

Nunca vou pisar numa loja dessas! Desconstruindo os tabus com a Safadeusa

Gleidy Helle dos Reis Rocha

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do grau de Mestre
em Inovação em Produtos e Processos

Supervisor

Professor Doutor Carlos Casimiro Costa

Bragança

2024

Resumo

A presente dissertação aborda a Safadeusa, uma ideia de negócio inovadora no mercado de produtos eróticos, que busca romper com os tabus existentes e democratizar o uso desses produtos. O estudo examina a evolução do mercado de sextoys, contextualizando-o dentro das transformações sociais, culturais e tecnológicas que têm moldado as percepções sobre sexualidade ao longo das últimas décadas. Ao longo do trabalho, são discutidos aspectos como o impacto da tecnologia no mercado dos produtos eróticos na experiência dos consumidores, as barreiras morais ainda enfrentadas por produtos eróticos e as tendências emergentes que prometem redefinir o setor. A Safadeusa se posiciona como uma resposta às lacunas do mercado, oferecendo soluções que vão além do prazer físico, abordando também questões de educação sexual, saúde e bem-estar. Com uma proposta diferenciada, a marca visa atender a públicos diversos, incluindo mulheres, homens, casais, pessoas idosas e a comunidade LGBTQIA+, promovendo uma sexualidade mais inclusiva e menos estigmatizada. A dissertação analisa como a Safadeusa pretende explorar o uso de tecnologias avançadas para oferecer produtos personalizados e conectados, e como a interseção entre prazer e saúde sexual pode contribuir para uma mudança cultural em direção à normalização do uso de sextoys. Além disso, o trabalho investiga os desafios do mercado, ressaltando a importância de garantir a segurança e a confiança dos consumidores. A Safadeusa propõe-se a ser uma marca que, ao mesmo tempo em que se adapta às mudanças nas preferências do mercado, também lidera o debate sobre a liberdade sexual e a importância do prazer como componente fundamental do bem-estar humano. Com uma abordagem baseada na inovação e no rompimento de barreiras, a empresa pretende redefinir o papel dos produtos eróticos na sociedade contemporânea, transformando-os em instrumentos de autoconhecimento e empoderamento.

Palavras-chave: Produtos eróticos, tabus, sexualidade, inovação, empoderamento, saúde sexual.

Abstract

This dissertation examines Safadeusa, an innovative business idea in the erotic products market that aims to break down existing taboos and democratise the use of these products. The study examines the evolution of the sex toy market, contextualising it within the social, cultural and technological changes that have shaped perceptions of sexuality in recent decades. Throughout the work, aspects such as the impact of technology in the erotic products market on the consumer experience, the moral barriers that erotic products still face, and the emerging trends that promise to redefine the sector are discussed. Safadeusa positions itself as a response to the gaps in the market, offering solutions that go beyond physical pleasure to address issues of sexual education, health and well-being. With a differentiated offer, the brand aims to appeal to different target groups, including women, men, couples, the elderly and the LGBTQIA+ community, promoting a more inclusive and less stigmatised sexuality. The dissertation analyses how Safadeusa intends to explore the use of advanced technologies to offer personalised and connected products, and how the intersection between pleasure and sexual health can contribute to a cultural shift towards normalising the use of sex toys. The work also explores the ethical and privacy challenges of collecting data from smart devices, highlighting the importance of ensuring consumer safety and trust. Safadeusa aims to be a brand that adapts to changing market preferences while leading the debate on sexual freedom and the importance of pleasure as a fundamental component of human well-being. With an approach based on innovation and breaking down barriers, the company aims to redefine the role of erotic products today, transforming them into tools for self-awareness and empowerment.

Keywords: Erotic products, taboos, sexuality, innovation, empowerment, sexual health.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, expresso minha gratidão a Deus, que sempre guiou meus passos, esteve e está presente em todos os momentos do meu percurso.

Agradeço aos meus pais Cleis e Germano, pelo apoio incondicional em cada escolha e pelo suporte constante em todos os momentos. À minha irmã Helle Gleidcy, sou grata por ter sido minha fonte de encorajamento e força nos momentos de incerteza.

Um agradecimento especial ao meu noivo Gabriel, que foi meu alicerce durante todo o processo, e esteve ao meu lado mesmo nas fases mais desafiadoras.

Aos familiares e amigos, sou grata pela torcida e pela confiança no meu sucesso.

De forma especial, agradeço ao meu orientador, professor Doutor Carlos Casimiro Costa, por todo apoio em todo o percurso de desenvolvimento até a conclusão deste trabalho, sempre me mantendo motivada e confiante.

Agradeço também às facilitadoras do mestrado, Professoras Vera Ferro Lebres e Ana Isabel Pereira por todo o incentivo e motivação.

Índice

Resumo	II
Abstract	III
Agradecimentos	I
Lista de figuras	VI
Lista de tabelas	VIII
Lista de abreviações	IX
Capítulo 1. Introdução	10
Capítulo 2. De eros ao erotismo e a sexualidade: conceitos e contextos	12
2.1. Erotismo e sexualidade	12
2.2. A construção histórica da sexualidade e seus tabus	14
Capítulo 3. Sexualidade, saúde e bem-estar: a integração com a saúde holística	18
Capítulo 4. O mercado dos produtos eróticos: tendências e oportunidades	20
4.1. Passado e presente dos produtos eróticos	20
4.1. Características do mercado dos produtos eróticos	22
4.3. Futuro dos produtos eróticos	23
Capítulo 5. Estudo de mercado - Safadeusa	25
5.1. Sumário executivo	25
5.2. Descrição do produto	26
5.3. Análise do meio envolvente – PESTAL	27
5.3.1. Político	27
5.3.2. Econômicos	27
5.3.3. Social	29
5.3.4. Tecnológico	29
5.3.5. Ambiental	29
5.3.6. Legal	30

5.4. Análise SWOT.....	30
5.4.1. Strengths (Forças):.....	31
5.4.2. Weaknesses (Fraquezas):.....	31
5.4.3. Opportunities (Oportunidades):.....	32
5.4.4. Threats (Ameaças):.....	33
5.5. Tamanho do Mercado.....	34
5.6. Concorrência.....	35
5.7. Análise do Público-alvo.....	36
5.8. Tendências do Mercado.....	36
5.9. Conclusão.....	37
Capítulo 6. Relatório da análise da percepção dos potenciais clientes – Safadeusa.....	39
Introdução.....	39
6.1. Perfil dos participantes do inquérito.....	40
6.2. Padrões de uso e preferências de produtos eróticos entre os participantes.....	41
6.3. Motivações e barreiras para a não utilização de produtos eróticos.....	48
6.4. Análise da frequência e preferência de aquisição de produtos eróticos.....	53
6.5. Potencial de mercado: fatores de interesse e oportunidades estratégicas.....	57
6.6. Conclusões.....	65
Capítulo 7. Plano de negócios – Safadeusa.....	68
7.1. Sumário executivo.....	68
7.2. O histórico da ideia.....	68
7.3. O mercado subjacente.....	70
7.4. A nova ideia e seu posicionamento no mercado.....	71
7.5. O Projeto / Produto / Ideia.....	72
7.5.1. Produtos.....	73
7.5.2. O Modelo de Assinatura.....	74
7.5.3. Questionário e Inteligência Artificial.....	75

7.5.4. Logística e Distribuição	76
7.6. Estratégia Comercial.....	77
7.6.1. Estratégia Digital	77
7.6.2. Parcerias B2B.....	77
7.7. Gestão e Controlo do Negócio.....	78
7.7.1. Equipe	78
7.7.2. Controlo Financeiro	78
7.8. Investimento Necessário.....	78
7.9. Projeções Financeiras / Modelo Financeiro.....	79
Capítulo 8. Identidade visual - Safadeusa.....	81
8.1. Conceito da marca	81
8.2. Paleta de cores	82
8.3. Tipografia	84
8.4. Logotipo e variantes	85
8.5. Estilo visual e redes sociais	87
8.6. Aplicações da marca.....	93
8.7. Análise de concorrentes.....	95
8.8. Evolução da identidade visual	98
Capítulo 9. Plano de marketing – Safadeusa	101
Sumário executivo	101
9.1. Análise de Mercado	102
9.1.1. Tamanho do Mercado	102
9.1.2. Concorrência	103
9.2. Público-Alvo.....	105
9.2.1. Personas	105
9.3. Posicionamento.....	107
9.4. Objetivos Smart	108

9.5. KPIs da empresa	109
9.6. Marketing mix	111
9.6.1. Preço	111
9.6.2. Produto.....	112
9.6.3. Praça.....	113
9.6.4. Promoção	114
9.7. Estratégias de marketing.....	115
9.8. Avaliação e Monitoramento	116
Capítulo 10. Plano de sustentabilidade - Safadeusa.....	118
10.1. Estratégia de sustentabilidade da Safadeusa.....	126
10.2. Potencial de impacto no âmbito do eco-empendedorismo (eco-inovação, eco-oportunidade e eco-compromisso).....	128
Capítulo 11. Candidaturas à financiamentos	132
11.1. Programa Premier	132
11.2. Startup Nordeste	139
11.3. 9ª Edição do Encontro Internacional de Jovens Empreendedores (EIJE)	146
11.4. Poliemprende	150
Capítulo 12. Lista de atividades	151
12.1. Workshops Seminários	151
12.2. Mentorias individuais	153
12.3. Mentorias especializadas	154
12.4. Cursos Formações (Anexo V).....	155
12.5. Eventos de pitch.....	155
Perspetivas futuras.....	156
Referências.....	158
Anexos	161

Lista de figuras

Figura 1: Distribuição dos participantes por sexo	41
Figura 2: Percentual de utilização dos produtos eróticos	42
Figura 3: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo	43
Figura 4: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo e faixa etária	44
Figura 5: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo e status de relacionamento.	44
Figura 6: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo e orientação sexual	45
Figura 7: Frequência de utilização de produtos eróticos	46
Figura 8: Frequência de utilização de produtos eróticos por sexo	47
Figura 9: Frequência de utilização de produtos eróticos com parceiros e individualmente	48
Figura 10: Motivações para a não utilização de produtos eróticos	50
Figura 11: Motivações para a não utilização de produtos eróticos - mulheres	51
Figura 12: Motivações para a não utilização de produtos eróticos - homens	52
Figura 13: Frequência de aquisição de produtos eróticos	53
Figura 14: Grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos	54
Figura 15: Grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos - Sexo Feminino	56
Figura 16: Grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos - Sexo Masculino	57
Figura 17: Interesse na aquisição de produtos eróticos se disponíveis sem necessidade de sexshop	58
Figura 18: Interesse em ser surpreendido com produtos eróticos	60
Figura 19: Disposição para pagar por recomendação personalizada de produtos eróticos	61
Figura 20: Intenção de colecionar produtos eróticos	62
Figura 21: Interesse em assinatura mensal de pacote de produtos eróticos	64
Figura 22: Expectativa de gasto médio mensal para aquisição de produtos eróticos	65
Figura 23: Motivações para a não utilização de produtos eróticos	69
Figura 24: Paleta de cores Safadeusa	83
Figura 25: Logotipo completo Safadeusa.....	86
Figura 26: Símbolos do logotipo	86
Figura 27: Variações do logotipo	86
Figura 28: Modelo de publicação para o Instagram	88
Figura 29: Modelo de publicação para o Instagram	88

