

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ISABELA IAMONDI DE ANDRADE
KAROLINE STEPHANIE SANTOS DA SILVA
GABRIELA VERNIER LOUREIRO MAIA
DANIEL F S CUNHA

**PLANO DE NEGÓCIOS para internacionalização do suplemento
vitamínico Lavitan (Cimed) - Angola**

SÃO PAULO
2023

**ISABELA IAMONDI DE ANDRADE
KAROLINE STEPHANIE SANTOS DA SILVA
GABRIELA VERNIER LOUREIRO MAIA
DANIEL F S CUNHA**

**PLANO DE NEGÓCIOS para internacionalização do suplemento
vitamínico Lavitan (Cimed) - Angola**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a
Universidade Anhembi Morumbi – UAM, como
requisito para conclusão do curso de Relações
Internacionais.

Orientador: Profa. Elcineia S. de Castro
Coorientador: Prof. Henrique Campos de Oliveira

Orientador: Prof. _____

Co-orientador: Prof. _____

**SÃO PAULO
2023**

SUMÁRIO

1.	Sumário Executivo.....	5
2.	Descrição da Empresa.....	6
3.	Produtos e Serviços.....	7
4.	Análise de Mercado e Competidores.....	9
4.1.	Características Gerais do Mercado Consumidor e Desafios do Setor...	9
4.2.	Concorrentes e sua Participação no Mercado.....	13
5.	Marketing e Vendas.....	14
5.1.	Design do Produto Lavitan.....	15
5.2.	Presença Online e Site Oficial.....	16
5.3.	Redes Sociais.....	16
5.4.	Comerciais de Televisão.....	17
5.5.	Publicidade Online.....	18
5.6.	Monitoramento e Análise.....	18
5.7.	Estilo de vendas.....	18
5.8.	Marketing de local.....	19
6.	Análise Estratégica.....	19
6.1.	Oportunidades.....	19
6.2.	Objetivos.....	20
6.3.	Fraquezas e ameaças.....	20
6.4.	Estratégias.....	21
6.5.	Estratégias de concorrência.....	21
7.	Plano Financeiro.....	22
7.1.	Governance.....	22
7.2.	Gestão de documentação, registro e licenciamento.....	22
7.3.	Parcerias e acordos comerciais.....	24
7.4.	Relacionamento com clientes.....	24
7.5.	Canais de distribuição.....	25
7.6.	Cooperação com agentes aduaneiros	25
7.7.	Infraestrutura e logística.....	26
7.8.	Seguro de carga.....	26

7.9.	Recursos chave.....	27
7.10.	Atividades chave.....	27
7.11.	Estrutura de custos.....	28
7.12.	Fluxo de receitas.....	29
8.	Conclusões e Recomendações Finais.....	30
9.	Anexos.....	31
9.1.	Produtos e serviços.....	31
9.2.	Marketing e vendas.....	31
9.2.1.	Design do produto Lavitan.....	31
9.2.2.	Site oficial.....	32
9.2.3.	Redes sociais.....	34
9.2.4.	Comerciais de televisão.....	35
9.2.5.	Estilo de vendas	35
9.2.6.	Marketing local.....	36
10.	Bibliografia.....	39

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

É histórico os registros do uso de ervas para curar doenças e feridas em humanos e animais, com o advento da globalização e a constante busca de enganar a morte, a ciência química sofreu diversos avanços e após as grandes guerras, a indústria farmacêutica foi obrigada a surgir. A grande revolução fármaco ocorreu em 1877 com a patente dos comprimidos, após esse marco diversas substâncias essenciais para doenças rotineiras já estavam disponíveis nas prateleiras das farmácias, atualmente temos contato com essas substâncias ao sair da maternidade com as primeiras vacinas, a partir dos estudos podemos dizer que ganhamos 20 anos de expectativa de vida por conta dos tratamentos disponíveis para doenças crônicas e infecciosas, sendo assim, o setor farmacêutico é um dos mais rentáveis em escala global (OLIVEIRA et al, 2006).

No Brasil, o processo industrial farmacêutico foi moroso, mas com o auxílio do Estado conseguimos estabelecer um local de significância no mercado, na década de 90 surgiram os genéricos e as fábricas com mão de obra para produção desses medicamentos de baixo custo, com a regulamentação da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e a implementação desses medicamentos no SUS (Sistema Único de Saúde), a população mais carente passou a ter acesso a medicamentos que antes eram inacessíveis (CRISTIANE et al, 2007).

Os principais desafios do século XXI são o ideal de beleza, a manutenção de uma imunidade alta e a ingestão adequada de vitaminas para o funcionamento do corpo. O uso de suplementos vitamínicos vem sendo uma alternativa muito procurada pela população para sanar essa dor. Um levantamento realizado pela ABIAD¹ (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres) no primeiro trimestre de 2020, aponta que 48% dos brasileiros já tinham o hábito de consumir suplementos alimentares, e esse número aumentou em 5% após a pandemia causada pela COVID-19. No Brasil, a venda de suplementos vitamínicos girou em torno de R\$ 3 bilhões, números que se tornam pequenos perto da projeção de crescimento desse setor realizado pela FMI (*Future Market Insights*), estimando

¹ ABIAD. Pesquisa de Mercado - Suplementos Alimentares, 2021. Disponível em: <<https://abiad.org.br/pesquisa-de-mercado-suplementos-alimentares/>>. Acesso em 30/10/2023.

que o mercado mundial de suplementos pode atingir a marca de US\$ 252 bilhões em 2025.

A CIMED, é uma empresa referência em tecnologia, qualidade e valor competitivo dentro da indústria farmacêutica brasileira, um de seus produtos de maior destaque é o suplemento vitamínico Lavitan, que possui uma linha, com aproximadamente 80 produtos no portfólio de vitaminas que atende as mais diversas necessidades, como cabelos e unhas, infantil e pré-natal. É também responsável pelo aumento de 80,2% nos lucros da empresa, após a campanha Lavitan Saúde em Dobro, realizada em julho e veiculada em rede nacional no Programa Domingão com Huck, da emissora Globo². A organização, tem uma grande oportunidade de negócio com a exportação do Lavitan para Angola.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Cimed, razão social CIMED INDÚSTRIA DE MEDICAMENTOS LTDA e CNPJ: 02.814.497/0002-98, era uma empresa familiar, fundada em 1977 por João de Castro Marques e comandada por ele. Atualmente, João Adibe Marques (presidente) e Karla Marques Felmanas (vice-presidente), filhos do fundador, dividem a administração da empresa, que hoje é uma das maiores indústrias farmacêuticas do Brasil, com uma das mais completas e modernas estruturas fabris.

A empresa comercializa produtos como medicamentos OTC, genéricos, vitaminas, suplementos, produtos de higiene e beleza. Possui uma cadeia verticalizada e um modelo de negócios único, com o objetivo de garantir capilaridade e acessibilidade aos seus produtos de alta qualidade. De acordo com a Cimed, seu propósito é “proporcionar saúde e bem-estar para todos os brasileiros, rompendo os paradigmas do mercado e investindo em inovação constante, já acumulamos um portfólio de mais de 600 produtos e uma distribuição nacional para 98% das farmácias no Brasil. Além disso, somos líderes em todos os setores em que atuamos.”

² FONTES, Stella. Promoção Genéricos CIMED. Valor - São Paulo, 2023. Disponível em: <<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/05/13/para-promover-genericos-cimed-aposta-em-pague-um-leve-dois-no-dia-20.ghtml>>. Acesso em 30/10/2023.

Localizado no Brasil, seu complexo fabril é em Pouso Alegre (MG), o centro de distribuição central e a gráfica em São Sebastião da Bela Vista (MG), além de outros 26 centros de distribuição espalhados pelo país. A sede administrativa está localizada em São Paulo. “Recentemente, inauguramos uma nova unidade fabril, também localizada em Pouso Alegre, que vai dobrar nossa capacidade de produção até 2025.” Segundo o Relatório de Sustentabilidade da Cimed, Ano 2020 e Desafios 2021, o Grupo Cimed mantém a certificação internacional ISO 14001/2004, que atesta a adequação do seu sistema de gerenciamento de impactos e seu compromisso com a proteção ambiental, segundo a fonte Cimed sustentabilidade.

O faturamento da farmacêutica no ano de 2022, segundo a Saúde Digital News: “A empresa fechou o ano com receita líquida de R\$1,9 bilhão, o que representa um aumento de 22,5% em relação ao ano anterior. O resultado está 7% acima do guidance da empresa e representa o dobro do crescimento do mercado em faturamento junto ao consumidor em 2022, segundo auditoria elaborada e divulgada pelo IQVIA.”, que é líder global no uso de informação, tecnologia, análises avançadas e expertise humana na área da saúde

De acordo com o ICTQ (Instituto de Ciência, Tecnologia e Qualidade), existem empresas que optam pela fabricação integral de seus produtos desde a manipulação das matérias primas até os recipientes, visando a agilidade na produção para garantir o fornecimento aos clientes. E esse é o caso da Cimed, que não repassa a terceiros nem a fabricação das embalagens. “Menos de 1% das atividades do laboratório é terceirizado, todo o restante é feito internamente”, afirma Gerson de Sousa, diretor comercial da empresa. Até as embalagens são feitas internamente.

