uma diversidade imensa de produtos que ela sequer conhecia a função, o que gerava duas angústias: a preocupação pelo estouro no teto de orçamento estabelecido e a sensação de que ela seria uma péssima mãe pois logo mais haveria um bebê dependente dela e ela sequer conhecia as ferramentas para cuidar adequadamente dele. Assim, Ana Manoela voltou para casa determinada a buscar informações por conta própria e comprar seu enxoval pela internet. Para sua surpresa, encontrou muitas mães relatando a compra de enxovais enormes, muito caros, com itens que jamais foram utilizados. Estudando esses relatos de diversas fontes, ela chegou a uma lista de enxoval enxuto, considerando o que era absolutamente fundamental para ser adquirido, de acordo com seus princípios individuais para seu maternar. Em paralelo, ela fez uma lista dos itens não essenciais que ela gostaria de adquirir, por ordem de prioridade. E assim ela montou o enxoval de sua filha.

Com sua filha nascida, as demandas e dúvidas só aumentaram. Aos três meses, já somavam quatro medicamentos fitoterápicos requisitados pelo pediatra, que eram importados e sempre estavam indisponíveis em farmácia. Ela só conseguiu encontrar em grupos de mães do WhatsApp. Aos seis meses, com a introdução alimentar, surge a necessidade de comprar recipientes adequados para transportar e acondicionar

alimentos naturais e frescos. Ao final do primeiro ano de sua filha, poucos itens adquiridos durante o período não tinham sido utilizados.

Com a ocorrência de amigas grávidas, Ana Manoela compartilhou suas listas. Elas, unidas às informações absorvidas neste período, foram faróis para o círculo que a buscava para pedir ajuda. Assim, a inquietação causada pela sua dificuldade e das suas amigas unida ao incômodo gerado pela percepção da romantização da maternidade, amplamente utilizada pelo sistema em que vivemos para explorar uma mãe que tem o horizonte de gastos intensos pelas próximas décadas, faz Ana Manoela gestar e parir novamente: dessa vez, seu próprio negócio. Missão, visão e valores do negócio podem ser vistos no Quadro 1.

MISSÃO: Facilitar a trajetória da mulher mãe através da centralização de informações, orientações qualificadas e produtos de alto padrão que atendam à demanda da maternidade real.

VISÃO: Ser porto seguro e fonte abundante de informações e soluções para mães.

VALORES: cuidado, entusiasmo; transparência; responsabilidade social; democratização de informações.

Quadro 1. Missão, visão e valores da Mommy's Born.

A *Mommy's Born* nasce como uma loja que busca promover a experiência de consultoria de maternidade real. O empreendimento terá uma participação ativa na vida da mamãe considerando as diversas fases do bebê, trazendo não só os produtos de alta qualidade, produzidos prioritariamente por outras mulheres mães, mas também sendo uma das principais referências de conteúdo para o público de mães e tentantes.

PRODUTOS E SERVIÇOS COMERCIALIZADOS

A marca *Mommy's Born* comercializa kits de enxoval com diferentes objetivos, quantidades de peças e faixas de valores, e confere a possibilidade de personalização dos itens com iniciais, desenhos e nome do bebê. A fim de enriquecer a experiência da cliente e transformar a maternidade em uma missão menos tortuosa, os kits elaborados

sempre possuem conteúdos de instrução, em diversos formatos, ligados ao objetivo daqueles itens. Também é um compromisso da marca o compartilhamento de conteúdos relevantes e baseados em evidência para as famílias pelo Instagram, demonstrado abaixo na Figura 2, a fim de alcançar um público mais extenso.