Figura 30: Modelo de publicação para o Instagram.....	89
Figura 31: Modelo de storie para Instagram	90
Figura 32: Modelo de Storie para Instagram.....	90
Figura 33: Modelo de storie para Instagram	91
Figura 34: Modelo de newsletter.....	92
Figura 35: Modelos do blog	93
Figura 36: Exemplo de aplicação da marca	94
Figura 37: Exemplo de aplicação da marca	94
Figura 38: Exemplo de aplicação da marca	94
Figura 39: Concorrente 1 - 1001 noites.....	95
Figura 40: Concorrente 2 - Koisas Dadultos	96
Figura 41: Concorrente 3 - Sex it Up	96
Figura 42: Concorrente 4 – Lxsexshop	97
Figura 43: Concorrente 5 - Maleta vermelha	98
Figura 44: Primeiro draft - logo Safadeusa	98
Figura 45: Segundo draft - logo Safadeusa	98
Figura 46: Terceiro draft - logo Safadeusa.....	99
Figura 47: Quarto draft: logo Safadeusa	99
Figura 48: Quinto draft - logo Safadeusa	100
Figura 49: Análise da concorrência.....	104
Figura 50: Exemplo de embalagem a ser utilizada	129
Figura 51: Colocação da Safadeusa no Encontro Internacional de Jovens Empreendedores	150

Lista de tabelas

Tabela 1: Personas da Safadeusa.....	105
Tabela 2: Principais produtos eróticos eco-friendly disponíveis no mercado.....	120
Tabela 3: Etapas necessárias para a implementação da Safadeusa	138
Tabela 4: Análise swot	149

Lista de abreviações

OMS – Organização Mundial da Saúde

IA – Inteligência Artificial

CAGR – Taxa de Crescimento Anual Composta

ASAE – Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

RA – Realidade Aumentada

RV – Realidade Virtual

COVID-19 – Coronavírus Disease 2019

BDSM – Bondage, Disciplina, Sadismo, Masoquismo

SMART – Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-Bound

KPI – Key Performance Indicators

LTV – Lifetime Value

CAC – Custo de Aquisição do Cliente

NPS – Net Promoters Score

SEO – Search Engine Optimization

CRM – Gestão de Relacionamento com o Cliente

ROI – Retorno sobre o investimento

Capítulo 1. Introdução

A sexualidade humana e o erotismo são temas amplamente debatidos ao longo da história, evoluindo de práticas e comportamentos socialmente reprimidos para uma aceitação gradual, em que o prazer e o bem-estar sexual ganham reconhecimento como componentes essenciais da saúde e qualidade de vida. No entanto, ainda persistem tabus e preconceitos que limitam o acesso a produtos e serviços voltados para a exploração do prazer sexual, especialmente em contextos culturais mais conservadores. O mercado de produtos eróticos, que anteriormente ocupava uma posição marginal na sociedade, tem experimentado um crescimento significativo, impulsionado pelas mudanças nas percepções sociais e pela crescente demanda por produtos que promovam o prazer, a saúde e o autoconhecimento.

A Safadeusa surge nesse cenário como uma ideia de negócio que busca romper barreiras, oferecendo uma abordagem inovadora e inclusiva ao mercado de sextoys. A proposta da marca é desmistificar o uso de produtos eróticos, democratizar o acesso a eles e promover uma nova visão sobre a sexualidade, abordando-a de forma ampla e natural. A ideia de negócio é fundamentado em princípios de empoderamento, inclusão e personalização, com o objetivo de atender a uma diversidade de públicos, incluindo mulheres, homens, casais e indivíduos de diferentes orientações sexuais e faixas etárias. A proposta central é a “Sex Box”, uma caixa surpresa de produtos selecionados por um algoritmo de Inteligência Artificial (IA), que recomenda itens com base em perfis individuais. A personalização vai além da seleção de produtos, abordando as preferências e o bem-estar emocional do cliente, removendo a pressão de escolha e oferecendo uma experiência de compra única.

Do ponto de vista teórico, a dissertação fundamenta-se em abordagens que tratam da evolução do conceito de sexualidade, desde suas raízes históricas até os avanços tecnológicos atuais que impactam a forma como o prazer é entendido e vivenciado. Bem como da evolução do mercado que acompanhou essa transformação social relacionada à sexualidade humana.

O propósito da Safadeusa é explorar as lacunas e tendências do mercado, e também contribuir para uma mudança cultural que permita que o prazer e o uso de sextoys sejam vistos como práticas normais e saudáveis, livres de estigmas. Com uma proposta que integra tecnologia, design e conhecimento sobre a sexualidade, a Safadeusa visa redefinir o papel dos produtos eróticos na sociedade contemporânea, promovendo a sexualidade como parte intrínseca e natural da saúde e da vida humana.

Esta dissertação examinará os fatores que motivaram a criação da Safadeusa, os desafios enfrentados pela marca na tentativa de quebrar tabus e conquistar espaço no mercado, e as oportunidades que se apresentam diante das transformações sociais e tecnológicas que moldam a experiência sexual na atualidade. Para tal, o trabalho está dividido em 12 capítulos que exploram diferentes aspectos da ideia. Sob um ponto de vista teórico, os capítulos 2 a 4 abordam aspectos relacionados ao contexto histórico, social e mercadológico da sexualidade e do erotismo. Os capítulos 5 a 11 abordam as características da ideia de negócio sob um ponto de vista prático, nomeadamente um estudo de mercado, um plano de negócios, um plano de marketing, um plano de sustentabilidade e um relatório de análise do perfil dos clientes. Por fim, são abordadas as atividades realizadas para o desenvolvimento do projeto e as perspectivas futuras.

Capítulo 2. De eros ao erotismo e a sexualidade: conceitos e contextos

O presente tópico tem como objetivo examinar as nuances do erotismo e da sexualidade humana, considerando suas múltiplas dimensões. Ao longo da discussão, serão abordados conceitos essenciais que elucidam a importância do sexo como uma parte intrínseca da natureza humana, destacando sua função não apenas como um ato biológico, mas também como um fenômeno social e cultural. Além disso, será traçado um panorama histórico da sexualidade, explorando como as percepções e práticas sexuais evoluíram ao longo dos séculos, refletindo mudanças nas estruturas sociais, nas normas culturais e nas crenças individuais. Esse percurso histórico é crucial para entender a reinterpretação do sexo na sociedade contemporânea, que, em muitos aspectos, desafia e transforma os tabus e estigmas associados à sexualidade.

2.1. Erotismo e sexualidade

Narra a história dos antigos mitos gregos, que nos tempos primórdios haviam espalhados pelo mundo três gêneros e não dois como hoje conhecemos: masculino, feminino e a junção de ambos (Platão, 2003). Estes últimos caracterizavam-se por possuir força, destreza e habilidades muito superiores aos demais, tendo um dia tentado se rebelar contra os deuses para assumir sua posição (Platão, 2003). A ira dos deuses e sobretudo de Zeus com a rebeldia dos seres, fez com que este criasse um plano para os conter, e assim, foram divididos ao meio, e condenados a passar toda a vida a procura de sua outra metade (Platão, 2003). Deu-se assim a origem de Eros, o deus responsável por restaurar a condição antiga dos seres, unir as metades separadas por Zeus, e curar os males causados em sua natureza. É precisamente em virtude das histórias protagonizadas por Eros, que surge o termo grego “erotikós” e a sua adaptação moderna “erótico”, termo atualmente associado ao amor, a paixão e ao desejo, tanto carnal, quanto sentimental, mas que no seu sentido original está relacionado à busca do ser humano pela sua completude (Branco, 1983).

Muito além do significado corriqueiramente atribuído, o erotismo não se limita ao ato sexual, pois, como elucida Bataille (1987), trata-se de algo muito mais profundo e complexo, relacionado com a aquisição da consciência acerca de um ser no outro. Na natureza, os animais apenas podem sentir excitação sexual em certos períodos, e apenas com o intuito de perpetuação das espécies, nos humanos, por sua vez, a excitação sexual é permanente, e desvinculada da ideia de procriação (Bataille, 1987; Fellmann, 2016), isto significa dizer que a erotização do ato sexual é apenas atributo da natureza humana, que transformou a obrigação de perpetuação da

espécie em algo íntimo e prazeroso (Bataille, 1987). Sob a ótica de Bataille (1987) o erotismo é aquilo que distingue as relações sexuais dos animais e dos homens, pois estes últimos têm a consciência do seu prazer e de suas conexões físicas e sentimentais, e não agem de forma rudimentar apenas como meio de manutenção da vida. Nas palavras de Kyriazis (2023) o erotismo se associa a outros fatores, tais como o desejo, a luxúria a emoção e a criatividade, teoria que vai de encontro ao que afirma Fellmann et al. (2020), segundo o qual o erotismo se difere da mera atividade sexual, pois está relacionado à questão psicológica, que é ao mesmo tempo independente e dependente da sexualidade.

Tal como o conceito de erotismo, o conceito de sexualidade é também dotado de divergências, e ainda que seja frequentemente reduzido às relações sexuais, assume um papel muito mais abrangente. Para Kyriazis (2023) a sexualidade é o desejo de procriar, sendo que essa perspectiva coaduna-se com o que afirma Shantyr (2023), segundo o qual sexualidade advém da palavra “sexo” e, que portanto, está fortemente ligada à reprodução. O autor elucida que o interesse pelo conceito de sexualidade iniciou-se no fim do século XX, no relatório sobre educação e tratamento da sexualidade humana de 1975, que se manteve exclusivo para o treinamento de profissionais de saúde (Shantyr, 2023). Apenas a partir do ano 2000, foi criado o primeiro estudo sobre sexualidade que foi disponibilizado para o público, mas mesmo este relatório tinha ainda como foco apenas a promoção da saúde sexual (Shantyr, 2023). É fulcral salientar que a história da sexualidade enquanto construto social foi abordada em obras literárias de diversos autores, e que apenas o conceito individualmente é ainda hoje alvo de controvérsias (Shantyr, 2023).

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a sexualidade pode ser entendida como um elemento fundamental e intrínseco à natureza dos homens, que engloba não apenas o sexo, como também os gêneros e sua identidade, a orientação sexual, o prazer, o erotismo, a intimidade e a reprodução (OMS, 2006). Desse modo, “a sexualidade é experimentada e expressa em pensamentos, fantasias, desejos, crenças, atitudes, valores, comportamentos, práticas, papéis e relacionamentos” (OMS, 2006). Ademais, deve-se considerar que a sexualidade é também bastante subjetiva, visto que sofre influência dos contextos em que o indivíduo se insere (OMS, 2006). Existem aspetos biológicos, mas também culturais, sociais, económicos, religiosos e tantos outros que refletem de forma direta e indireta na construção da sexualidade do ser (OMS, 2006). Sob a ótica de Camargo & Sampaio Neto (2018) a sexualidade é uma parte fundamental do modo de agir e sentir dos indivíduos e também uma forma de motivação para a busca por amor e intimidade. Nessa perspectiva, a sexualidade exerce grande

influência sobre comportamentos e sentimentos, estando diretamente relacionada com a saúde, não apenas sexual, como também a física e a mental (Camargo & Sampaio Neto, 2018; OMS, 2006).