3. PRODUTOS E SERVIÇOS

SUPLEMENTO VITAMÍNICO LAVITAN - O Lavitan é um complexo multivitamínico que busca auxiliar na suplementação direta de algumas substâncias essenciais para o funcionamento do corpo como cálcio, cobre, cromo, ferro, fósforo, iodo, magnésio, potássio, vitaminas do complexo B, vitamina E, vitamina K, zinco e muito mais.

Ainda, em sua lista de ingredientes é possível encontrar açaí, colágeno, ômega 3, linhaça, glutamina e creatina. Criado pela empresa farmacêutica CIMED, com fórmulas pensadas para todas as fases da vida, o suplemento logo se tornou um concorrente direto de *Centrum*, um complexo multivitamínico fabricado por indústria estrangeira³. Diante de um cenário em que o Brasil lidera o consumo de suplementos na América Latina, é importante ressaltar a importância que Lavitan tem nesse marco, por conseguir oferecer ingredientes de qualidade com preço inferior ao de seu maior concorrente.

<u>SUPLEMENTO VITAMÍNICO</u>	<u>PREÇO</u>
Lavitan (de A-Z) Cimed	R\$21,89
Centrum (de A-Zinco) GSK	R\$129,90
Centrotabs (A-Z) Neoquímica	R\$19,90
Vigora Plus (A-Z) Prati	R\$26,99

Fonte: Site Buscapé. <https://www.buscape.com.br>: Acesso em:16/11/2023.

O consumidor pode economizar, no mínimo, 25% na compra de Lavitan, comparado ao preço do principal concorrente. Esta estratégia levou a marca a crescer 16% enquanto a categoria cresceu 2,2%. Dentro de um ano, a marca passou de 80 milhões em faturamento para 128,5 milhões.⁴

Este desempenho evidencia a colaboração do Grupo Cimed no crescimento da categoria de vitaminas e suplementos no Brasil, que agora conta com o marco regulatório de suplementos alimentares determinado pela Anvisa, com regras e normas únicas para comercialização de produtos, deixando de ser apenas uma subcategoria. Segundo a resolução, que tem como objetivos principais regulamentar

³ Apenas duas fábricas da Haleon no mundo produzem o Centrum: a de Jacarepaguá e a do Canadá. A Haleon surgiu de uma cisão do braço de produtos de consumo para a saúde da GSK. Tornou-se uma empresa independente em 2022 e adquiriu as instalações de Jacarepaguá.

⁴ ASCOFERJ - Associação do Comércio Farmacêutico do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://ascoferj.com.br/noticias/lavitan-lidera-mercado-de-vitaminas-no-brasil/#:~:text=O%20consumidor%20pode%20economizar%20no>>. Acesso em: 16 de nov. 2023.

os suplementos alimentares e contribuir para o acesso da população à suplementos seguros e de qualidade, reduzir a divergência de informações existente nesse mercado, facilitar o controle sanitário e a gestão de riscos dessa categoria de produtos, eliminar obstáculos desnecessários à comercialização e inovação e por fim simplificar o estoque regulatório vigente. A nova resolução também prevê que cerca de 380 nutrientes e substâncias serão autorizadas para uso em suplementos.

4. ANÁLISE DE MERCADO E COMPETIDORES

4.1 Características gerais do mercado consumidor e desafios do setor

O mercado consumidor de produtos farmacêuticos na Angola é influenciado por uma série de fatores que determinam suas principais características. Além da já mencionada crescente população, há no país uma preocupante prevalência de doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), como diabetes e hipertensão. (World Health Organization, 2018). O tema é ainda mais grave por conta da constatação de que 41 milhões de mortes acontecem em decorrência dessas enfermidades, correspondendo a 71% de todas as mortes no mundo. Considerando que 15 destes 41 milhões são mortes prematuras (30 a 69 anos) e que 22% deste grupo está em países africanos, o assunto ganha extrema urgência e relevância (CARVALHO, 2023).

Outro tema relevante são os desafios relacionados à infraestrutura. Há uma lei de 2009 que proíbe a comercialização de remédios em locais irregulares. Esta medida visa endereçar uma questão comum e preocupante da Angola: a compra e venda de medicamentos nas ruas, sem regulação ou fiscalização (XAVIER, 2022). Esta é uma prática que, além dos riscos à saúde da população, traz desafios para a indústria do setor. O mercado clandestino consegue comercializar medicamentos com uma redução de até 825% nos preços. Isso é possível porque o esquema envolve não apenas vendedores ilegais e donos de farmácias, mas também gerentes de depósitos de medicamentos, que vendem remédios aos comerciantes ilegais mesmo

que estes não tenham licença médica, na intenção de obter maior rapidez nas vendas. (XAVIER, 2022).

A venda ilegal de medicamentos em mercados foi substituída por vendedores que abordam diretamente as pessoas em bairros e até mesmo junto a farmácias. Contudo, essa prática é perigosa por diversas razões. Os medicamentos vendidos dessa maneira podem estar danificados devido à exposição ao calor e à luz, condições inadequadas para sua conservação. Além disso, a validade desses medicamentos é incerta, pois as pessoas muitas vezes não verificam a data de validade. Comprar medicamentos na rua aumenta o risco de adquirir produtos falsificados, que podem não apenas ser ineficazes, mas também prejudiciais devido à presença de substâncias nocivas. A importância de orientação profissional, como a de médicos e farmacêuticos, é destacada, pois somente eles podem indicar o medicamento adequado para uma pessoa ou condição específica, considerando as diferenças individuais e garantindo a segurança do tratamento (SILVA, M., 2017)

Combater o comércio irregular de medicamentos na Angola envolve uma abordagem abrangente que se endereça às diversas faces do problema. O reforço da fiscalização e a aplicação de leis, passando por um aumento da presença policial e autoridades reguladoras para monitorar e fiscalizar mercados, ruas e locais onde ocorre a venda irregular de medicamentos, é sem dúvida indispensável. Aplicar leis rigorosas e punições severas para quem se envolve no comércio ilegal de medicamentos, visando dissuadir atividades ilícitas.

Outro ponto fundamental seriam as campanhas de conscientização. Implementar campanhas educativas para informar a população sobre os perigos e riscos associados à compra de medicamentos em locais não autorizados, educando sobre a importância de verificar a validade, condições de armazenamento e origem dos medicamentos, poderia trazer resultados sólidos no combate à prática nociva.

O fortalecimento da colaboração entre setores, investindo numa melhora da cooperação entre agências governamentais, forças de segurança, autoridades reguladoras e profissionais de saúde para abordar o problema de maneira completa, bem como incentivar parcerias entre o setor público e privado para reforçar as medidas de controle e fiscalização são também medidas indispensáveis.

Um dos grandes desafios, mas também tema fundamental, seria o desenvolvimento de infraestrutura de saúde. A situação exige investimentos na expansão e melhoria da infraestrutura de saúde para garantir que as comunidades tenham acesso adequado a serviços médicos, reduzindo assim a necessidade de recorrer a fontes não regulamentadas. Apenas com isso seria possível implementar sistemas de rastreamento e autenticação de medicamentos para garantir a origem e autenticidade dos produtos farmacêuticos. Além disso, esta evolução da infraestrutura facilitaria a colaboração internacional, através da qual seria possível trabalhar em colaboração com organizações internacionais e países vizinhos para abordar o problema do comércio ilegal de medicamentos em uma escala mais ampla.

No primeiro trimestre de 2023, a economia angolana cresceu 0,3% em relação ao ano anterior. Uma das maiores economias da África Subsaariana, Angola atrai interesses das grandes potências devido aos seus recursos minerais e estabilidade política e militar. O país busca adotar uma diplomacia flexível para preservar seus interesses sem criar atritos com as grandes potências. A ênfase está em maximizar os benefícios das relações, influenciando na deslocação de unidades fabris para Angola e buscando mais investimentos do que financiamentos, com foco em projetos estruturantes. O país aspira melhorar o ambiente de negócios para se posicionar como mais do que um mero mercado para produtos dessas potências.

As relações internacionais da Angola

A cooperação entre Rússia e Angola, por exemplo, historicamente presente desde a Luta da Libertação Nacional até o conflito armado angolano, incluiu cooperação militar significativa, como fornecimento de armamento russo e formação de quadros angolanos. Recentemente, há uma mudança percebida devido à intenção de Angola adquirir material militar americano para modernizar seu setor de Defesa e Segurança, apesar das relações tradicionais e alinhamento estratégico com a Rússia, baseados em cooperação histórica e princípios de não ingerência nos assuntos internos.

Já as relações sino-angolanas, estabelecidas em 1983, são marcadas por uma significativa dívida de Angola para com a China, alcançando 21.1 bilhões de dólares em 2020. De acordo com a OMC (Organização Mundial do Comércio), a China é o maior parceiro comercial de Angola, e após a busca de financiamento internacional após a paz em 2002, a China se tornou uma via econômica alternativa e de reconstrução do país, após tentativas em instituições financeiras internacionais.

Enquanto as relações diplomáticas entre Angola e os Estados Unidos foram estabelecidas em 1993, com o reconhecimento do governo do MPLA. Antes disso, multinacionais petrolíferas americanas já exploravam o petróleo angolano, marcando um aspecto econômico importante nas relações bilaterais.