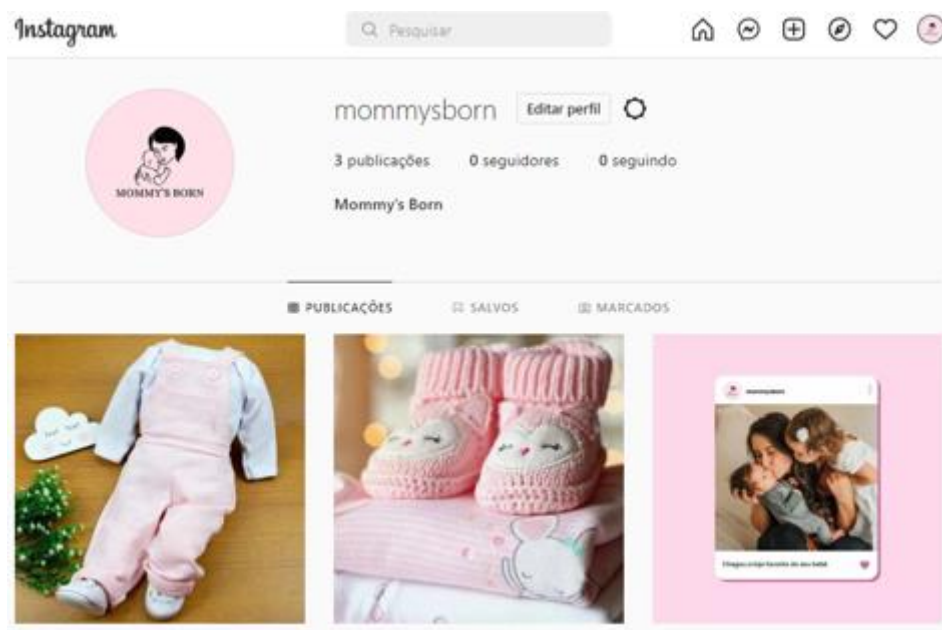


Figura 2. Feed do Instagram da loja Mommy's Born.

As lojas especializadas em itens para bebês comercializam produtos de maneira avulsa ou em combos conectados exclusivamente por uma linguagem de design, além de atenderem a produtos direcionados para a primeira infância de modo geral. A *Mommy's Born*, em sua missão de comercializar não apenas produtos, mas também a informação. Por isso, a loja focou especialmente na venda em kits, pois esta modalidade permite combinar as ferramentas necessárias para cada fase do bebê, além de atrelar necessariamente a informação qualificada sobre cada tema da infância.

KIT TÁ CHEGANDO. Feito para atender à demanda da estadia na maternidade. É composto pelo conjunto de malas personalizadas, conjunto de necessaires, saída de maternidade do bebê, três camisolas de amamentação, decoração luxo de porta com o nome do bebê, livro "O Ano de Ouro" e modelo de documento de Plano de Parto.

KIT JÁ CHEGOU. Composto pelos itens que já devem estar à postos quando o bebê sai da maternidade e chega em casa. Ele contém um kit berço personalizado, vinte fraldas de pano, três toalhas de banho personalizadas, eBook sobre principais cuidados com RN e as etapas do primeiro ano do bebê.

KIT HIGIENE. Elaborado para garantir a correta higiene do bebê, considerando as evidências mais recentes da ciência sobre as condutas que devem ser tomadas. Ele é

composto por banheira, dez fraldas ecológicas, 40 absorventes ecológicos, eBook sobre as práticas de Higiene Natural.

KIT LIVRE DEMANDA. Composto com o objetivo de dar suporte a um dos aspectos mais delicados e que podem apresentar dificuldades e frustrações para uma mãe, que é a amamentação. Para oferecer conforto e suporte técnico e emocional, o kit é composto por três sutiãs amamentação, uma bomba de leite elétrica, dez recipientes para congelamento, uma almofada amamentação, vale consultoria de aleitamento.

KIT SEGURANÇA. Feito com o objetivo de orientar sobre as práticas seguras de um bebê e oferecer ferramentas para dar toda assistência necessária. Composto por babá eletrônica, cercado para cama, cadeirinha de carro, treinamento de manobras fundamentais e práticas de segurança para bebês.