Note-se que os conceitos de erotismo e sexualidade não se confundem, posto que o primeiro insere-se no último. Ainda assim, é comum observar-se que na era atual, ambos são frequentemente reduzidos ao ato sexual, o que incorre no abandono da complexidade da sexualidade e erotismo humanos, que precisam ser considerados em todas as suas nuances. Neste contexto, é fulcral retomar a história do sexo, e como foi interpretado e reinterpretado nas sociedades ao longo do tempo.

2.2. A construção histórica da sexualidade e seus tabus

Ainda que não haja registros suficientes acerca das relações sexuais humanas na pré-história, alguns indícios, sobretudo em artes rupestres, permitem observar aspectos relevantes sobre o comportamento dos primeiros humanos, no contexto da reprodução e sexualidade (Angulo et al., 2008). Muitas pinturas e esculturas datadas do período paleolítico demonstram cenas de cópula entre animais, o que nos permite constatar que os indivíduos desta era observavam a natureza a sua volta e os comportamentos dos animais e reproduziam-nos não apenas nas artes, mas também na realidade (Angulo et al., 2008; Bataille, 1987). De uma observação rasa das artes encontradas deste período, pode ser possível inferir que os humanos tinham relações sexuais apenas com a finalidade reprodutiva, de forma mecânica e sem o envolvimento de excitação ou prazer (Angulo et al., 2008). Todavia, foram também encontradas obras que representavam vulvas com características de pós-orgasmo, o que parece indicar que o sexo estava também associado ao prazer. É interessante notar que há uma contraposição entre a forma de interpretação das relações sexuais para os homens primitivos e os contemporâneos, pois, desde que a humanidade compreendeu-se enquanto ser sapiente, o sexo passou a ser visto e feito de forma diferente, deixando de ser rudimentar e livre, para ser moralmente controverso e motivo de constrangimento (Bataille, 1987).

Essa perspectiva é muito semelhante ao que é narrado na história da origem da humanidade na ótica cristã. No relato bíblico da criação humana, Adão e Eva viviam inocentes no paraíso, puros e inconscientes de sua própria natureza (*Gênesis 4 - NVI - Nova Versão Internacional - Bíblia Online*, n.d.). No entanto, a partir do momento em que ambos comem o fruto proibido por Deus, tomam consciência de sua nudez, sua mortalidade e da exposição de suas vergonhas (Fellmann et al., 2020). Quando observado sob um olhar metafórico, é inegável a associação

do consumo do fruto proibido com o sexo, isto é, os humanos originais deixaram viver como os animais dotados de inocência, e se tornaram seres conscientes, e o sexo deixou de ser visto como algo natural e passou a ser interpretado como algo despudorado e quicá, amaldiçoado (Fellmann et al., 2020). Essa imoralidade associada às relações sexuais foi perpetuada por todo o texto bíblico, influenciando a cultura, a tradição e as leis dos povos que utilizavam essas escrituras como diretriz moral (Rubin, 2007). A tradição cristã, tendo por base as mensagens do apóstolo Paulo, considera que o sexo é pecaminoso, e apenas destinado para pessoas que não podem conter seus impulsos, ainda que no contexto matrimonial seja aceito, não é recomendado para o prazer, apenas para fins de procriação (Rubin, 2007).

Outros povos antigos possuíam pontos de vista semelhantes, chegando a criar leis severas para inibir imoralidades sexuais (Dabhoiwala, 2013). Os antigos gregos e romanos tinham perspectivas mais complexas sobre a sexualidade, sobretudo relacionadas à saúde sexual (Faiza et al., 2024). Ainda que houvesse essa preocupação, haviam também normas sociais rígidas e estruturas patriarcais que controlavam principalmente a sexualidade das mulheres e relegavam essas temáticas aos discursos científicos controlados pelos homens (Faiza et al., 2024). Para os povos estoicos, as relações sexuais eram uma forma de corrupção da alma e um prazer asqueroso (Dabhoiwala, 2013). O avanço do tempo não significou uma mudança da perspectiva social acerca das práticas sexuais, isto porque, na Idade das Trevas, o sexo foi ainda mais fortemente considerado amoral (Dabhoiwala, 2013). A influência da religião sobre o Estado e a sociedade, potenciou a construção de normas e leis para regulamentar as atividades sexuais dos indivíduos, sendo estes seguidores ou não da religião católica predominante na época (Dabhoiwala, 2013). O celibato foi estabelecido para todos os sacerdotes e o matrimônio passou a ser proibido para aqueles que queriam fazer parte do clero (Dabhoiwala, 2013). Ademais, novas leis foram criadas para coibir adultério e prostituição nas ruas, sendo que aqueles que insistiam em cometer tais atos, eram publicamente punidos com penas diversas, tais como penitências, surras públicas, açoites e em último caso, exílio (Dabhoiwala, 2013).

Uma ligeira transformação pôde ser observada durante o Renascimento e o Iluminismo, quando o questionamento da hegemonia da religião passou a ser parte do contexto social, permitindo uma exploração mais livre da sexualidade (Faiza et al., 2024). De acordo com Faiza et al., (2024), a ciência fez progressos na temática da anatomia e reprodução humanas, graças a essa redução do controle da religião sobre a sociedade. Pese embora tenha havido avanços, muitos tabus mantiveram-se, principalmente quanto a sexualidade feminina. Sob um ponto de vista mais recente, o final do século XIX foi marcado por uma forte cruzada contra a imoralidade,

sobretudo na Inglaterra e nos Estados Unidos (Rubin, 2007). Segundo Rubin (2007), havia movimentos sociais robustos de combate aos vícios relacionados ao sexo, políticas com o intuito de desencorajar a masturbação e a prostituição e fomentar a castidade, sobretudo entre os jovens. Literatura, arte, música ou qualquer outro meio de propagação de cultura que instigasse a ideia de sexualidade foram dissipados (Rubin, 2007). Nesta época, era bastante comum o entendimento de que o interesse sexual, principalmente quando precoce, era prejudicial a saúde, podendo até mesmo levar à insanidade, os pais chegavam ao ponto de amarrar as crianças a noite para evitar que se tocassem e os médicos amputavam clitóris de meninas para que não tivessem prazer (Rubin, 2007).

Apenas a partir do início do século XX é que uma transformação mais significativa na interpretação social da sexualidade pôde ser observada, especialmente como resultado dos amplos esforços dos movimentos feministas pelo direito das mulheres (Faiza et al., 2024). Lutas a favor do controle de natalidade, autonomia feminina sobre a sua saúde reprodutiva e resistência ao conservadorismo, fizeram com que alguns tópicos relacionados a sexualidade e particularmente à saúde sexual fossem abertamente debatidos (Faiza et al., 2024). Ademais, assuntos como a homossexualidade, a menstruação e o prazer passaram a ser gradativamente normalizados, não obstante, os grupos conservadores e suas lutas permaneceram ativos (Faiza et al., 2024). Ainda que essa evolução tenha sido considerável e o século XXI já tenha iniciado com discussões cada vez mais abertas em torno da sexualidade, ainda existem muitas barreiras, maioritariamente relacionadas ao conservadorismo e a influência de grupos religiosos (Faiza et al., 2024).

Isto significa dizer que o decurso dos séculos pouco mudou o imaginário social acerca das relações sexuais, nas palavras de (Foucault, 1998), “[...] por muito tempo, teríamos suportado um regime vitoriano e a ele nos sujeitaríamos ainda hoje. A pudicícia imperial figuraria no brasão de nossa sexualidade contida, muda, hipócrita”. O sexo é, portanto, algo encoberto e reservado a um canto secreto da sociedade, como se imoral, impuro e pecaminoso fosse, sobretudo, com relação as mulheres cuja sexualidade foi envolta em fortes tabus, que se mantiveram e se mantêm ao longo de milhares de anos (Gonçalves & Oliveira, 2017). O prazer das mulheres foi e ainda é frequentemente associado ao mal, sendo apenas valorizadas as mulheres virgens, submissas e dedicadas (Gonçalves & Oliveira, 2017), enquanto para os homens, a liberdade sexual, mesmo que discreta, sempre foi incentivada (Gonçalves & Oliveira, 2017). Apesar de todos os sólidos tabus relacionados ao sexo, nas últimas décadas têm sido possível observar uma mudança social, e a desassociação do sexo com a impureza e imoralidade

(Rotili et al., 2017). A perda de força dos dogmas religiosos, a ascensão de movimentos de liberdade e a fluidez das relações sociais, e a associação do prazer sexual à saúde são fatores cruciais para uma nova interpretação da sexualidade humana (Rotili et al., 2017).

Capítulo 3. Sexualidade, saúde e bem-estar: a integração com a saúde holística

Conforme referido outrora, a sexualidade vai muito além das relações sexuais, sendo uma parte intrínseca da natureza humana, que influencia as ações, os sentimentos, os pensamentos, e outros aspetos tanto físicos, quanto psicológicos dos indivíduos, e por essa razão, está também diretamente correlacionada à saúde (Camargo & Sampaio Neto, 2018; Lara, 2023). Lara (2023) salienta que o prazer sexual é inerente a saúde geral e ao bem-estar humanos, e que, portanto, deve ser reconhecido como um direito. É crucial esclarecer que existem diferentes motivações para a busca do prazer sexual, mas o desejo é fisiológico, isto é, existe uma motivação comum para a maior parte dos seres humanos: o aumento dos hormônios relacionados ao sexo (Lara, 2023). No período da puberdade, o aumento da liberação de hormônios como testosterona e estrogênio, promovem um aumento do desejo sexual, que é na realidade o resultado de um sistema de motivação e recompensa do cérebro (Lara, 2023). Ressalta a autora (2023) que esse mecanismo de recompensa traz um reforço positivo quando se é vivenciada uma experiência sexual prazerosa, que resulta na liberação de dopamina, condicionando o cérebro a repetir o comportamento para que haja mais estímulos, daí a importância do prazer sexual para os indivíduos.

Ademais, existem inúmeras outras vantagens decorrentes das experiências de prazer sexual, nomeadamente nos sistemas imunológicos, circulatórios, neurológicos e até mesmo endócrinos (Kyriazis, 2023). As atividades sexuais afetam de forma considerável várias partes do corpo, muito além dos órgãos tradicionalmente relacionados ao sexo, é por exemplo, o que ocorre com o cérebro, pois diversos estudos indicam que a redução dos hormônios sexuais no envelhecimento, podem estar associados ao aumento do risco de desenvolver o Alzheimer (Kyriazis, 2023). De modo que mesmo com o envelhecimento, se os indivíduos mantêm-se sexualmente ativos, o nível de hormônios produzidos não reduz de forma tão significativa, contribuindo para a diminuição do risco de desenvolvimento de doenças neurologicamente degenerativas (Kyriazis, 2023). Existem também evidências que correlacionam a atividade sexual com a melhoria de aspetos cognitivos, tais como a memória e a coordenação motora. Kyriazis (2023) elucida que alguns estímulos possuem diversos efeitos positivos para o cérebro, tais como o uso de vibradores, jogos sexuais, posições sexuais diferentes, baseadas no Kama Sutra, por exemplo, ou ainda acessórios inovadores, tais como anéis penianos e estimuladores do ponto G.