O crescimento populacional nas cidades sobrecarrega as estruturas de assistência médica, resultando em um desequilíbrio entre recursos humanos e materiais disponíveis e a crescente demanda por serviços de saúde. Isso levou à deterioração das instalações médicas nas áreas periféricas, deixando apenas os serviços de última linha praticamente funcionando. Além disso, houve falta de investimentos adequados tanto em recursos humanos quanto materiais para melhorar a qualidade da assistência médica. (MBINZA, 2023)

Nesse contexto, o país está focado na pacificação, reorganização interna e garantia de direitos sociais, implementação de políticas públicas e administração de serviços. Há um esforço significativo para formar recursos humanos em diversas áreas e profissões de saúde. A busca pela estabilidade interna está intrinsecamente ligada a um esforço nacional que coloca a saúde como uma prioridade nacional. (MBINZA, 2023)

Dessa forma a inserção da CIMED no mercado angolano traria benefícios significativos para o país. Estabelecendo uma unidade de produção de medicamentos, a empresa contribuiria para o atendimento das necessidades internas, promovendo o desenvolvimento da indústria farmacêutica local e gerando empregos. Além disso, parcerias com instituições de saúde angolanas poderiam melhorar o acesso da população a medicamentos essenciais, enquanto adaptações nos preços refletirem a realidade econômica local. Investir em pesquisa e desenvolvimento local não só proporcionaria tratamentos mais eficazes para as

condições prevalentes em Angola, mas também fortaleceria a capacidade do sistema de saúde. Ao colaborar com instituições educacionais, a CIMED contribuiria para o treinamento e desenvolvimento de profissionais de saúde locais. Programas de responsabilidade social corporativa abordando desafios específicos de saúde e promovendo a conscientização contribuíram para a imagem da marca como uma empresa comprometida com o bem-estar da comunidade.

Em última análise, a CIMED teria a oportunidade de desempenhar um papel fundamental no fortalecimento do sistema de saúde angolano, melhorando a saúde pública, promovendo o desenvolvimento sustentável e contribuindo para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável relacionados à saúde e ao bem-estar.

4.2 Concorrentes e sua participação no mercado

Em 2017, o grupo farmacêutico internacional Shalina Healthcare anunciou que investiria cerca de 13,7 milhões de euros na Angola, com o objetivo de expandir o fornecimento de medicamentos à população.

Esse investimento incluiu a aquisição da empresa angolana Africa Pharmacy, que distribui medicamentos e produtos farmacêuticos em todo o país, bem como a construção de um novo centro de distribuição em Luanda. O projeto, com um prazo de implementação de 36 meses, visava criar 55 novos empregos para cidadãos angolanos e cinco para estrangeiros, mantendo os atuais 131 empregos na Africa Pharmacy. (ALMEIDA, 2017)

O investimento teve como objetivo melhorar o acesso da população a medicamentos de qualidade, aprimorar a eficiência na cadeia de abastecimento farmacêutico e gerar benefícios econômicos, com estimativa de um valor acrescentado bruto acumulado de 125 milhões de euros até 2024. Em troca desse investimento, a Shalina Healthcare recebe benefícios fiscais, incluindo uma redução de 22,5% nos impostos industriais e de aplicação de capitais por um período de quatro anos. (ALMEIDA, 2017)

Com o mercado farmacêutico Angolano em rápido crescimento devido à alta demanda por medicamentos e serviços médicos e uma infraestrutura de saúde subdesenvolvida, surgem oportunidades para empresas farmacêuticas que operam no país e para estrangeiras interessadas em atuar no país africano.

Não faltam exemplos da atuação de gigantes deste mercado na Angola. É o caso da Novartis AG, que é uma grande empresa farmacêutica suíça fundada em 1895. Atualmente, é uma das maiores empresas farmacêuticas do mundo, com presença em mais de 180 países e mais de 124 mil funcionários. A empresa se destaca globalmente, com um amplo portfólio de produtos, forte compromisso com pesquisa e desenvolvimento, e foco em soluções de saúde inovadoras e acessíveis para pacientes em todo o mundo. Em Angola, a Novartis AG tem duas fábricas e uma equipe de vendas com mais de 100 pessoas, sendo seus produtos amplamente reconhecidos e confiáveis no mercado local. (EWORLDTRADE, 2022)

A Sanofi, multinacional francesa e uma das maiores empresas farmacêuticas do mundo, com receita superior a US\$40 bilhões em 2018, tem presença forte na Angola, contando com uma equipe de vendas de mais de 200 pessoas e com produtos amplamente reconhecidos e confiáveis no mercado local. (EWORLDTRADE, 2022)

Também estão presentes na Angola Bayer AG, AbbVie, GlaxoSmithKline, AstraZeneca, Merck & Co., Inc. e Johnson & Johnson, que são atores gigantes do cenário farmacêutico internacional. Essas empresas importam uma grande variedade de fármacos para o país e contam com a confiança dos consumidores angolanos. (EWORLDTRADE, 2022)

5. MARKETING E VENDAS

A situação de fome no mundo está se agravando, em alguns países a situação é ainda mais alarmante. Especialistas dizem que nesse ritmo não será possível atingir o nível de fome zero até 2030, almejado pela ONU⁵. Por isso a Cimed, que possui como missão e política proporcionar saúde e qualidade de vida para toda a

⁵ DIOGO, Faustino. Índice Global da Fome (IGF). Expansão Angola, 2022. Disponível em: <<https://expansao.co.ao/angola/interior/angola-entre-os-25-piores-no-igf-2021-embora-tenha-melhora-do-pontuacao-110528.html>>. Acesso em 30/10/2023

sociedade com preço justo e operação rentável, pode ser forte aliada no combate da desnutrição infantil angolana.

No primeiro trimestre de 2023 cerca de 45 mil casos de desnutrição aguda de crianças foram registrados pelas autoridades sanitárias da Angola, doença que está associada a cerca de 50% da mortalidade infantil no país⁶. A Cimed busca incentivar os angolanos a ingerirem todas as vitaminas e suplementos necessários para manter o bem-estar, a saúde física e mental em dia com preços justos e acessíveis para a população que consome uma quantidade insuficiente de nutrientes.

A desnutrição, directamente ligada ao acompanhamento neonatal, pode ser reduzida através da melhoria dos cuidados básicos de saúde da gestante, do recém-nascido e da criança pequena, e também com a adopção de hábitos favoráveis ao crescimento e desenvolvimento das crianças.⁷

A proposta de estratégia de marketing para a internacionalização do produto Lavitan na Angola, inclui um foco especial na criação de valor social e no estabelecimento da marca no mercado angolano, além da busca por afinidade da população feminina, +50 e esportistas. Abordaremos em detalhes os principais elementos da estratégia, incluindo design do produto Lavitan que foi inspirado nas cores da bandeira local, presença online, redes sociais, publicidade na televisão com nomes conhecidos da mídia, publicidade online, patrocínio esportivo, monitoramento de resultados e marketing local.

5.1 Design do Produto Lavitan

- Por meio do design do produto, comunicação visual e embalagens atrativas com a cor da bandeira do país, a Cimed busca entender as necessidades e desejos dos clientes angolanos, criando uma relação de confiança e fidelização, virando assim, um forte exemplo de campanha de marketing atualmente.

5.2 Presença Online e Site Oficial

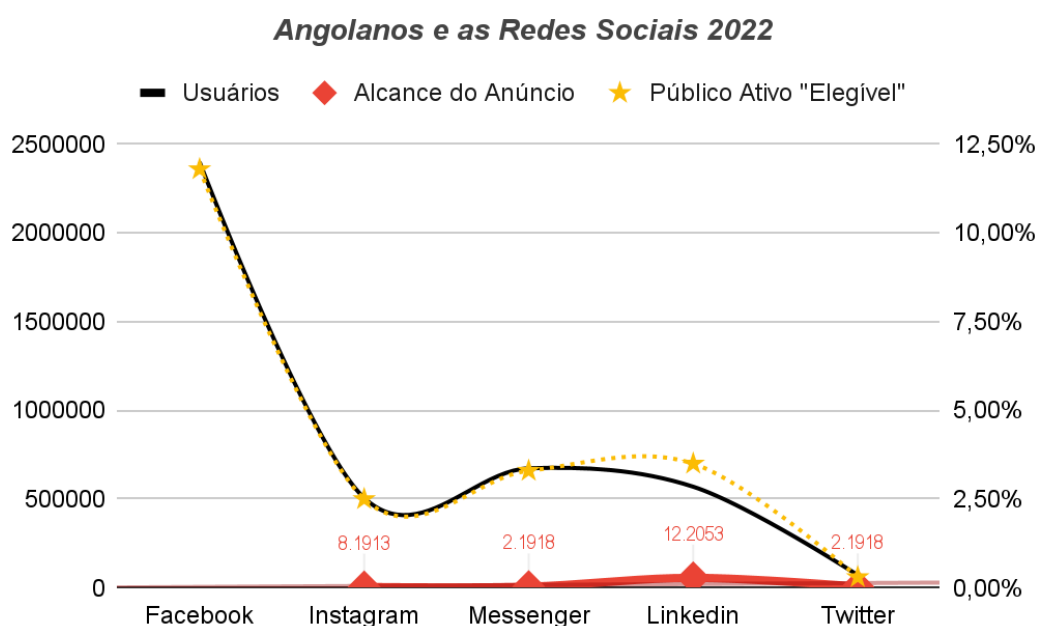
⁶ LUSA. Casos de Desnutrição Angola. Jornal Mundo, 2023. Disponível em: <<https://www.cmjornal.pt/mundo/africa/detalhe/angola-com-45-mil-casos-de-desnutricao-aguda-infantil-no-primeiro-semester>>. Acesso em 30/10/2023.