KIT DOS SONHOS. Entendido como muito especial, é desdobrado do tema que se configura como uma das maiores reclamações das mães recentes, que é a privação do sono. Os produtos são frutos do treinamento de Sono e Rotina, e serão utilizados para contribuir na estruturação da rotina do bebê e do seu sono, garantindo uma previsibilidade mínima para que a família consiga organizar seu dia-a-dia. O kit é composto por ninho, luminária com iluminação dimerizável e de alta temperatura, playlist de ruído branco, treinamento de Sono e Rotina para o primeiro ano do bebê.

KIT ALÍVIO NATUREBA. Feito para bebês a partir de 3 meses. Neste período, começam as cólicas e incômodos que atrapalham até mesmo uma rotina bem estabelecida. Os pediatras passaram a receitar fitoterápicos específicos e métodos naturais para minimizar estes incômodos no bebê, ampliando largamente a demanda por estes produtos. Entretanto, estes medicamentos não são encontrados em farmácia comum, pois são importados. O kit, então, será conformado por quatro medicamentos fitoterápicos importados, dois óleos essenciais, videoaulas de orientação para uso de fitoterápicos, óleos e terapias manuais para aliviar desconfortos dos bebês.

KIT IA. A introdução alimentar deve ocorrer a partir dos 6 meses do bebê. É uma fase de muitas novidades e que demanda paciência, cuidado e muita informação por parte da família, pois o bebê vai ser apresentado a um novo mundo de sabores e texturas, mas também de possibilidades de alergias e afins. Considerando uma rotina de parte da alimentação fresca e uma parte refrigerada, o kit é composto por quinze caixas BPA free, duas garrafas térmicas, quatro recipientes térmicos, Manual de introdução alimentar.

Quadro 2. Kits planejados pela Mommy's Born.

Os kits, destacados no Quadro 2, se estruturam sobre os temas ou sobre os momentos específicos que demandam ferramentas para viabilizar ou facilitar a rotina da mãe com o bebê. Eles foram elaborados por um processo de consultoria direcionada para cada fase do bebê, considerando as necessidades reais de um recém-nascido e da mãe. Este aspecto também é um destaque da marca, pois muitas mães, especialmente aquelas de primeira viagem, afligem-se com a quantificação de itens de uso corriqueiro,

como fraldas ecológicas (para aquelas que optam por este método), fraldas de pano, kits de berço etc. A quantificação de itens é baseada também em pesquisas feitas pela empreendedora com mães, creches e profissionais da área infantil. Apesar do trabalho direcionado para a venda em combo, também será possibilitado para as famílias comprarem os itens maneira individualizada.

ESTRUTURA DO NEGÓCIO

A loja *Mommy's Born* é concebida como um *e-commerce*, pois a modalidade permite o alcance de um público extenso, abrangendo todo país. A escolha se dá devido ao custo estrutural reduzido, focado em direcionar o investimento inicial em capital intelectual para produção dos conteúdos exclusivos da marca. Ainda assim, a marca conta com uma sala comercial para centralizar as atividades administrativas. Entendendo que o público-alvo do negócio está vivendo um momento especial e que demanda um cuidado próximo, personalizado e humanizado, a sala administrativa terá estrutura para, por agendamento, receber os clientes que desejem ter contato para conhecer o produto pessoalmente.

Pela natureza dos produtos a serem comercializados, a empresa precisará se estruturar em duas frentes principais: a produção de itens de marca própria e aquisição de itens nacionais e importados. Os itens da marca própria serão as peças têxteis e malas, para a qual serão estruturadas parcerias fixas com costureiras, bordadeiras e pequenas produtoras de bolsas para a fabricação dos itens. Estas parcerias serão feitas prioritariamente com mulheres mães, a fim de promover a transformação na realidade feminina e incentivar o empreendedorismo materno.