Tais fatores permitem constatar que a saúde holística está conectada a sexualidade de forma indissociável, e não apenas no sentido da saúde sexual, mas sobretudo no sentido do prazer e do bem-estar, que são também considerados no âmbito da saúde pública. Denota-se que esta perspectiva vai de encontro com a definição da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2015), segundo a qual a saúde sexual

(...) é o estado de bem-estar físico, emocional, mental e social relacionado à sexualidade; não se refere à mera ausência de doenças, disfunções ou enfermidades. A saúde sexual exige uma abordagem positiva e respeitosa no que tange a sexualidade e relacionamentos sexuais, assim como a possibilidade de ter experiências sexuais seguras e prazerosas, sem coerção, discriminação e violência. Para que a saúde sexual seja atingida e mantida, os direitos sexuais de todas as pessoas precisam ser respeitados, protegidos e cumpridos. (p.14)

Observa-se no referido conceito que a saúde sexual estende-se para dimensões muito amplas, indo muito além do controle de fertilidade e infecções sexualmente transmissíveis (ISTs) (Faiza et al., 2024; Rao et al., 2024), abrangendo também problemas de disfunção, a segurança sexual e sobretudo o prazer. Isto porque, uma vida sexual de qualidade é capaz de promover assertividade e longevidade nas relações interpessoais, ao passo que uma vida sexual pouco satisfatória interfere negativamente na qualidade de vida e saúde mental, estando muitas vezes associada a doenças do foro psicológico, cardiovasculares e outras doenças crônicas. É fundamentalmente em virtude da relevância do prazer para a saúde sexual que o mercado dos produtos eróticos é tão importante.

Capítulo 4. O mercado dos produtos eróticos: tendências e oportunidades

O presente tópico tem como propósito explorar as características fundamentais, bem como o cenário atual e as projeções futuras do mercado de produtos eróticos. Esta análise permitirá uma compreensão abrangente das dinâmicas que moldam esse setor, incluindo os fatores sociais, culturais e econômicos que influenciam as tendências de consumo. Serão discutidos os elementos essenciais que definem o mercado de produtos eróticos, abrangendo desde a diversidade de produtos disponíveis até as inovações tecnológicas que estão transformando a forma como os consumidores interagem com esses itens.

4.1. Passado e presente dos produtos eróticos

Os brinquedos eróticos têm uma história tão antiga quanto o próprio erotismo. Arqueólogos descobriram que, há milhares de anos, os seres humanos primitivos já esculpiam objetos com formatos fálicos, antes mesmo da invenção da roda ou da escrita (Lieberman, 2017). O que não se sabe ao certo se esses objetos eram realmente utilizados para fins de prazer sexual, pois eram feitos de materiais como calcário, osso, marfim e até dentes. Alguns arqueólogos sugerem que poderiam ter sido usados como ferramentas para afiar flechas e lanças ou como parte de rituais religiosos e culturais (Lieberman, 2017). Um dos objetos mais antigos já encontrados apresenta marcas visíveis de arranhões, o que pode sugerir seu uso na fabricação de outras ferramentas. No entanto, considerando o formato específico e a falta de consenso sobre sua função exata, Lieberman (2017) sugere que esses objetos eram provavelmente utilizados como brinquedos sexuais. Além disso, alguns estudiosos acreditam que esses primeiros "dildos" também poderiam ter sido usados em cerimônias de defloração de mulheres jovens, reforçando a possibilidade de uma finalidade sexual ou ritualística (Lieberman, 2017).

No Antigo Egito, foram também encontrados objetos muito similares aos dildos em pinturas datadas de cerca de 3000 anos a.C. Essas pinturas retratavam mulheres com grandes falos a volta da cintura, em rituais de homenagem ao deus Osíris (Lieberman, 2017). No entanto, foi na Grécia Antiga que os dildos se tornaram objetos cotidianos, pois os gregos eram muito mais abertos à sexualidade (Lieberman, 2017). Os símbolos fálicos sempre foram muito presentes na cultura grega, por exemplo, imagens do deus Príapo da fertilidade em que era retratado com um grande pênis ereto, eram muito utilizadas em locais públicos como forma de proteção de mal olhado e contra forças malignas (Lieberman, 2017).

Também haviam objetos muito similares aos atuais dildos, feitos de couro e enchidos com lã, lubrificados com azeite que eram utilizados para exploração do prazer sexual, sobretudo para a masturbação, mas também para outras finalidades, sendo utilizados em conjunto com outros parceiros sexuais (Lieberman, 2017; Malta & , 2018). Além dos povos gregos, foram encontrados vestígios de objetos fálicos em outras culturas. Os romanos, por exemplo, utilizavam objetos similares aos dildos em cerimônias de defloração. Da mesma forma, os indianos também possuíam objetos deste género, sendo inclusive mencionados no Kama Sutra, que aconselhava os homens a utilizá-los para satisfazer suas esposas quando não eram capazes (Lieberman, 2017).

Embora os objetos fálicos e dispositivos rudimentares para prazer sexual tenham sido utilizados por várias civilizações antigas, a evolução desses artefatos acompanhou o avanço das tecnologias e mudanças sociais. Com o tempo, os brinquedos eróticos se transformaram de peças artesanais e simbólicas em dispositivos mais sofisticados, especialmente com a chegada da era moderna, quando inovações científicas e mecânicas permitiram o desenvolvimento dos primeiros vibradores. Em sua origem, os vibradores tinham uma finalidade bastante distinta do seu atual uso, visto que foram criados como uma espécie de tratamento da histeria (Gregori, 2011). A histeria, nome derivado do grego “hysteron” que significa útero, foi considerada por muitos séculos uma doença feminina, associada às ambições das mulheres com as novas oportunidades decorrentes da Segunda Revolução Industrial, principalmente no mercado de trabalho e na educação (Gregori, 2011). As autoridades médicas consideravam que as mulheres que ansiavam por realidades distintas da tradicional função de cuidar da casa e dos filhos, eram acometidas por essa doença. E na tentativa de identificar um tratamento que trouxesse de volta sanidade das mulheres, em 1869 o médico norte-americano George Taylor desenvolveu o primeiro massagador vibratório, movido a vapor, com o objetivo de tratar especialmente a irritabilidade, insônia e ansiedade das mulheres (Gregori, 2011). Ainda como ferramenta de tratamento, na década seguinte Josheph Mortimer Granville, um médico inglês criou um modelo semelhante, mas movido à bateria e portátil (Gregori, 2011).

Esses objetos podem ser vistos como precursores dos produtos eróticos modernos, embora, de forma irônica, muitos dos primeiros dispositivos tenham sido criados com a intenção de inibir a masturbação feminina, considerada uma prática indevida e até mesmo patológica. Paradoxalmente, tais instrumentos acabaram por se transformar exatamente no que visavam reprimir, sendo incorporados ao longo do tempo em práticas de autoconhecimento e prazer sexual, contribuindo para a evolução da sexualidade e para a normalização do uso de brinquedos

eróticos. Hodiernamente, o mercado dos produtos eróticos está em franca expansão, sendo avaliado em cerca de 40 bilhões de dólares, crescimento muito relacionado à democratização do uso desse nicho e a evolução da indústria (Albury et al., 2023).

4.1. Características do mercado dos produtos eróticos

O percurso do mercado dos produtos eróticos tem passado por uma evolução notável, refletindo as mudanças significativas nas percepções sociais, culturais e sexuais ao longo dos anos. Inicialmente marginalizados e envoltos em estigmas, os brinquedos sexuais agora ocupam um espaço central no discurso sobre prazer e saúde sexual (Ronen, 2021). É interessante perceber que a sexualidade, sobretudo a feminina, assumiu uma interpretação muito distinta da forma como era vista há poucas décadas, há um certo grau de liberdade obscena que incentiva que as relações sexuais sejam mais divertidas e frequentes (Ronen, 2021).

Os brinquedos sexuais que antes eram relegados às margens da moralidade, agora estão no centro do prazer sexual, muito em decorrência da sua interligação com as vendedoras desses produtos, que por norma, são mulheres e feministas (Ronen, 2021). Ainda que essa diminuição das barreiras associadas ao uso dos produtos eróticos seja bastante notável, persistem algumas controvérsias morais, que classificam determinados produtos como menos ou mais aceitos socialmente. No ano de 2019 a US Consumer Electronic Shoew (CES) retirou um prêmio recebido por uma empresa de produtos eróticos, alegando que era demasiado imoral e indecente (Ronen, 2021). Este incidente ressalta que, apesar do progresso, a aceitação social dos brinquedos sexuais ainda enfrenta desafios significativos.

Controvérsias semelhantes são observadas com os produtos direcionados para o público masculino, pois, ao contrário da expectativa comum de que os homens dominem esse segmento, a maioria dos consumidores é, de fato, feminina (Ronen, 2021). Embora haja um consenso generalizado de que os homens são mais sexuais do que as mulheres, Ronen (2021) destaca que os produtos direcionados para o sexo masculino provocam maior desconforto, mesmo para os profissionais do setor. Os produtos desenvolvidos para especificamente para o público masculino, possuem um nível menor de detalhamento, tanto no que se refere a sua funcionalidade, quanto no design. Essa tendência sugere uma suposição de que os homens seriam um público menos exigente do que as mulheres, em virtude de sua maior predisposição sexual (Ronen, 2021). Enquanto que os produtos direcionados para as mulheres, são projetados com dimensões e designs adaptados, apresentando características específicas que atendem a uma variedade de necessidades, os itens como masturbadores e anéis penianos são, em geral,

menos desenvolvidos. Esses produtos tendem a oferecer efeitos limitados em relação ao orgasmo masculino, refletindo uma abordagem menos cuidadosa em comparação com suas contrapartes femininas (Ronen, 2021). Além disso, a escassez de produtos direcionados ao público masculino é notável, o que levanta questões sobre a percepção de mercado e a necessidade de inovação neste segmento. (Ronen, 2021),

Por outro lado, produtos mais específicos, como bonecas infláveis, são frequentemente mais elaborados e bem trabalhados. No entanto, esses itens ocupam uma posição moral de baixíssimo padrão em comparação com os produtos voltados para as mulheres, que são vistos como mais aceitáveis do ponto de vista social e moral (Ronen, 2021). Essa disparidade ilustra as diferentes normas sociais que cercam o prazer masculino e feminino, e ressalta a necessidade de uma reavaliação mais abrangente do mercado de produtos eróticos como um todo.