⁷ CARVALHO, Vinicius. Nutrição. UNICEF, 2015. Disponível em: <<https://www.unicef.org/angola/nutricao#:~:text=Em%20Angola%2C%2038%25%20das%20crian%C3%A7as,esfor%C3%A7os%20de%20redu%C3%A7%C3%A3o%20da%20pobreza>>. Acesso em 31/10/2023.

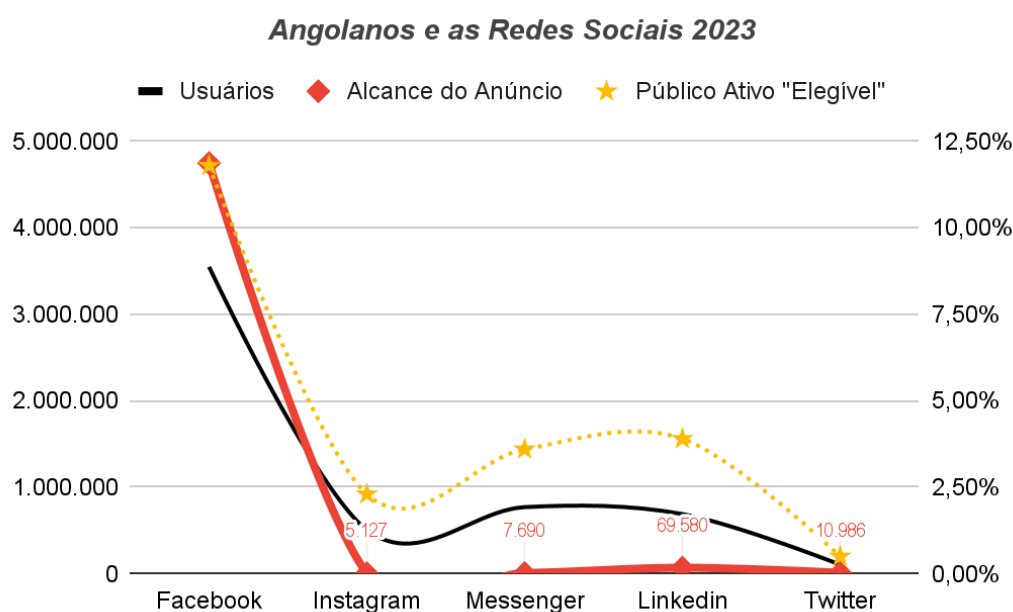
- Desenvolver um site oficial em português angolano (www.lavitancimed.ao) para oferecer informações sobre os produtos Lavitan, seus benefícios e diferenciais.
- O site deve ser responsivo, de fácil navegação e conter depoimentos de clientes satisfeitos que experimentaram melhorias na saúde com o uso de Lavitan.

5.3 Redes Sociais (Facebook, Instagram e TikTok)

- Criar e gerenciar perfis comerciais @lavitan.ao nas redes sociais para estabelecer uma presença sólida online em Angola.
- Publicar conteúdo educativo sobre suplementos, saúde e bem-estar, adaptado à cultura angolana.
- Engajar com os seguidores, responder perguntas e fornecer suporte personalizado.
- Realizar parcerias com as influenciadoras locais para ampliar o alcance: @alicia_danara e @stela.de.carvalho, de acordo com os públicos-alvo famílias, gravidez, crianças e treinos. Esses influenciadores terão a tarefa de promover os benefícios do produto e compartilhar suas próprias experiências pessoais.
- Utilização de hashtags relevantes e conteúdo relacionado à cultura local para aumentar o engajamento.
- Contratação de uma equipe dedicada para gerenciar as redes sociais, interagir com os seguidores e responder a perguntas de maneira rápida e profissional.



Fonte: Elaborada pelos autores com base em *Menos Fios, Mais Angola, Mais Tecnologia*, 2023.



Fonte: Elaborada pelos autores com base em *Menos Fios, Mais Angola, Mais Tecnologia*, 2023.

5.4 Comerciais de Televisão:

- Produção de comerciais de televisão envolvente, com duração adequada para transmitir mensagens claras e exclusivas.

- Seleção de apresentadores⁸ reconhecidos em Angola, como **Patrícia Pacheco** e **Stela de Carvalho**, para aumentar a identificação do público com o produto.
- A escolha de canais populares, como TV Zimbo, TPA 1 e ZAP Novelas, para garantir um amplo alcance.

5.5 Publicidade Online (Google AdWords e Sites Relevantes):

- Lançamento de campanhas publicitárias direcionadas no Google AdWords, com foco em palavras-chave relevantes, como "suplementos nutricionais", "desnutrição", "alimentação completa" etc.
- Colaboração com sites de academias, blogs de nutrição e farmácias angolanas para exibir anúncios promovendo o Lavitan.
- Utilização de anúncios criativos e chamativos que realçam os benefícios exclusivos do Lavitan e sua importância para a saúde da população.

5.6 Monitoramento e Análise:

- Contratação da MIRA (Market Research & Business Intelligence) para monitorar o desempenho das campanhas de marketing, incluindo métricas como tráfego do site, taxas de conversão, engajamento nas redes sociais e ROI.
- Realização de ajustes contínuos na estratégia com base nos resultados e feedback do público, garantindo que permaneça eficaz e adaptada às necessidades do mercado angolano.

5.7 Estilos de vendas

- A empresa privada Shalina Healthcare⁹ Opera no continente africano há mais de 30 anos por meio da distribuição de medicamentos e serviços de qualidade para consumo acessíveis. Atuando em toda África Subsaariana, a empresa sediada em Dubai, possui escritórios operacionais na Nigéria, Zâmbia, República Democrática do Congo, Angola, Gana, Quênia, República

⁸ Portfólio: Disponível em:

<<https://www.canva.com/design/DAFywvrYk9E/lpFLtEhNBBIUbATtSHZIBw/edit>>. Acesso em 30/10/2023.

⁹ Site Oficial: Disponível em: <<https://shalina.com/pt/home/>>. Acesso em 30/10/2023.

Centro-Africana, Índia e China. Possibilitando oportunidades futuras de expansão.

- Através da Shalina Healthcare, será possível marcar presença não somente no e-commerce atendendo à classes mais diversas mas também nas farmácias e comércios locais e mais afastados, buscando assim um público de renda mais baixa.

5.8 Marketing local

- A Cimed também utilizou como estratégia para conhecimento e venda do produto Lavitan, diversos automóveis com as cores da bandeira da Angola e com a logo do Lavitan, para se locomoverem sobre cidades com centros urbanos importantes para o país, como Luanda, Huambo e Lobito, conforme destaque no mapa¹⁰ abaixo:

6. ANÁLISE ESTRATÉGICA

Esse tópico tem como finalidade fazer uma pesquisa sobre os pontos importantes a considerar quando se trata de uma internacionalização de produto, quais são seus objetivos, oportunidades, fraquezas, ameaças, suas estratégias e as estratégias de seus concorrentes.

É histórica a cooperação entre Brasil e Angola, começando em meados de 1980 e perdurando até os dias atuais, são diversos acordos nos setores de saúde, cultura, administração pública, educação, meio ambiente, esportes, agricultura e áreas afins.

6.1 Oportunidades

A CIMED, tem algumas oportunidades levando o Lavitan para a Angola, começando pela introdução no mercado internacional: como um piloto, a farmacêutica tem a oportunidade de não só testar esse projeto em um país que tem muitas realidades

¹⁰ Mapa completo disponível em anexo:

<<https://earth.google.com/earth/d/1q4ZXWTfbyZOMqakx26JovnNe53HDXFKV?usp=sharing>>

econômicas diferentes, mas também molda-lo para que posteriormente outros produtos sejam implementados não só na Angola, mas em outros Estados do continente africano também; diversificação de mercado: usando a estratégia de fracionar a compra e venda em diferentes mercados, a CIMED tem a oportunidade de deixar de atuar em um só mercado e expandir as suas operações para uma nova região geográfica e um setor novo de consumidores; expansão da empresa: com o atual mercado principal da CIMED já satisfeito com o seus produtos, a expansão geográfica trará novas oportunidades junto com um novo mercado consumidor e desafios para se tornar uma farmacêutica atuante também no ramo internacional.

6.2 Objetivos

Diante dessa análise, podemos considerar que o maior objetivo da CIMED é se introduzir em outros mercados para se tornar uma gigante farmacêutica mundial, e não só brasileira. Na Angola, a divulgação vai ser focada em atingir as classes médias e médias altas por meio de propagandas na TV aberta e contratação de grandes influenciadores da região para divulgação do produto e consequentemente, da entrada da CIMED no país.