O formato de venda em combo é um mecanismo de tornar a aquisição uma experiência completa pelo viés informativo e pelo condicionamento das ferramentas ao seu uso real, sem excessos de itens de baixa utilidade. Considerando o propósito da empresa, este modelo é a aposta que a *Mommy's Born* faz para converter um *lead* (seguidor) em cliente, e fidelizando pelo trabalho nas redes sociais. Entretanto, também será possível adquirir produtos de maneira avulsa, a valores maiores do que o unitário dentro do kit, possibilitando que as pessoas experimentem os produtos antes de promoverem maiores investimentos em kits.

Os kits que serão compostos por mercadorias industrializadas poderão ser nacionais ou importados. Os produtos importados serão a bomba de leite, babá eletrônica, luminária para sono e sonecas, fitoterápicos e todos os itens do kit IA. Isto se dá porque estes produtos são encontrados com diversidade de marcas, variedade de preços e alta qualidade em países como Estados Unidos e Canadá, sendo a produção de eletrônicos concentrada na China e dos fitoterápicos nos EUA. Da mesma forma que os produtos personalizados, a importação acontecerá sob demanda (considerando a existência de um estoque mínimo por item) através de parceria com uma pequena empresa local de importação e distribuição.

Os produtos a serem importados demandarão prazos prolongados. Entretanto, este aspecto não reflete em problemas tão evidentes, pois a tendência é que a família inicie a busca pelo enxoval quando descobre o sexo do bebê, ou seja, por volta das dezesseis semanas de gestação. No site e nas mídias sociais, haverá orientação explícita deste ser o momento ideal para iniciar as aquisições com a *Mommy's Born*. Desde o primeiro kit, a mãe será incluída no newsletter de conteúdos sobre gravidez, maternidade e criação de bebês, sendo esta lista baseada no tempo de gestação de cada cliente.

Os itens que independem de personalização e são importados, como os materiais do kit Alívio Natureba e do kit IA, deverão ser adquiridos e mantidos em estoque mínimo, pois estes, em geral, são adquiridos em torno dos três e seis meses do bebê, respectivamente. A *Mommy's Born* deve manter-se atenta às demandas de fitoterápicos e materiais para terapias naturais de alívio para bebê, com objetivo de manter estes dois kits sempre atualizados e alinhados com as técnicas em desenvolvimento e produtos novos no mercado.

ESTUDO DOS CONCORRENTES

As lojas concorrentes são aquelas especializadas em bebês e crianças, que vendem uma diversidade de produtos que vai da fralda descartável, perpassa pelos brinquedos e chegam aos móveis. Movidos pelo compromisso com a venda apenas dos objetos sem nenhuma aplicação de urgência ou de criticidade no uso de cada item, a percepção geral por parte das mães é sobre a aquisição de itens do enxoval em excesso ou de um volume grande de itens sem uso.

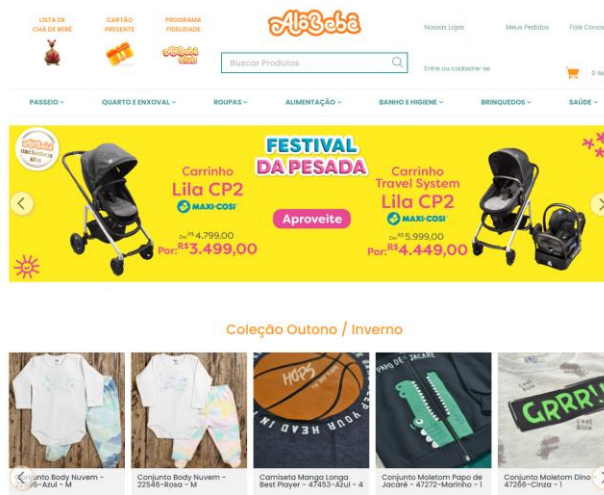


Figura 3. Imagem dos e-commerce do concorrente AlôBebe (www.alobebe.com.br).

Tanto a concorrente AlôBebê (Figura 3) quanto a Casa do Bebê (Figura 4), não possuem anúncios e produtos focados na experiência do consumidor. As lojas possuem um apelo na grande variedade de itens disponíveis, marcas e diversidade de preços.