O desejo sexual das mulheres é o maior foco das marcas desenvolvedoras de produtos eróticos, pois existe um entendimento comum de que há um privilégio dos homens na facilidade de chegar ao ápice do prazer sexual, alguns autores defendem que as mulheres têm menor probabilidade de conseguir ter orgasmos em relações sexuais (Ronen, 2021). É como se houvesse um privilégio biológico dos homens e um privilégio mercadológico para as mulheres. Nesse contexto, os produtos direcionados ao público feminino têm se tornado o foco central da indústria, sendo desenvolvidos com ênfase em atender às suas necessidades específicas. No entanto, é fundamental reconhecer que o mercado está se expandindo para incluir uma variedade crescente de produtos voltados para diferentes públicos. Atualmente, há um aumento significativo na oferta de itens direcionados a homens, casais e até mesmo pessoas idosas. Além disso, a criação de produtos cada vez mais tecnológicos representa uma tendência promissora que o mercado pode explorar.

4.3. Futuro dos produtos eróticos

O futuro do mercado de sextoys está intrinsecamente ligado à evolução das percepções sociais sobre sexualidade e ao crescente reconhecimento da diversidade nas experiências sexuais. Apesar dos estigmas que persistem, especialmente em relação à sexualidade na terceira idade, as mudanças culturais e a aceitação crescente da sexualidade como uma parte normal e saudável da vida humana estão criando novas oportunidades para inovação e crescimento no setor (Kyriazis, 2023). As tecnologias emergentes, como sextech e femtech, estão moldando a forma como os consumidores interagem com os produtos e serviços, proporcionando experiências mais personalizadas e acessíveis (Albury et al., 2023). As aplicações de saúde sexual e

plataformas que promovem o prazer são um reflexo dessa mudança, desafiando a noção tradicional de que a sexualidade é exclusiva para os jovens e os heterossexuais.

A interseção entre sextech e femtech representa uma área promissora para o futuro dos sextoys. Os dispositivos inovadores, como vibradores inteligentes e brinquedos sexuais conectados, não apenas oferecem prazer, mas também prometem melhorar a saúde sexual das mulheres e promover o autoconhecimento (Albury et al., 2023). Conforme a pesquisa de Lieberman (2017) destaca, a crescente independência econômica e sexual das mulheres está impulsionando a demanda por produtos que atendam às suas necessidades específicas. Além disso, o papel das mulheres lésbicas e queer na criação de um novo mercado não pode ser subestimado; suas experiências e perspectivas estão moldando a inovação e a comercialização de sextoys, permitindo uma representação mais inclusiva e diversa (Albury et al., 2023).

Outra tendência que molda o futuro do mercado de sextoys é a digitalização e o uso de dados. À medida que mais brinquedos sexuais incorporam tecnologia, a coleta de dados sobre preferências e comportamentos dos usuários se torna comum (Albury et al., 2023). Essa coleta pode, em teoria, enriquecer a experiência do usuário, permitindo que os dispositivos se adaptem e evoluam com base nas necessidades individuais. No entanto, isso também levanta questões importantes sobre privacidade e segurança de dados. As vulnerabilidades associadas a brinquedos sexuais conectados e o uso de perfis sexuais algorítmicos podem resultar em implicações sérias, amplificando a discriminação e afetando o acesso a serviços essenciais (Albury et al., 2023).

Diante desse cenário dinâmico e em constante transformação, a Safadeusa surge como uma resposta inovadora às lacunas existentes no mercado de produtos eróticos. Com um compromisso firme de desafiar tabus e promover uma abordagem inclusiva e saudável em relação à sexualidade, a empresa estará posicionada para explorar os avanços tecnológicos que moldam o setor. Ao focar em uma experiência personalizada e diversificada, a Safadeusa visa atender às demandas dos consumidores modernos, e também contribuir para a desestigmatização do prazer sexual. Dessa forma, a Safadeusa se estabelece como uma marca que não apenas reconhece as transformações da sexualidade contemporânea, mas também se dedica a fomentar um diálogo aberto e positivo sobre o prazer, a intimidade e a saúde sexual.

Capítulo 5. Estudo de mercado - Safadeusa

5.1. Sumário executivo

A Safadeusa é uma proposta de negócio que tem o objetivo de transformar o mercado de produtos eróticos, oferecendo uma solução inovadora que combina personalização, surpresa e discrição. A ideia surgiu a partir da identificação de uma necessidade clara: a quebra do estigma social que ainda permeia a compra de produtos eróticos, e que resulta em desconforto e vergonha para os consumidores. Neste contexto, a proposta principal da Safadeusa é promover mudança de paradigma na aquisição de produtos eróticos, ao proporcionar aos clientes uma experiência de compra discreta, personalizada, surpreendente e acessível, sem comprometer a qualidade dos produtos.

A nossa proposta central é a “*Sex Box*”, uma caixa surpresa de produtos selecionados de forma personalizada por um algoritmo de Inteligência Artificial (IA), que permite a recomendação de produtos com base nos perfis individuais de cada cliente, construídos através de questionários e dos feedbacks, que servirão para a iteração e melhoria do processo seleção. A personalização dos produtos irá considerar as preferências e o bem-estar emocional dos clientes, permitindo que adquiram produtos sem a necessidade de sofrerem a pressão de escolha e tendo uma experiência única de compra. Para facilitar o processo, iremos fornecer como fator diferenciador a possibilidade de assinatura de pacotes, muito semelhante ao que ocorre com plataformas de *streaming*, mas ao invés de filmes, os clientes receberão experiências de prazer. Ressalta-se ainda que a Safadeusa possui um forte compromisso com a sustentabilidade que é também um dos nossos principais fatores diferenciadores, pois, sempre que possível optaremos por utilizar embalagens ecológicas, recicláveis e reutilizáveis, assim como estabelecer parcerias com fornecedores ecologicamente responsáveis que produzem artigos biodegradáveis e recarregáveis, consolidando nosso foco em responsabilidade ambiental.

Do ponto de vista estratégico, a implementação da empresa envolverá:

- Desenvolvimento de uma plataforma online otimizada, impulsionada por IA, para garantir uma experiência de compra fluida e discreta;
- Campanhas de marketing digital e pacotes de fidelidade para incentivar o engajamento contínuo dos clientes;
- Estruturação de uma equipe qualificada para execução, monitoramento e ajustes contínuos do projeto (futuro).

Em síntese, a Safadeusa pretende ser muito mais do que um simples sexshop, nosso objetivo é sermos reconhecidos por redefinir a narrativa e desmistificar preconceitos associados ao sexo e ao prazer e oferecer uma experiência de compra única, envolvente e sobretudo inovadora para nossos futuros clientes, posicionando-nos como líderes nesse segmento de mercado.

5.2. Descrição do produto

O mercado dos produtos eróticos está bastante consolidado, sobretudo quando está em causa a venda online desta tipologia de produtos, o número de concorrentes é incontável. Por essa razão, a proposta da Safadeusa não é vender produtos eróticos, mas sim, vender experiências de prazer para os clientes, através de um modelo de negócios pouco convencional e o uso de tecnologias para identificação do perfil dos clientes. Através de um algoritmo baseado num sistema de questionário-feedback, a empresa irá definir produtos adequados para diferentes perfis de consumidores. Para tal, a Safadeusa funcionará por meio de assinaturas bimensais, com diferentes tipos de pacotes, em que os produtos enviados corresponderão ao valor do pacote escolhido. Inicialmente, serão disponibilizados três tipos de pacotes de assinatura com diferentes valores, desde opções de baixo custo até pacotes mais abrangentes, a fim de atender ao maior público possível. Além disso, serão também disponibilizados pacotes avulsos e campanhas comemorativas para indivíduos que não queiram assinar de imediato, sendo que os valores desses pacotes também terão variação de valores a partir de dez euros. Ademais, o objetivo primordial da marca é promover uma mudança na percepção pública sobre o uso de produtos eróticos, promovendo-os como complementos saudáveis em relacionamentos e como elemento indispensável para a saúde sexual e mental. Isso será enfatizado na estratégia de *branding*, que se afastará de narrativas de "substituição" para adotar a ideia de aprimoramento da intimidade e prazer.

Diferenciais chave do modelo:

- **Personalização e fator surpresa:** produtos selecionados com base em preferências únicas, proporcionando uma experiência de surpresa para o cliente que só saberá qual(is) o(s) produto(s) ao receber a sex box em casa.
- **Discrição:** processo de compra totalmente anônimo e entrega discreta, garantindo privacidade e proteção dos dados pessoais.
- **Sustentabilidade:** uso, sempre que possível, de embalagens ecológicas e parcerias com fornecedores que utilizam materiais biodegradáveis e recarregáveis.

- **Planos de assinatura:** preços acessíveis e variados, adaptados a diferentes níveis de renda e preferências.

Através desse modelo de negócio a empresa visa promover não apenas a conveniência, mas uma nova forma de enxergar e consumir produtos eróticos, focada no bem-estar físico e emocional e na aceitação do prazer como algo cotidiano e intrínseco à natureza humana.

5.3. Análise do meio envolvente – PESTAL

A realização de um estudo de mercado meticuloso é indispensável para o lançamento de qualquer novo negócio, particularmente em setores altamente competitivos como o dos sex shops online. Apesar de ser um mercado consolidado, ainda existem muitos nichos que podem ser explorados, razão pela qual, é fundamental conhecer o contexto em que o negócio será inserido para evitar possíveis problemas futuros. Desse modo, é necessário observar os contextos político, económico, tecnológico, ambiental e legal que podem influenciar a implementação e manutenção da empresa

5.3.1. Político

Em Portugal existem diversos fatores políticos que podem influenciar o sucesso de empresas que promovem a comercialização de produtos relacionados ao sexo e ao prazer, sobretudo por ser um tema considerado de grande sensibilidade. As alterações legislativas, por exemplo, podem afetar de forma drástica o negócio, num possível cenário de ascensão de governos conservadores, a venda desse nicho de produtos pode ser suprimida através da aplicação de normas restritivas. Ademais, normas relacionadas ao marketing, à proteção de dados pessoais e a comercialização online podem também ter efeito sobre a estabilidade da empresa. As determinações das agências reguladoras são também um fator político bastante relevante, isto porque, em caso de incumprimento de qualquer das regras estabelecidas pela ASAE, por exemplo, podem ser razão suficiente para que a empresa seja fechada.

5.3.2. Económicos

Segundo dados obtidos pela Research and Markets (2022), atualmente estima-se que o mercado dos produtos eróticos esteja avaliado em 41,3 mil milhões de dólares, com uma previsão de crescimento exponencial até 2030, podendo chegar aos 75 mil milhões de dólares, o que representa uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 7,7% durante o período (Research And Markets, 2022). Esse crescimento é justificado por alguns fatores, nomeadamente o aumento do interesse de públicos mais velhos por produtos eróticos, e a

desmistificação da imoralidade do sexo (Research And Markets, 2022). Ademais, ao contrário do que ocorreu com outras indústrias, a pandemia do Covid-19 estimulou o crescimento desse ramo mercadológico, sobretudo com o público das mulheres solteiras (Research And Markets, 2022).