6.3 Fraquezas e ameaças

Um fator muito importante a ser considerado a maior ameaça que a CIMED enfrentará para introduzir o Lavitan na Angola é a elevada taxa de pobreza. Diante de um cenário como o do Brasil, de um país que possui uma desigualdade social muito acentuada, onde 44% da população vive na pobreza extrema¹¹, claramente a maior preocupação de quase metade da população é o fato de não ter o básico para a sobrevivência, principalmente em termos de alimentação, nesse caso um suplemento vitamínico seria um luxo e não uma necessidade. Por isso, o foco

¹¹ Segundo uma análise de dados entre 2019 e 2022, disponível em: <https://www.voaportugues.com/a/pobreza-extrema-aumentou-em-angola-nos-últimos-três-anos-indica-estudo-do-afrobarómetro/6575697.html>. Acesso em: 16 de nov. 2023

principal será atingir as camadas de classe média e classe média alta, incentivando a suplementação de vitaminas aliada à alimentação balanceada.

6.4 Estratégias

No primeiro momento de internacionalização, a empresa se utilizará do modelo de exportação direto onde o produto será produzido em território brasileiro e exportado para a Angola completamente pronto, afinal a CIMED pode não só aproveitar a grande planta industrial que já possui aqui no Brasil e arcar apenas com a exportação e centros de distribuição do produto como também, não precisará de intermediários durante o processo de exportação do produto, se tornando isento de alguns impostos¹². Dessa forma, fica mais fácil introduzir a estratégia de venda que é oferecer qualidade à população com um preço acessível por meio de campanhas em tv aberta e propagandas de influenciadores do país como citado anteriormente no tópico de Marketing.

6.5 Estratégias de concorrência

Como já citado anteriormente, o maior concorrente de Lavitan não só no Brasil, mas em outros países que podem ser alvo do próximo processo de exportação da CIMED, é o CENTRUM. Por ser líder no mercado de multivitamínicos há anos, já possui a confiança do público consumidor quando o assunto são vitaminas, portanto sua maior estratégia é a tradição no mercado.

7. PLANO FINANCEIRO

7.1 Governance

¹² No processo de exportação direta, os produtos se tornam isentos de dois recolhimentos de impostos: Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS).

A CIMED é comprometida com a excelência em suas operações e alinhada com os mais elevados padrões éticos, estabelece a seguinte Política de Governança Corporativa como fundamento para orientar suas práticas de gestão e garantir a transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa em todas as suas atividades.

A empresa se compromete a fornecer informações claras, precisas e acessíveis a todas as partes interessadas, garantindo a transparência nas suas operações, desempenho financeiro e decisões estratégicas. Assegurando assim um tratamento justo e igualitário a todos os acionistas, colaboradores, clientes, fornecedores e demais partes interessadas, respeitando seus direitos e interesses legítimos.

Nossa abordagem proativa reflete nosso compromisso com o mundo, incorporando princípios de responsabilidade social e ambiental em nossas operações, buscando resultados positivos na comunidade e no meio ambiente em que estamos inseridos.

7.2 Gestão de documentação, registro e licenciamento.

Entre as documentações necessárias para a realização de exportação entre do Lavitan para o mercado angolano, são imprescindíveis as Autorizações específicas para exportação emitidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) no Brasil.

O Brasil, como signatário das Convenções Internacionais da ONU sobre Substâncias Entorpecentes, Psicotrópicas e Precursoras, baseia sua atividade regulatória nessas obrigações internacionais. Essas convenções estabelecem medidas para o controle internacional de psicotrópicos, entorpecentes e precursores no comércio entre países.

A emissão de Autorização de Importação e de Exportação é uma dessas medidas, aplicável a substâncias específicas listadas na legislação. Estabelecimentos que desejam importar ou exportar tais substâncias devem solicitar autorizações à Anvisa, conforme a RDC n. 367/2020. O processo é gerenciado pelo Sistema Nacional de Controle de Drogas (NDS), desenvolvido pelo UNODC. A consolidação dos dados é repassada à Junta Internacional de Fiscalização de Entorpecentes (JIFE) da ONU. As autorizações podem ter status "Approved" (aprovadas), "Cancelled" (canceladas), "Endorsed" (deferidas com endosso), "In Review" (em análise) ou "Requested" (solicitadas e aguardando análise). A seleção do país refere-se ao exportador

mencionado na autorização, não ao país do Interveniente Comercial. (Ministério da Saúde, 2023)

Licenças de importação exigidas pelas autoridades angolanas também serão necessárias. O Decreto Presidencial n.º 126/20, de 5 de Maio, foi publicado com o objetivo de ajustar as normas relacionadas aos procedimentos e licenciamentos de importações e exportações à situação política, econômica e social atual. O novo decreto mantém muitos aspectos do regime de seu antecessor, o Decreto Presidencial n.º 75/17, de 7 de Abril, revogado, mas não aborda a liquidação e pagamentos, deixando essa questão ao regime estabelecido pelo Banco Nacional de Angola.

A obrigatoriedade de inscrição no Registo de Exportadores e Importadores (“REI”) por operadores de comércio internacional continua, sendo válida por 5 anos e requerendo certidão comercial e alvará da atividade dominante. O licenciamento se aplica a todas as mercadorias importadas ou exportadas, independentemente da inspeção de pré-embarque, visando controlar origem, qualidade e aspectos sanitários, fitossanitários e de segurança alimentar. Os três regimes de licenciamento permanecem os mesmos: dispensa de licenciamento, licenciamento automático e licenciamento não automático. (De Pina, 2020)

A fatura comercial, documento contratual que reflete a operação de compra e venda entre o importador brasileiro e o exportador estrangeiro, também será necessária. A Declaração de Importação (DI) requer a via original da fatura, assinada pelo exportador ou seu representante legal, conforme regulamentos específicos. A ausência da via original resulta na interrupção do despacho aduaneiro. A primeira via da fatura pode ser emitida por qualquer processo, inclusive eletrônico, sendo aceitável quando expressamente indicada como tal. (Receita Federal, 2014)

Para formalização das trocas entre as duas partes, firma-se um contratato de compra e venda, cujas cláusulas essenciais incluem disposições como a cláusula geral, que estabelece as regras do contrato, a cláusula de retenção de título, que determina a propriedade do bem após o pagamento total, e a cláusula de Force Majeure, que lida com eventos imprevisíveis. Outros pontos cruciais abordados no contrato envolvem a forma de entrega e preço, pagamento, prazo de entrega, escolha da língua do contrato, atribuição de jurisdição em caso de litígio, cláusula de rescisão, confidencialidade, cláusula penal e garantias, além das formas de

comunicação válidas. O conhecimento e aderência a essas cláusulas são fundamentais para realizar negociações internacionais bem-sucedidas e garantir resultados favoráveis. (Pibernat, 2019)

Documento essencial no despacho aduaneiro, o Certificado de Origem também será indispensável, cumprindo a função de atestar a origem da mercadoria. Emitido pelo exportador ou procurador, requer uma fatura comercial e declaração de origem do produtor, fabricante ou exportador. Mesmo quando o exportador não é o fabricante, a certificação é brasileira, com o produtor concedendo a declaração. O certificado é crucial para acordos comerciais, proporcionando benefícios como a redução do imposto de importação. Embora não seja obrigatório para todos os produtos, sua emissão é amplamente adotada pelas empresas, visto que a não emissão pode resultar em tributação significativa, como no caso de transações comerciais com a Argentina.

7.3 Parcerias e acordos comerciais

A Cimed procura estabelecer parcerias com empresas exportadoras e importadoras, por meio de acordos comerciais, contratos de serviço ou participação em redes logísticas internacionais.

Através da parceria comercial local com a Shalina Healthcare, nossos clientes poderão adquirir o produto Lavitan nas lojas locais, centros comerciais e remotamente por meio do nosso E-commerce.

7.4 Relacionamento com clientes

Nosso atendimento e relacionamento com clientes variam desde o S.A.C. presente no site oficial, até as nossas redes sociais, onde nossa equipe local está preparada para tirar as dúvidas de nossos consumidores em seus determinados momentos; como durante um serviço ou antes de uma compra.

7.5 Canais de distribuição

Os suplementos vitamínicos Lavitan podem ser adquiridos presencialmente e online, através da distribuição da nossa parceira *shalina healthcare* nossos clientes poderão

adquirir o suplemento Lavitan nas lojas locais e em centros comerciais, e de forma remota com o suporte do nosso *e-commerce* (www.lavitancimed.ao). Temos uma equipe dedicada unicamente ao atendimento de clientes, seja para vendas, atendimento pré/pós - venda e dúvidas. Nosso site terá o diferencial com um quiz, mostrando aos clientes o Lavitan correto para cada necessidade de forma personalizada, esse resultado é possível a partir da análise dos objetivos e preocupações de cada indivíduo, ao final do quiz, contamos qual a sua personalidade Lavitan e qual produto se encaixa no seu perfil.

7.6 Cooperação com agentes aduaneiros

Para promover a cooperação eficaz com agentes aduaneiros visando a exportação para Angola, a CIMED deve iniciar estabelecendo parcerias locais sólidas com despachantes aduaneiros e consultores especializados, que possuam amplo conhecimento da legislação aduaneira angolana e experiência prática nos procedimentos alfandegários do país.