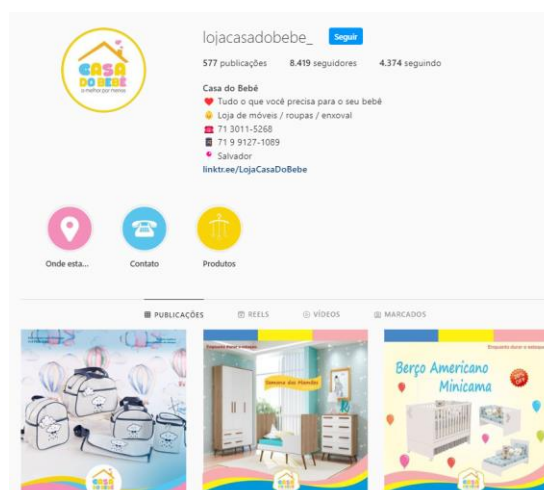


Figura 4. Imagem dos e-commerce do concorrente Casa do Bebê (www.instagram.com/lojasadobebe).

Apesar de demonstrarem com clareza as informações técnicas de cada produto, as concorrentes não estabelecem um critério de necessidade para os itens. Também não trazem informação sobre quantidade necessária dos itens para um bebê, que é uma dúvida central sobre muitos dos itens a serem adquiridos e que acaba gerando gastos desnecessários para a família.

As redes sociais das lojas também se atêm à propaganda comercial dos itens disponíveis, não assumindo responsabilidade no processo de estudo e informação da família que se amplia.

Proposta da Mommy's Born envolve a produção e comercialização de produtos de alta qualidade, ofertados após um crivo realizado por mães. Atendimento High Touch no atendimento físico e Medium Touch no online para manter a proximidade com a cliente em qualquer ambiente. A partir dessa proposta, pode-se construir o Quadro 3.

Proposta da concorrente		Pontos de diferenciação da Mommy's Born
AlôBebê	Oferta de produtos com grande volume de vendas e foco na logística.	Pré-avaliação dos produtos, o que garante uma maior qualidade se comparado ao concorrente. Logística será tão boa quanto concorrente porque será contratada uma terceirizada com atuação profissional e larga escala.
Casa do Bebê	Oferta de produtos com grande volume de vendas e foco no online.	Maior proximidade com as clientes, tanto online quanto no físico. Também é uma vantagem a pré-avaliação dos produtos para se encaixarem do perfil de "alta qualidade".
Bebê Feliz	Oferta de produtos premium e foco no atendimento pessoal.	Atuação maior no online, podendo trazer ofertas de produtos premium com um preço mais competitivo. Também a consultoria para sugerir soluções de acordo com cada cliente.

Quadro 3. Análise comparativa em relação às concorrentes. Fonte: Autores.

Ao avaliar a loja Bebê Feliz, identifica-se que ela seria a maior concorrente da Mommy's Born no sentido de qualidade de produtos e proximidade com cliente. Mas ficamos em vantagem quando a proximidade é realizada pelo virtual e a consultoria pela sala física, trazendo uma relação próxima com as clientes e escalabilidade para o negócio.

Pode-se contestar então que, embora existam empresas com participação significativa no mercado online e local, a Mommy's Born possui como diferencial o atendimento mais personalizado e entendimento da necessidade de cada consumidora, trazendo um aspecto mais humano para o negócio sem perder a sua potencialidade de

vendas, buscando manter um negócio robusto e reconhecido no mercado como referência do nicho.