Seguindo a tendência mundial, no cenário europeu, o mercado dos produtos eróticos foi avaliado em cerca de 8,5 mil milhões de dólares em 2021, com uma estimativa de crescimento anual de 7,6%, atingindo até 2030 o valor de 16,4 mil milhões de dólares (Spherical Insites, 2022). A desconstrução do tabu relacionado ao sexo na Europa é uma das principais motivações para o fortalecimento do mercado, ademais, a correlação entre o sexo a saúde e o bem-estar, influencia a aquisição de produtos que promovem o prazer (Spherical Insites, 2022). Dentre os países europeus que mais movimentam o mercado são a Alemanha, França, Reino Unido, Itália e Espanha, sendo que o conjunto dos demais representam ainda uma parcela muito inferior em relação aos anteriores (Spherical Insites, 2022). Por sua vez, e graças ao constante avanço das novas tecnologias, o mercado dos produtos eróticos é atualmente muito movimentado através das lojas virtuais, pelo que se encontra em uma expectativa de crescimento significativo (Research And Markets, 2022). Efetivamente, a aquisição desses produtos de forma virtual é bastante mais discreta e acessível, mesmo para indivíduos que sintam muito constrangimento na compra, por esta razão, é expectável que haja uma forte transição ao longo das próximas décadas, das lojas presenciais para as virtuais (Research And Markets, 2022).

Apesar deste crescimento expressivo no contexto mundial e europeu, o cenário econômico atual em Portugal é desafiador, com queda no poder de compra devido à inflação e políticas macroeconômicas. Para que o negócio seja estável, será necessário criar uma estratégia de preços cuidadosamente ajustada, nomeadamente através da criação de planos de assinatura mais acessíveis, que variam entre os 10 e os 100 euros, garantindo que os produtos atendam a diferentes faixas de renda. Também serão criadas ofertas de fidelização com descontos para clientes recorrentes, incentivando a continuidade das compras e campanhas promocionais temáticas para assegurar o interesse dos clientes. A previsão é de que cerca de 10 a 15% dos clientes pertencentes aos estratos sociais mais elevados optarão pelo pacote premium, enquanto a maior parte dos consumidores adquirirá planos de fidelidade de menor custo. O modelo de assinatura garantirá um fluxo contínuo de receita e maior retenção de clientes e os pacotes avulsos e promocionais servirão como meio de atração de novos clientes.

5.3.3. Social

Um estudo realizado pela Faculdade de Psicologia da Universidade do Porto em 2024, constatou que mais de 50% dos portugueses entrevistados encontram-se insatisfeitos com sua vida sexual, por razões diversas (Nobre, 2024). Esse resultado demonstra que apesar das mudanças sociais significativas em relação ao consumo de produtos eróticos, impulsionada pela maior aceitação social, há ainda uma grande insatisfação sexual no país, que está muitas vezes relacionada à falta de autoconhecimento e abertura para a exploração de novas experiências. Neste cenário, a Safadeusa pretende aproveitar essa lacuna do mercado, não apenas oferecendo produtos, mas redefinindo o discurso ao redor da sexualidade, rompendo com tabus e promovendo o bem-estar sexual como parte intrínseca à natureza humana. Além disso, a experiência personalizada e a entrega discreta ajudarão a reduzir o desconforto e o estigma associados a esse tipo de compra, tendo como consequência a longo prazo a melhoria da satisfação sexual da população.

5.3.4. Tecnológico

O avanço das tecnologias, sobretudo no que respeita à inteligência artificial, é um ponto fulcral para o sucesso do negócio, que está fortemente vinculado ao uso de algoritmos para a definição do perfil dos clientes. Além disso, o avanço das tecnologias relacionadas a realidade virtual e aumentada, poderá permitir a implementação de soluções mais sofisticadas e imersivas. Ademais, para alcançar uma penetração de mercado otimizada, o produto será promovido e vendido através de um website. Além da IA, a plataforma terá tecnologia de automação de marketing para oferecer campanhas específicas e ajustar os planos de assinatura conforme o comportamento do consumidor. Segurança de dados será uma prioridade, com criptografia e anonimização das informações dos clientes, garantindo uma compra segura e sem riscos de exposição. A inovação no âmbito do desenvolvimento de produtos cada vez mais tecnológicos é também um fator que influenciarão o sucesso do negócio, pois os clientes serão sempre instigados a conhecer novos e modernos produtos.

5.3.5. Ambiental

A preocupação com a sustentabilidade é um dos pilares da Safadeusa. O mercado de produtos eróticos ainda tem muito a evoluir em termos de responsabilidade ambiental, e a marca se posiciona como pioneira nesse aspeto. A empresa será caracterizada pela utilização de embalagens recicláveis e reutilizáveis, não apenas para diminuir o impacto ambiental, mas também para criar uma imagem verde e consciente, o que é cada vez mais valorizado pelos

consumidores modernos. Além disso, as parcerias com fornecedores que utilizam materiais biodegradáveis e recarregáveis garantirão que os produtos sejam sustentáveis ao longo do ciclo de vida. Isso inclui vibradores e outros dispositivos que podem ser recarregados, reduzindo o uso de baterias descartáveis, e lubrificantes feitos com ingredientes naturais, evitando químicos prejudiciais ao meio ambiente. Por fim, serão explorados programas de logística reversa, onde os consumidores poderão, futuramente, devolver as embalagens ou produtos para reciclagem, reforçando nosso compromisso com a sustentabilidade. Essa estratégia não apenas reduzirá o impacto ambiental, mas também fidelizará os clientes, que se sentirão parte de uma comunidade consciente.

5.3.6. Legal

Portugal tem adotado regulamentações específicas para o setor de produtos sexuais, e a Safadeusa irá cumprir rigorosamente essas normas, garantindo que todas as operações estejam em conformidade com as legislações locais e europeias. Nossa plataforma incluirá:

- **Avisos de restrição de idade:** Exibição clara de avisos para garantir que apenas maiores de 18 anos possam acessar e realizar compras no site, seguindo as regulamentações para venda de produtos adultos.
- **Política de privacidade rigorosa e conformidade com o RGPD:** A Safadeusa está comprometida com a proteção dos dados pessoais dos clientes, adotando práticas de segurança que atendem integralmente ao Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD). Serão implementadas políticas transparentes sobre coleta, armazenamento e uso dos dados, permitindo que os usuários tenham total controle sobre suas informações, incluindo o direito de solicitar a exclusão ou modificação dos dados a qualquer momento. Medidas de segurança adicionais, como criptografia de dados e autenticação reforçada, serão aplicadas para garantir que a identidade e as preferências dos clientes sejam mantidas em absoluto sigilo.
- **Conformidade com normas de venda à distância:** A Safadeusa seguirá o Decreto-Lei 174/2012, que rege a comercialização de produtos à distância, assegurando os direitos dos consumidores, incluindo a transparência nas condições de compra e devolução.

5.4. Análise SWOT

5.4.1. Strengths (Forças):

- Inovação disruptiva: A Safadeusa se destaca como uma solução inovadora no mercado de sex-shops virtuais ao oferecer uma experiência de compra altamente personalizada, baseada em Inteligência Artificial (IA). Até o momento, não há concorrentes diretos com uma proposta similar, o que nos posiciona como um pioneiro nesse segmento.
- Personalização e discrição: A IA oferece autonomia e discrição aos clientes, transformando a experiência de compra em algo seguro e adaptado a preferências individuais. A combinação da IA com a “Sex Box” personalizada cria uma experiência sensorial única, onde o cliente não sabe o que vai receber, gerando surpresa e engajamento emocional.
- Escalabilidade internacional: A plataforma será projetada para ser multilíngue, o que facilita a expansão para outros mercados além de Portugal, atingindo países europeus com relativa facilidade. Isso oferece uma oportunidade significativa de crescimento global.
- Evolução tecnológica: A tecnologia de IA utilizada pode ser expandida no futuro para integrar realidade virtual ou audiodescrição, melhorando ainda mais a experiência do cliente. Além disso, a plataforma pode ser ajustada continuamente, incorporando feedbacks e novos desenvolvimentos tecnológicos, mantendo-nos na vanguarda da inovação.
- Sustentabilidade e ética: A marca adota práticas sustentáveis tanto nas embalagens recicláveis quanto nos produtos biodegradáveis. Isso nos alinha às demandas de consumidores modernos por empresas responsáveis do ponto de vista ambiental.

5.4.2. Weaknesses (Fraquezas):

- Desafios econômicos: O cenário econômico adverso em Portugal pode dificultar a adoção rápida do serviço, uma vez que o poder de compra está reduzido. A alta inflação e o aumento das taxas de juros podem impactar as decisões de compra dos consumidores, especialmente em produtos não essenciais.
- Dependência de tecnologia em desenvolvimento: O algoritmo de IA ainda está em fase de desenvolvimento, e sua efetividade será crucial para o sucesso do negócio. Falhas ou

atrasos nessa área podem comprometer a personalização da experiência e a satisfação do cliente.

- Desconhecimento da marca: Como uma nova marca no mercado, será necessário um investimento significativo em marketing para ganhar visibilidade e confiança. O sucesso dependerá da nossa capacidade de construir rapidamente uma base de clientes fiéis e transmitir credibilidade.
- Tempo de implementação: O processo de aquisição de clientes e penetração de mercado será gradual, podendo demorar de dois a três anos para atingir resultados consistentes. Durante esse período, a empresa precisará se manter financeiramente estável enquanto constrói sua presença.
- Necessidade de parcerias: O sucesso da Safadeusa também depende da capacidade de formar parcerias estratégicas, especialmente com influencers, psicólogos e sexólogos, que podem agregar valor à marca. A dificuldade em estabelecer essas parcerias no início pode limitar o alcance.

5.4.3. Opportunities (Oportunidades):

- Análise de dados para personalização avançada: O uso de IA e machine learning não apenas personaliza a experiência, mas também nos permite analisar o comportamento dos consumidores e prever tendências futuras. Isso pode ser utilizado para lançar novos produtos de forma mais precisa e criar campanhas de marketing segmentadas.
- Expansão geográfica: A natureza digital da Safadeusa permite uma expansão geográfica rápida, especialmente em mercados pouco explorados ou onde há uma ausência de lojas físicas de produtos eróticos. Isso oferece oportunidades de crescimento em regiões subatendidas.
- Educação e conteúdo digital: Criar uma plataforma de conteúdo educacional sobre saúde sexual e bem-estar pode fortalecer a marca e criar um relacionamento mais profundo com os consumidores. Webinars, blogs e vídeos educacionais podem posicionar a Safadeusa como uma fonte confiável de conhecimento, além de um vendedor de produtos.
- Sustentabilidade como diferencial: A crescente demanda por produtos sustentáveis pode ser explorada para posicionar a Safadeusa como uma marca ética e eco-friendly, criando

uma conexão emocional com consumidores que valorizam práticas ambientais responsáveis.

- **Tecnologias emergentes:** A integração de realidade aumentada (RA) ou virtual (RV) pode transformar a experiência de compra online, oferecendo aos consumidores a chance de visualizar produtos em 3D ou interagir com eles antes de realizar a compra. Isso aumentaria o nível de engajamento e diferenciaria ainda mais a marca.
- **Modelos de assinatura e fidelidade:** O modelo de assinatura bimensal da Safadeusa, com a oferta de caixas surpresa, oferece receita recorrente e promove fidelidade do cliente. A criação de diferentes níveis de assinaturas pode aumentar o valor vitalício do cliente e melhorar a retenção.
- **Parcerias estratégicas:** Parcerias com clínicas de saúde, psicólogos e sexólogos, além de influenciadores digitais, podem agregar credibilidade à marca e aumentar a visibilidade. Esses profissionais também podem auxiliar na validação do produto, promovendo-o como parte de um estilo de vida saudável.