Além disso, a empresa deve investir em programas internos de treinamento para sua equipe, garantindo uma compreensão aprofundada dos requisitos e procedimentos específicos. Engajar despachantes aduaneiros locais é crucial para facilitar o processo, garantindo conformidade e eficiência. Participar ativamente de câmaras de comércio e associações empresariais locais pode proporcionar uma rede valiosa de contatos e informações sobre mudanças regulatórias.

Investir em tecnologia para automação de processos aduaneiros, como sistemas de gestão integrada, pode aumentar a eficiência operacional. Participar de eventos setoriais em Angola oferece oportunidades para construir relacionamentos, entender as nuances do mercado e manter-se atualizado sobre as práticas e regulamentações locais. Essas medidas holísticas contribuirão significativamente para o sucesso e a fluidez das operações de exportação da CIMED para Angola.

7.7 Infraestrutura e logística

A Cimed tem uma infraestrutura adequada para lidar com as exportações. Isso inclui operadores logísticos, veículos adequados, transportadoras, instalações de armazenamento e manuseio de carga, sistemas de rastreamento e gerenciamento de carga eficientes.

A empresa se responsabiliza por executar toda a logística e resolver as questões aduaneiras, cambiais e burocráticas envolvidas na transação internacional.

7.8 Seguro de carga

Para garantir o seguro de carga ao exportar para Angola, a CIMED deve escolher uma seguradora especializada em transporte internacional, analisar minuciosamente os termos da apólice para abranger todos os riscos pertinentes, colaborar com agentes de transporte, fornecer informações detalhadas sobre a carga e sua rota, garantir conformidade documental com os requisitos angolanos e manter uma comunicação eficaz com a seguradora ao longo do processo. Revisões periódicas da cobertura são essenciais para ajustar a proteção às condições do mercado e às necessidades específicas das operações de exportação.

O transporte de medicamentos, por ser vital para o bem-estar de milhares de pessoas, demanda atenção especial devido à sensibilidade dessas cargas. Sujeito a regulamentações rigorosas, o setor envolve leis como Decreto Presidencial 315.20, que buscam regular e garantir boas práticas na distribuição, armazenagem e transporte.

Boas práticas incluem a presença de um farmacêutico na equipe, gestão eficiente de estoque, uso de veículos apropriados, planejamento cuidadoso de rotas, rastreamento das cargas e cumprimento de responsabilidades na expedição, transporte, recebimento e armazenagem. Embora não seja necessário um certificado específico para motoristas, treinamentos em direção defensiva e manuseio de cargas especiais são recomendados. Documentos essenciais para o transporte incluem Licença de Funcionamento e Autorização de Funcionamento, e a tecnologia de rastreamento, como oferecida pela Cobli, desempenha um papel crucial na segurança e eficiência operacional, prevenindo roubos e contribuindo para o monitoramento constante da carga durante o percurso.

7.9 Recursos chave

Nosso recurso chave será o investimento inicial da matriz para arcar com aluguel do escritório, folha de pagamento dos funcionários e despesas de exportação até que as vendas do Lavitan na Angola possam bancar a operação.

7.10 Atividades chave

1. Grande produção do suplemento vitamínico Lavitan nacionalmente. O complexo fabril da Cimed é em Pouso Alegre (MG) e recebe grandes investimentos para crescimento. Segundo o G1, *“Com a nova unidade, o grupo Cimed passa a operar com duas plantas fabris - Unidades I e II, além do Parque Gráfico - todas em Pouso Alegre. A primeira seguirá focada na produção de líquidos, pomadas/cremes, antibióticos, vitaminas, hormônios e ainda, higiene e beleza, além de ampliar em 50% a capacidade de produção de vitaminas.”*
2. A operação de exportação é realizada diretamente entre a Cimed e Angola. Nesse modelo de exportação, existem diferentes tipos de incentivos fiscais que geram economia para o exportador. Dessa forma, a empresa consegue economizar e aumentar sua margem de lucro e sua competitividade no novo mercado. Também permite que a Cimed esteja próxima de seus clientes e as negociações possam ser conduzidas à sua maneira, de acordo com seus princípios e procedimentos.
3. A proposta para a venda final do produto Lavitan em Angola, inclui estratégias de marketing, canais de distribuição Shalina Healthcare, vendas em lojas locais e em centros comerciais e de forma remota com o suporte de E-commerce.

7. 11 Estrutura de custos

	CARGO	VALOR (Kwanza angolano)	VALOR (Real)
1.	Gerente de E-commerce e Marketing Digital	Kz2.055.732,81	R\$ 12.000,00
2.	Analista de mídia	Kz352.386,87	R\$ 2.057,00
3.	Social Media	Kz352.386,87	R\$ 2.057,00
4.	Assistente de E-commerce	Kz200.000,00	R\$ 1.175,79
5.	Produtor de conteúdo	Kz350.000,00	R\$ 2.057,63
6.	Atendente de vendas/SAC	Kz250.000,00	R\$ 1.469,74
7.	Atendente de vendas/SAC	Kz250.000,00	R\$ 1.469,74
8.	Especialista de Supply Chain	Kz2.055.732,81	R\$ 12.000,00
9.	Analista de Compras	Kz352.386,87	R\$ 2.057,00
10.	Analista de Planejamento	Kz352.386,87	R\$ 2.057,00
11.	Assistente de logística	Kz200.000,00	R\$ 1.175,79
12.	Analista de TI	Kz352.386,87	R\$ 2.057,00
13.	Analista de RH	Kz352.386,87	R\$ 2.057,00
Total Folha de Pagamento		Kz7.475.786,84	R\$ 43.690,69

	EQUIPAMENTOS	SALÁRIO (Kwanza angolano)	SALÁRIO (Real)
14	Notebooks	Kz7.184.426,70	R\$ 42.000,00
3	Monitores	Kz547.384,89	R\$ 3.200,00
3	Smartphones	Kz1.539.520,01	R\$ 9.000,00
3	Mini cooper	Kz128.293.333,89	R\$ 750.000,00
Total de despesas mensais		Kz137.564.665,49	R\$ 804.200,00

	DESPESAS MENSAS	PREÇO (Kwanza angolano)	PREÇO (Real)
1.	Aluguel escritório	Kz342.115,56	R\$ 2.000,00
2.	Assistência jurídica	Kz1.710.577,79	R\$ 10.000,00
3.	software de operação	Kz342.115,56	R\$ 2.000,00
4.	Contas básicas (água, luz... internet)	Kz256.586,67	R\$ 1.500,00
5.	Folha de pagamento	Kz7.475.786,84	R\$ 43.690,69
6.	Papelaria e reparos	Kz342.115,56	R\$ 2.000,00
Total de despesas mensais		Kz10.469.297,98	R\$ 61.190,69

7.12 Fluxo de receitas

A empresa terá um escritório como sede que contará com 13 colaboradores. No setor de marketing: gerente de e-commerce e marketing digital, analista de media, social media, assistente de e-commerce e produtor de conteúdo que ficarão responsáveis pela divulgação do Lavitan no país; setor de vendas: dois atendentes de venda/ SAC responsáveis por atendimento ao consumidor final; outros setores contarão com um profissional especialista em Supply Chain, um analista de compras, um analista de planejamento, um assistente de logística, um analista de T.I. e um analista de RH.

Estima-se que mensalmente serão gastos 10.469.297,98 kwanzas angolanos com folha de pagamento, aluguel do escritório sede, assistência jurídica, software etc, que na conversão atual para o real, dá aproximadamente R\$ 61.190,69

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme exposto no Plano de Negócios de Internacionalização do suplemento vitamínico Lavitan da empresa CIMED, a perspectiva de sucesso nesta iniciativa se fundamenta em uma abordagem que engloba análises de mercado, competidores, estratégias, marketing, vendas e aspectos financeiros. Com um planejamento de execução metódico, o Lavitan não apenas tem o potencial de consolidar sua presença no mercado internacional, mas também de desempenhar um papel significativo nesse cenário.

A inserção da CIMED e do Lavitan no mercado angolano requer uma análise aprofundada das relações internacionais específicas da Angola, conforme destacado no Plano de Negócios. Essa consideração estratégica é crucial para compreender as nuances do cenário angolano, incluindo regulamentações locais, demandas dos consumidores e padrões concorrenciais. Além disso, estabelecer parcerias estratégicas com atores locais, como distribuidores confiáveis e influenciadores digitais, é essencial para o sucesso.

Ao adotar uma abordagem centrada no cliente, envolvimento ativo na comunidade e adaptação da estratégia de marketing às necessidades locais, a CIMED e o Lavitan têm o potencial de não apenas oferecer um produto de qualidade, mas também de construir uma presença duradoura e bem-sucedida no mercado angolano de suplementos vitamínicos. Esta estratégia integrada visa não apenas a entrada efetiva no mercado, mas também a consolidação e crescimento contínuo, refletindo o compromisso com o sucesso a longo prazo no contexto internacional.

9. ANEXOS

9.1 Produtos e serviços



Imagem oficial do CEO da CIMED João Adibe, segurando o Suplemento Vitamínico Lavitan.

9.2 Marketing e vendas

9.2.1 Design do produto Lavitan

ID de marca ilustrativa do produto Lavitan com as cores da bandeira de Angola.