CONTEXTO E MERCADO

A *Mommy's Born*, como o nome sugere e a missão e visão refletem, tem o foco na mãe, ainda que a maior parte dos produtos sejam para os bebês. Isto acontece porque a mãe embarca, desde o momento da descoberta da gestação, em um mundo desconhecido e com uma carga grande de novas informações. Paralelas a esta percepção, as estatísticas demonstram que no Brasil há um movimento de adiamento da gravidez pelas mulheres, pois estas buscam primeiramente a estabilidade profissional e financeira antes de engravidarem. Também é possível identificar o amadurecimento do processo de adoção, barriga de aluguel e fertilização para famílias compostas por casais homoafetivos e mães de produção independente.

Estas três vertentes de informações delineiam um cenário positivo para o nascimento da *Mommy's Born*: apesar do foco na figura da mãe, hoje há uma diversidade de pessoas que podem cumprir este papel com demandas muito semelhantes, e a tendência é que encontremos um mercado com mães e responsáveis com melhores condições financeiras para acessar produtos e serviços qualificados.

Ainda, é sabido que o contexto sociopolítico do Brasil no atual momento encontra-se instável. Por isso, a *Mommy's Born* reforça seu compromisso com a qualidade nos produtos que vende e no serviço de adequação à realidade de cada indivíduo que busca os serviços da loja neste momento da vida tão ímpar.

Por ser *online*, a loja poderá atender a qualquer localidade do país, especialmente por ser um produto a ser encomendado com alguma antecedência.

DIMENSÃO E LOCALIZAÇÃO

A *Mommy's Born* terá seu posicionamento fundamentalmente digital, mas com um ponto de conexão física com o cliente funcionando numa sala para consultorias agendadas pelos clientes. Para viabilidade deste modelo de comercialização, haverá a necessidade de um estoque físico para centralização dos produtos importados e

daqueles em espera para serem despachados quando todos os produtos do kit forem reunidos. Para os itens individuais, a logística é simplificada, bastando haver em estoque para ser possível despachá-lo. Pensando na estratégia de escoamento e menor custo, será contratado um serviço de estoque compartilhado em Salvador, onde a gestão do estoque será terceirizada e terá os custos divididos entre os contratantes do espaço.

Para o funcionamento da sala comercial, onde acontecerá a consultoria e local de trabalho, será alugado um espaço no Edifício CEO de 30,44m² no Caminho das Árvores, numa localização privilegiada no centro financeiro da cidade, como visto na Figura 5.



Figura 5. Sala para uso administrativo antes da adaptação.

A sala passará por uma reforma de readequação do espaço com projeto arquitetônico realizado pela fundadora, que também é arquiteta. Serão construídos divisórias, recepção, espaço para a consultoria e adaptação do local para quatro pessoas trabalharem em suas estações.

Por já estar num prédio bem estruturado, não será necessário gastos com hidráulica e refrigeração, já que o que o espaço possui está adequado. Os maiores gastos virão da aquisição e montagem de bens, como móveis e equipamentos de escritórios, descritos na sessão de avaliação financeira na parte de ativos.

LIVRO EM QUE O USO DO CASO É SUGERIDO

BRUNI, A. L. **Administração financeira de empresas no Brasil**. Texto em elaboração.

PROBLEMATIZAÇÕES POSSÍVEIS

Caso você esteja matriculado em alguma das turmas do Prof. Adriano Leal Bruni, apresente suas respostas no formulário disponível em <<https://forms.gle/Fg8x47p3GAUGzZEw5>> antes da aula em que este caso será usado (consulte o planejamento da disciplina). A apresentação dessas respostas pode ser usada para repor notas de atividades de sala de aula (caso a disciplina cursada por você registre notas em atividades de sala de aula). Se lembre que um caso pode conter diferentes problematizações, com códigos apresentados entre colchetes no início de cada conjunto de perguntas. Responda à problematização proposta para a sua aula!

[MOMMYS_FIN_FCL] AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Fluxo de caixa do projeto.

Responda o que se pede.

[1] Em que consiste o negócio da *Mommy's Born*?

[2] Quais os diferenciais (ou vantagens comparativas) da *Mommy's Born*?

[3] O que poderia ser revisto ou melhorado nos planos da *Mommy's Born*?