5.4.4. Threats (Ameaças):

- **Dependência de terceiros:** A Safadeusa depende de fornecedores e distribuidores externos para garantir a qualidade e pontualidade dos produtos. Qualquer falha na cadeia de suprimentos pode afetar diretamente a experiência do cliente, resultando em perda de confiança e reputação.
- **Falta de controle sobre o stock:** A ausência de estoque próprio pode levar à escassez de produtos em momentos de alta demanda, prejudicando as vendas e permitindo que concorrentes capturem parte do mercado.
- **Concorrência e imitação rápida:** A barreira de entrada relativamente baixa no setor de e-commerce significa que novos concorrentes podem surgir rapidamente, imitando o modelo de negócios e colocando em risco nossa vantagem competitiva.
- **Vulnerabilidade tecnológica:** Sendo uma plataforma digital altamente dependente de IA, estamos expostos a riscos como falhas tecnológicas, bugs e ataques cibernéticos. Esses problemas podem comprometer a operação e afetar a confiança dos clientes.
- **Mudanças regulatórias:** Leis que afetam o comércio de produtos eróticos ou o uso de dados pessoais em plataformas digitais podem impactar diretamente nosso modelo de

negócios. Qualquer mudança abrupta na regulamentação pode exigir ajustes rápidos e onerosos.

- Privacidade e uso de dados: O uso de dados pessoais para personalizar as ofertas levanta questões sobre privacidade e segurança. Um incidente envolvendo o vazamento ou mau uso de dados poderia resultar em perda de credibilidade, multas regulatórias e até processos judiciais.
- Variação econômica: Como o mercado de produtos eróticos é considerado não essencial, pode ser altamente vulnerável a flutuações econômicas que afetam o poder de compra dos consumidores. Crises econômicas podem impactar drasticamente as vendas.

5.5. Tamanho do Mercado

Mesmo com todas as sensibilidades suscitadas com a venda de produtos eróticos, é um mercado avaliado com valores muito expressivos. De acordo com dados obtidos pela Research And Markets (2022), atualmente estima-se que o mercado dos produtos eróticos está avaliado em 41,3 mil milhões de dólares, com uma previsão de crescimento exponencial até 2030, podendo chegar aos 75 mil milhões de dólares, o que representa uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 7,7% durante o período (Research And Markets, 2022). Esse crescimento é justificado por alguns fatores, nomeadamente o aumento do interesse de públicos mais velhos por produtos eróticos, e a desmistificação da imoralidade do sexo (Research And Markets, 2022). Ademais, ao contrário do que ocorreu com outras indústrias, a pandemia do Covid-19 estimulou o crescimento desse ramo mercadológico, sobretudo com o público das mulheres solteiras (Research And Markets, 2022). Seguindo a tendência mundial, no cenário europeu, o mercado dos produtos eróticos foi avaliado em cerca de 8,5 mil milhões de dólares em 2021, com uma estimativa de crescimento anual de 7,6%, atingindo até 2030 o valor de 16,4 mil milhões de dólares (Spherical Insites, 2022). A desconstrução do tabu relacionado ao sexo na Europa é uma das principais motivações para o fortalecimento do mercado, ademais, a correlação entre o sexo a saúde e o bem-estar, influencia a aquisição de produtos que promovem o prazer (Spherical Insites, 2022).

Dentre os países europeus que mais movimentam o mercado são a Alemanha, França, Reino Unido, Itália e Espanha, sendo que o conjunto dos demais representam ainda uma parcela muito inferior em relação aos anteriores (Spherical Insites, 2022). Por sua vez, e graças ao constante avanço das novas tecnologias, o mercado dos produtos eróticos é atualmente muito

movimentado através das lojas virtuais, pelo que se encontra em uma expectativa de crescimento significativo (Research And Markets, 2022). Efetivamente, a aquisição desses produtos de forma virtual é bastante mais discreta e acessível, mesmo para indivíduos que sintam muito constrangimento na compra, por esta razão, é expectável que haja uma forte transição ao longo das próximas décadas, das lojas presenciais para as virtuais (Research And Markets, 2022). A expectativa de crescimento anual desse nicho mercadológico supera a europeia e mesmo a mundial, visto que é esperado um crescimento de cerca de 15,52%, visto que está atualmente estimado em 14 mil milhões de dólares e a expectativa é que atinja cerca de 44,4 mil milhões de dólares (Research And Markets, 2022).

5.6. Concorrência

A concorrência no mercado de brinquedos eróticos é significativa, especialmente em Portugal, onde uma pesquisa de mercado da Empresite indica que o setor deve crescer a uma média anual de 13,8% entre 2022 e 2030. Entre as principais empresas que operam neste mercado, destacam-se:

- **Sex Shop 1001 Noites**
- **Koisas Dadultos SexShop**
- **N&R Store**
- **Desejoardente**
- **Sex it Up**
- **Ousadias SexShop Online**
- **Quycky**
- **Bijoux Indiscrets**
- **Maleta Vermelha**
- **Mister Cock**
- **Lx Sex Shop**

É importante notar que, entre as 178 empresas e empresários individuais no setor, aproximadamente 70% são microempresas. Este fato ressalta a fragmentação do mercado, com muitas pequenas empresas competindo por fatias do mercado local e online. Embora algumas

dessas empresas possuam lojas físicas, a maioria mantém pelo menos um site, e muitos oferecem a funcionalidade de e-commerce, permitindo que alcancem uma clientela mais ampla. A presença online se torna um diferencial competitivo, especialmente em tempos de pandemia, onde as compras presenciais diminuíram e a demanda por conveniência e discrição aumentou.

5.7. Análise do Público-alvo

A análise do público-alvo revela uma segmentação bem definida. O segmento primário é constituído por mulheres com idades entre 25 e 45 anos, que têm um crescente interesse em produtos eróticos, mas ainda enfrentam barreiras relacionadas a tabus e estigmas sociais que envolvem o sexo. Essas mulheres estão cada vez mais buscando maneiras de melhorar sua vida sexual e explorar sua sexualidade de forma segura e prazerosa.

Um segundo segmento de interesse abrange pessoas com mais de 55 anos. De acordo com estudos consultados, esse grupo demográfico está se tornando mais consciente da importância da saúde sexual e do bem-estar, mostrando uma tendência crescente em manter a atividade sexual durante a terceira idade. Essa mudança de mentalidade é impulsionada por campanhas de conscientização sobre a saúde sexual e o envelhecimento saudável, bem como pela melhoria das opções de produtos voltados para essa faixa etária.

Os interesses dos consumidores abrangem uma ampla gama de categorias de produtos, desde brinquedos sexuais e vestuário erótico até produtos voltados para o bem-estar sexual e saúde reprodutiva. Essa diversidade no público-alvo indica a necessidade de estratégias de marketing diferenciadas para atender às diferentes necessidades e expectativas dos consumidores.

5.8. Tendências do Mercado

O mercado de produtos eróticos está passando por uma verdadeira revolução, com mudanças culturais que promovem a aceitação da sexualidade como uma parte integral e saudável da vida. Projeções indicam que o setor crescerá em cerca de 9,83 bilhões de dólares até 2024, impulsionado por um aumento na demanda por produtos que atendam às necessidades diversas dos consumidores. Esse crescimento reflete não apenas a quebra de tabus, mas também a adaptação do mercado a novas tendências tecnológicas e sociais.

Um dos principais fatores que impulsionam essa expansão é o avanço tecnológico dos produtos eróticos. A chegada dos chamados “brinquedos sexuais conectados” – dispositivos que podem ser controlados remotamente via aplicativos – tem proporcionado novas formas de interação à distância, especialmente para casais em relacionamentos à distância. Durante a pandemia de COVID-19, a demanda por essas tecnologias aumentou consideravelmente, pois muitas pessoas

buscaram alternativas para manter a intimidade, mesmo quando fisicamente separadas. Esse avanço também inclui o uso de realidade aumentada e inteligência artificial para personalizar a experiência do usuário, ampliando as possibilidades de prazer e conexão.

A conscientização sobre a sustentabilidade e o consumo ético está ganhando força entre os consumidores de produtos eróticos. Existe uma demanda crescente por brinquedos sexuais feitos de materiais recicláveis, biodegradáveis ou de origem ética. Essa tendência, identificada por especialistas de mercado, reflete uma preocupação com o meio ambiente e com a responsabilidade social, o que está levando as empresas a adotar práticas de produção mais sustentáveis e transparentes. Isso inclui desde embaláveis até materiais que não agredem a saúde, como o silicone de grau médico.

Embora a maioria dos consumidores tradicionais de brinquedos eróticos resida em áreas urbanas, o crescimento do comércio eletrônico está mudando essa dinâmica. O acesso facilitado a produtos por meio de lojas online está aumentando a penetração do mercado em áreas rurais, onde a disponibilidade física desses itens costumava ser limitada. Com o estigma diminuindo e a privacidade garantida nas compras online, a aceitação da sexualidade está se espalhando para além das grandes cidades, criando oportunidades para o setor.

A pandemia também destacou a importância da sexualidade para o bem-estar geral das pessoas, reforçando a ideia de que a satisfação sexual é essencial para a saúde e felicidade. Essa visão mais holística está levando consumidores a priorizarem produtos que aprimorem sua vida sexual, como parte de uma abordagem integral de cuidados pessoais. A saúde sexual deixou de ser vista apenas como uma questão de função física, passando a integrar aspectos emocionais e psicológicos, o que impulsiona a busca por produtos que proporcionem não apenas prazer, mas também bem-estar.

Essas tendências apontam para um mercado o, onde a inovação tecnológica, a sustentabilidade e o foco no bem-estar moldam as preferências dos consumidores, abrindo caminho para novos modelos de negócios e estratégias de crescimento. O setor de produtos eróticos está, portanto, não apenas rompendo barreiras culturais, mas também adaptando-se a novas expectativas e necessidades, refletindo uma mudança de paradigma na forma como a sexualidade é percebida e vivenciada.

5.9. Conclusão

A análise do mercado de produtos eróticos revela um setor em franca expansão, impulsionado por mudanças culturais, inovações tecnológicas e novas demandas dos consumidores. Com a

previsão de crescimento significativo até 2024, é evidente que a aceitação da sexualidade como um aspecto essencial do bem-estar está remodelando as expectativas e comportamentos de compra. O aumento do interesse por produtos que proporcionam experiências mais conectadas e personalizadas, bem como o foco em soluções sustentáveis, reflete a evolução das necessidades dos consumidores, que estão cada vez mais informados e exigentes.

As inovações tecnológicas, como os brinquedos sexuais conectados e o uso de inteligência artificial, estão redefinindo a indústria, permitindo que as empresas ofereçam produtos com características que vão além do prazer físico, abrangendo também o fortalecimento de laços emocionais e a promoção do bem-estar holístico. Este novo cenário abre oportunidades para o desenvolvimento de produtos que integrem funcionalidades de saúde sexual e terapêuticas, posicionando o mercado de produtos eróticos em uma interseção crescente com o setor de saúde e bem-estar.