9.2.2 Site oficial

Projeto fictício inspirado no site oficial lavitan.com.br.





organismo, como fortalecer o sistema imunológico, garantir o funcionamento correto do metabolismo, auxiliar no metabolismo energético, entre outras.

Consulte um profissional prescritor para entender melhor as suas necessidades.

A verdade é uma só: Lavitan está com você!

Seja de dia, à noite, na hora das refeições ou até na academia. Independente se você é criança, adulto ou idoso, existe uma vitamina ou suplemento que se encaixa e melhora a sua rotina.

Comprimidos, cápsulas, efervescentes, mastigáveis e até em pó, Lavitan é companheiro, seja lá qual for a sua carência.

Uma marca de vitaminas e suplementos que entende e atende às suas necessidades, sejam elas de saúde, beleza ou longevidade, proporcionando as melhores condições para viver bem, os momentos que realmente importam.

Tudo feito para levar você ao universo Lavitan.



CONHEÇA

As nossas linhas de Suplementos e

Vitaminas para cada necessidade!



Imunidade



50+



Infantil



Saúde d



sobre os nossos ingredientes: Açúcar, Antocianinas, Arginina, Ácido Hialurônico, Boro, Borragem, Cafeína, Cálcio, Carboidratos/Açúcares, Cobre, Colágeno, Cranberry, Creatina, Cromo, Curcumina, Ferro, Fósforo, Gergelim, Glutamina, Guarana, Iodo, Lactose, Licopeno, Linhaça, Maca Peruana, Magnésio, Molibdênio, Laranja Moro, L-Cisteína, Ômega 3, Potássio, Primula, Quitosana, Selênio, Silício Orgânico, Taurina, Vitamina A, Vitamina B1, Vitamina B2, Vitamina B3, Vitamina B5, Vitamina B6, Vitamina B7, Vitamina B8, Vitamina B9, Vitamina B12, Vitamina C, Vitamina D3, Vitamina E, Vitamina K, Zinco

LAVITAN
Saúde
Beleza

INSTITUCIONAL
Política de Privacidade

Conecte-se com a gente
Fique por dentro das principais novidades.

Digite seu e-mail...

Cadastrar

f i t

9.2.3 Redes Sociais

Parcerias com as influenciadoras locais @alicia_danara e @stela.de.carvalho.

PERFIL

Apresentadora de TV e influenciadora nas mídias sociais. Ganhou popularidade trabalhando no canal angolano Zap Viva. Ela é conhecida por apresentar os programas O Momento da Blindada, Unitel Estrelas ao Palco e Viva Tarde.

CURIOSIDADES

Nasceu em 14 de dezembro de 1986 (36 anos) em Luanda, Angola. Ela e o marido, Benedito Magalhães, têm quatro filhos juntos. O seu nome completo é Stela Rosana Semedo de Carvalho.

ANTES DA FAMA

Ela é formada em Marketing. Começou a carreira de apresentadora em 2015, ao assumir o programa Mais Consigo.

17:38

stela.de.carvalho

7.762 1,7M 425

Publicações Seguidores Seguindo

Stela de Carvalho

stela.de.carvalho

Figura pública

Apresentadora de TV

contratos: @sl.digital

@bstela.glasses mais

Ver tradução

www.facebook.com/StelaABlindada

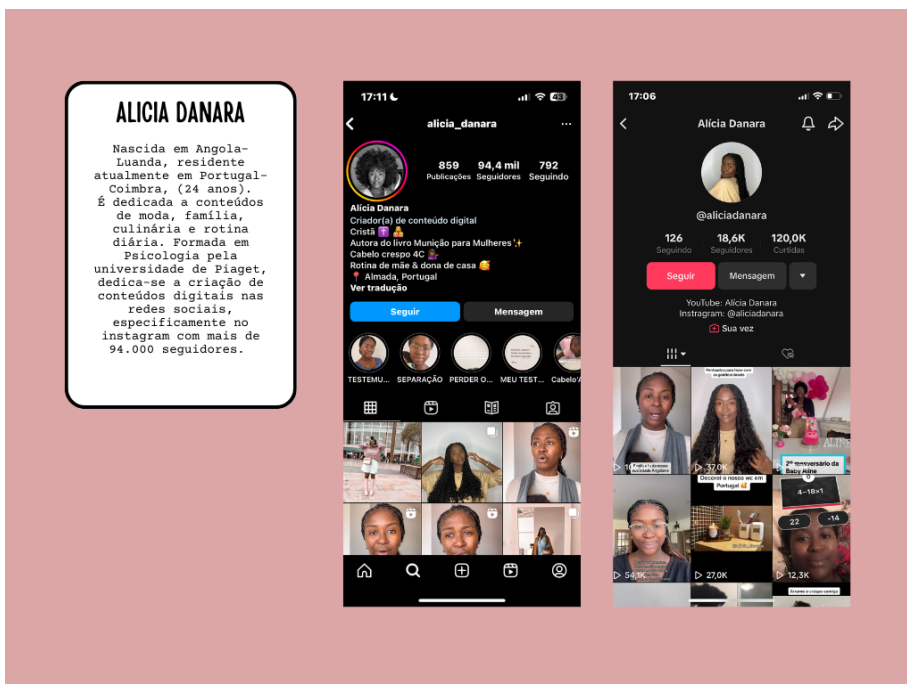
Seguir Mensagem

Palavras: Gabriela R. E como sei... 12a Horário No...

STELA DE CARVALHO

Apresentadora de TV

<https://instagram.com/stela.de.carvalho?igshid=NgvHn2u2NjQoYg==>



9.2.4 Comerciais de televisão

Apresentadora de televisão Patrícia Miranda Pacheco, seleccionada para aumentar a identificação do público com o produto.



9.2.5 Estilos de Vendas

Imagem com as premiações e certificações da parceira Shalina Healthcare.

Shalina Healthcare for Africa

Nossas Marcas							
Certificações	NAFDAC – Nigéria	FDA – Gana	PPB – Quênia	MOH – Zâmbia	MOH – Costa do Marfim		
Prêmios							
Compromissos	Cuidar das crianças de África e causar um impacto duradouro	Equidade de género no ramo da saúde	Filantropia satisfatória	Luta contra as falsificações	Guerra contra a Diabetes		

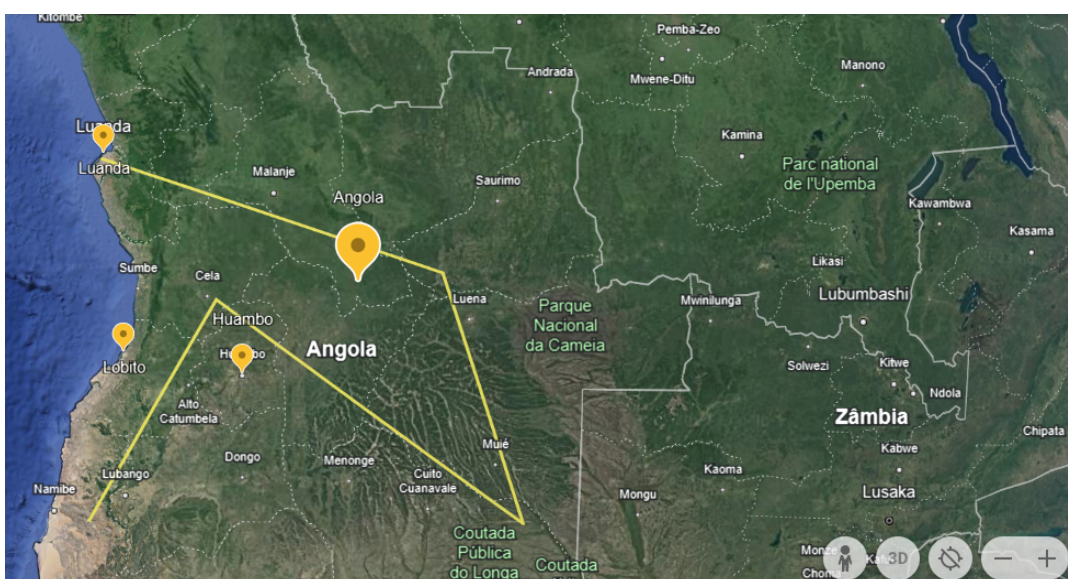
9.2.6 Marketing local

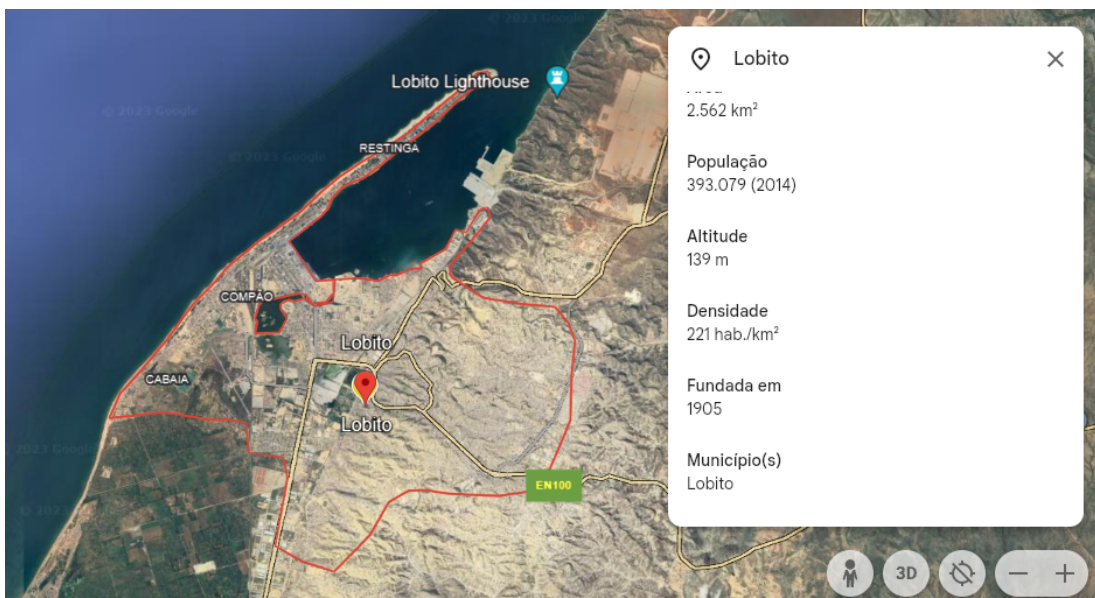
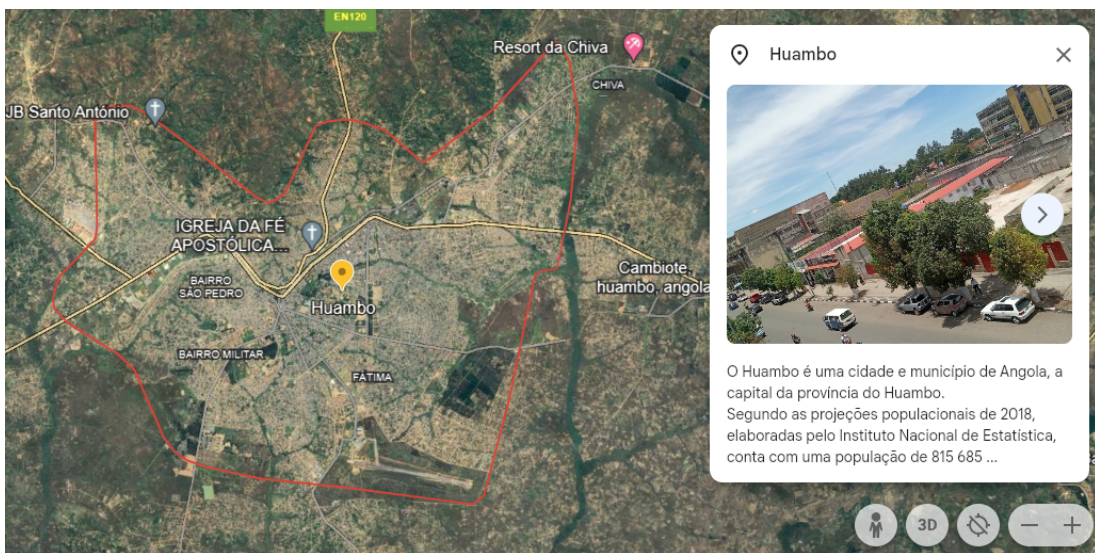
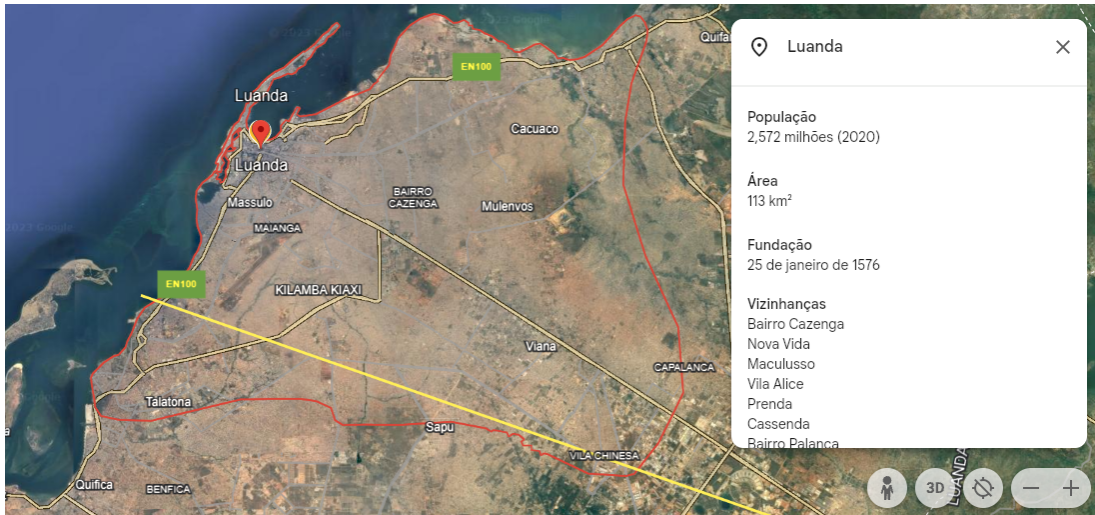
Estratégia de marketing local utilizando automóveis personalizados, utilizando as cores da bandeira angolana para se locomoverem sobre cidades e centros urbanos importantes para o país, como Luanda, Huambo e Lobito.





Planejamento das rotas a serem percorridas por nossos carros, em destaque para a cidade de Luanda, Huambo e Lobito.





BIBLIOGRAFIA

ALONSO, P. T.; ANJOS, T. C.; LEITE, J. P.; GONÇALVES, A.; PADOVANI, C. R. Composição corporal, aptidão física e qualidade de vida em mulheres jovens em exercícios no minitrampolim. **Arquivos em Movimento**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 49-58. jul./dez. 2005.

NACIONAL, A.; SANITÁRIA, V. **GERÊNCIA GERAL DE ALIMENTOS**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/centraisdeconteudo/publicacoes/alimentos/perguntas-e-respostas-arquivos/suplementos-alimentares.pdf>>. Acesso em: 16 de nov. 2023.

LAGUARDIA, H. FATURAMENTO MENSAL CIMED **O TEMPO**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/minas-s-a/cimed-ultrapassa-r-309-milhoes-de-faturamento-mensal-1.3226459>>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

ADDERA. CAMPANHA PUBLICITÁRIA LAVITAN.. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://mundo.addera.com.br/blog/vitaminas/suplemento-vitaminico-mineral-o-melhor-dos-dois-mundos>>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

SOLUTIONS, E. SUPLEMENTOS, UM MERCADO DE MILHÕES. **EXAME**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://exame.com/saude/cimed-lanca-campanha-ousada-para-conscientizar-sobre-o-uso-de-vitaminas/>>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

VALOR ECONÔMICO. BRASILEIRO TOMA SUPLEMENTOS VITAMÍNICOS. **GUIA DA FARMÁCIA**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://guiadafarmacia.com.br/suplemento-vitaminico/>>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

MUNDO MARKETING. SUPLEMENTOS: O SETOR DEVE MOBILIZAR US\$252 BILHÕES EM 2025. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/274729/suplementos-setor-deve-mobilizar-us-252-bilhoes-em-2025/>>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

ZAIA, G. BRASILEIROS AUMENTAM O CONSUMO DE VITAMINAS. **RUDGE RAMOS**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<http://www.metodista.br/ronline/brasileiros-aumentam-o-consumo-de-vitaminas>>. Acesso em: 24 de nov. 2023.

MALTA, Débora. Carga das Doenças Crônicas Não Transmissíveis nos Países de Língua Portuguesa. *Ciência & Saúde Coletiva*. Rio de Janeiro, 8(5):1549-1562, Maio, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232023285.11622022>

Suplemento Vitaminico-Mineral Centrum de A a Zinco com 60 Comprimidos 60 Comprimidos em Promoção é no Buscapé. Disponível em: <<https://www.buscape.com.br/suplementos/suplemento-vitaminico-mineral-centrum-de-a-a-zinco-com-60-comprimidos-60-comprimidos-em-promocao-e-no-buscape>>.

60-comprimidos-60-comprimidos?_lc=88&searchterm=suplemento%20centrum%20a%20z>. Acesso em: 16 nov. 2023.

Lavitan A-Z 60 Comprimidos em Promoção é no Buscapé. Disponível em: <https://www.buscapede.com.br/suplementos/lavitan-a-z-60-comprimidos?_lc=88&searchterm=suplemento%20lavitan>. Acesso em: 16 nov. 2023.

Multivitamínico Centrotabs A-Z com 60 comprimidos 60 Comprimidos em Promoção é no Buscapé. Disponível em: <https://www.buscapede.com.br/suplementos/multivitaminico-centrotabs-a-z-com-60-comprimidos-60-comprimidos?_lc=88&searchterm=suplemento%20centrotabs>. Acesso em: 16 nov. 2023.

Suplemento Vitaminico Az Com 60Caps - Vigora Plus - Prati em Promoção é no Buscapé. Disponível em: <https://www.buscapede.com.br/suplementos/suplemento-vitaminico-az-com-60caps-vigora-plus-prati?_lc=88&searchterm=suplemento%20vigora%20plus>. Acesso em: 16 nov. 2023.