Por outro lado, a tendência de consumo ético e sustentável apresenta um desafio e, ao mesmo tempo, uma oportunidade para as empresas se diferenciarem por meio de práticas ambientalmente responsáveis. Com consumidores mais conscientes, as marcas que investirem em transparência, uso de materiais sustentáveis e redução do impacto ambiental em seus processos produtivos têm maior chance de construir uma imagem positiva e atrair um público fiel. A expansão do comércio eletrônico também facilita essa abordagem, ao permitir que as empresas alcancem uma base de consumidores mais ampla e diversificada, especialmente em áreas antes pouco atendidas.

Em resumo, o mercado de produtos eróticos está passando por uma transformação significativa, que vai além do simples crescimento em vendas. As mudanças nas preferências do consumidor, o avanço das tecnologias e a crescente conscientização sobre sustentabilidade indicam um futuro promissor para o setor, com espaço para inovação contínua. As empresas que souberem adaptar-se a essas tendências, integrando tecnologias emergentes e práticas responsáveis, estarão bem posicionadas para capturar uma fatia crescente desse mercado em transformação.

Capítulo 6. Relatório da análise da percepção dos potenciais clientes – Safadeusa

Introdução

O presente relatório apresenta uma análise detalhada das percepções e comportamentos dos potenciais clientes da Safadeusa em relação ao uso e aquisição de produtos eróticos, com base em dados coletados através de um inquérito. No total, foram recebidas 140 respostas, das quais 132 foram validadas após a exclusão de 8 participantes devido à idade, pois em função da sensibilidade da temática, participantes com idade inferior a 18 anos não foram considerados. O inquérito foi estruturado em diferentes partes: uma primeira parte abrangente a todos os participantes, para compreender um perfil sociodemográfico do grupo, seguida por uma pergunta sobre a utilização ou não de produtos eróticos. Para aqueles que afirmaram utilizar esta categoria de produtos, foi desenvolvida uma segunda parte destinada a entender o comportamento, padrões de uso e preferências, bem como a frequência de utilização e as preferências de aquisição destes produtos. Para aqueles que afirmaram não utilizar, foi desenvolvida uma seção para identificar motivações e barreiras para a não utilização destes produtos, a fim de perceber potenciais lacunas de mercado a serem exploradas futuramente pela empresa. Além dessas seções, uma parte final conjunta foi incluída, para permitir uma avaliação abrangente de fatores de interesse e oportunidades estratégicas, fundamentais para uma avaliação adequada do potencial de mercado da Safadeusa, fornecendo insights valiosos para a definição de estratégias de marketing, desenvolvimento de produtos e melhorias na experiência de compra.

Os dados recolhidos foram analisados e apresentados em gráficos que ilustram a percepção dos clientes em áreas como a importância da descrição nas compras, o interesse em assinaturas mensais e a adequação dos diferentes meios de aquisição. Essa análise permitiu-nos compreender o comportamento atual dos consumidores, e fornecem uma base sólida para que a Safadeusa desenvolva estratégias de inserção no mercado que sejam mais alinhadas às expectativas e necessidades de seus clientes. Além disso, o relatório permite que a Safadeusa identifique áreas de oportunidade e possíveis nichos de mercado que poderão ser futuramente explorados.

6.1. Perfil dos participantes do inquérito

O inquérito foi desenvolvido com o objetivo de compreender melhor as características e o perfil dos potenciais clientes da Safadeusa. Para tal, optou-se por realizá-lo de forma anónima, com poucas perguntas que identificassem características pessoais dos participantes. Desse modo, os participantes foram questionados sobre: Faixa etária, País de residência, Sexo, Orientação sexual e Status de relacionamento, informações pertinentes para a definição do perfil dos possíveis clientes.

A maioria dos respondentes pertence a faixa etária dos 18 aos 25 anos, representando um grupo jovem e potencialmente mais aberto a discutir questões relacionadas à sexualidade e produtos eróticos, com 84 participantes nessa faixa. Participantes entre 26 e 35 anos (32 pessoas) e 36 a 45 anos (8 pessoas) estão em menor número e apenas 7 participantes têm entre 46 e 55 anos. Não houve respostas acima de 56 anos, apesar da disponibilidade dessa opção, indicando que o interesse ou a disposição para participar do estudo pode diminuir em faixas etárias mais avançadas. Importa ainda destacar que 8 respondentes entre 15 e 17 anos não foram considerados devido à sensibilidade do tema, mantendo o foco nas idades legalmente mais apropriadas.

No âmbito geográfico, o inquérito contou com a participação majoritária de residentes em Portugal, país no qual o questionário foi aplicado, que compuseram cerca de 47% das respostas. Além disso, houve uma contribuição significativa de participantes de outros países lusófonos, como Brasil e Cabo Verde, além de respostas vindas de Espanha e Marrocos. Essa diversidade geográfica sugere que o tema desperta interesse em diferentes contextos culturais e linguísticos, embora a maior concentração de respostas em Portugal reflita um público mais local.

Quanto ao gênero, a pesquisa foi predominantemente composta por mulheres, que representaram 70% dos participantes, conforme denota-se na figura 1. Os homens representaram 29% do total, e 1% dos respondentes não se identificou com nenhum dos gêneros. Essa diferença de representatividade pode indicar que as mulheres, em sua maioria, estão mais dispostas a discutir e explorar o uso de produtos eróticos, o que pode sugerir uma maior aceitação ou curiosidade em relação ao tema entre esse grupo. Por outro lado, os homens frequentemente mantêm-se numa posição de resistência não apenas à temática na teoria, e também na prática.

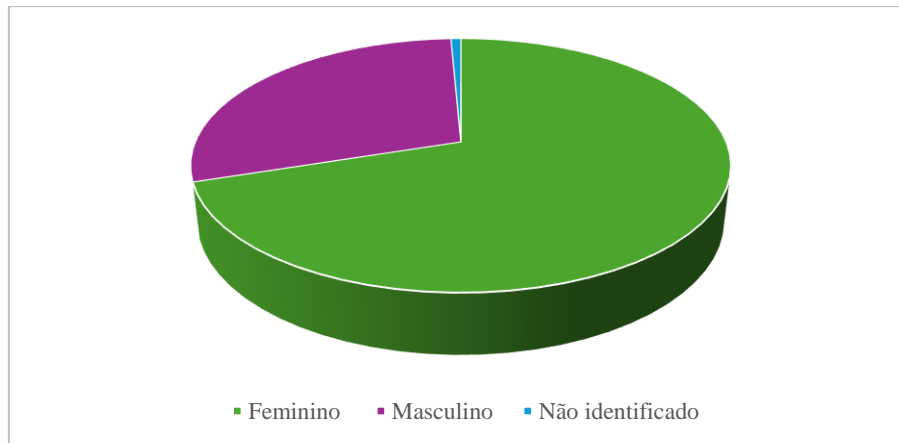


Figura 1: Distribuição dos participantes por sexo

(Fonte: elaboração própria)

Quanto a orientação sexual dos respondentes, o inquérito revela que 114 se identificam como heterossexuais, constituindo a maioria, seguidos por 14 bissexuais e 12 homossexuais. Embora a maioria se identifique como heterossexual, a presença significativa de participantes de outras orientações sexuais reflete uma diversidade que pode ser importante na análise do mercado e das preferências por produtos eróticos, uma vez que diferentes grupos podem ter necessidades e interesses específicos.

Em termos de status de relacionamento, 55 participantes indicaram estar namorando, e 53 afirmaram ser solteiros, representando juntos a maioria dos respondentes. Apenas 17 se declararam casados, 2 divorciados e 4 em união de fato. Esses dados indicam que a maioria dos participantes está em relacionamentos não formalizados ou solteiros, sugerindo que o uso de produtos eróticos pode estar mais associado a indivíduos em fases de descoberta ou experimentação de sua sexualidade. Ainda assim o vasto número de pessoas em relacionamentos que responderam ao inquérito, sugere que o uso de produtos eróticos em contexto de casal pode ser uma forte tendência a ser explorada, como uma forma de fortalecimento das relações.

6.2. Padrões de uso e preferências de produtos eróticos entre os participantes

Para além da necessidade de compreensão do perfil sociodemográfico dos participantes do inquérito, considerou-se pertinente adicionar questões que pudessem indicar padrões de uso de produtos eróticos. Neste contexto, foi possível a partir do questionário observar padrões de utilização genéricos, apenas com uma pergunta de sim ou não, na qual os participantes apenas tinham de referir se tinham ou não o hábito de utilizar produtos, bem como questões de cariz

mais pessoal, tais como a frequência de utilização e a utilização com parceiros ou individualmente. No âmbito da utilização genérica, a maioria dos participantes, 83 pessoas, afirmou utilizar produtos eróticos, enquanto 49 indicaram não usar, como pode ser observado na figura 2. Esses números sugerem uma aceitação considerável dos produtos eróticos entre os inquiridos, com cerca de 63% dos respondentes demonstrando interesse e incorporando esses produtos em suas vidas.

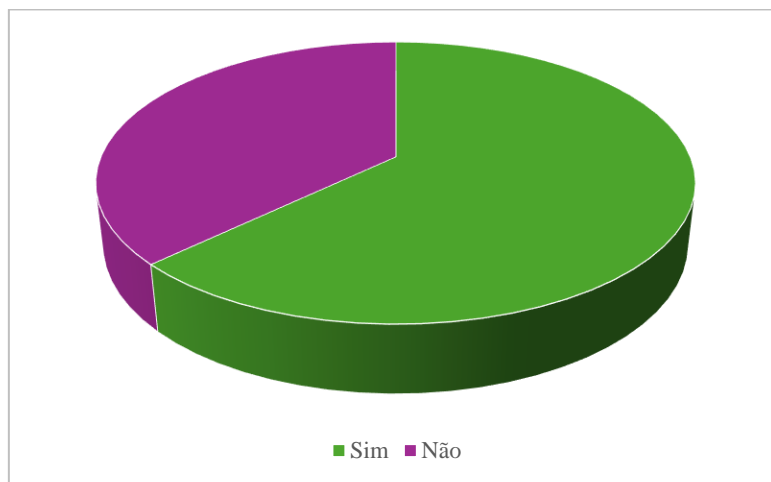


Figura 2: Percentual de utilização dos produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

Por sua vez, conforme se observa na figura 3, entre os gêneros, à primeira vista há uma diferença significativa no destes produtos, uma vez que 59 mulheres relataram utilizar produtos eróticos e apenas 24 homens afirmaram utilizar. Todavia, é preciso ter em conta a superioridade no número de mulheres a responder ao inquérito, e, portanto, é fundamental considerar a diferença de forma proporcional ao número de participantes. Assim sendo, o percentual dos participantes que utilizam produtos eróticos e os que não utilizam, considerando o sexo, não é tão diferente, as mulheres que utilizam e os homens que utilizam representam ambos cerca de 63%. Não obstante, o fato de haver mais mulheres como participantes do inquérito é por si, um dado significativo, pois indica maior abertura para discussão do assunto, e possivelmente para a utilização esta gama de produtos.

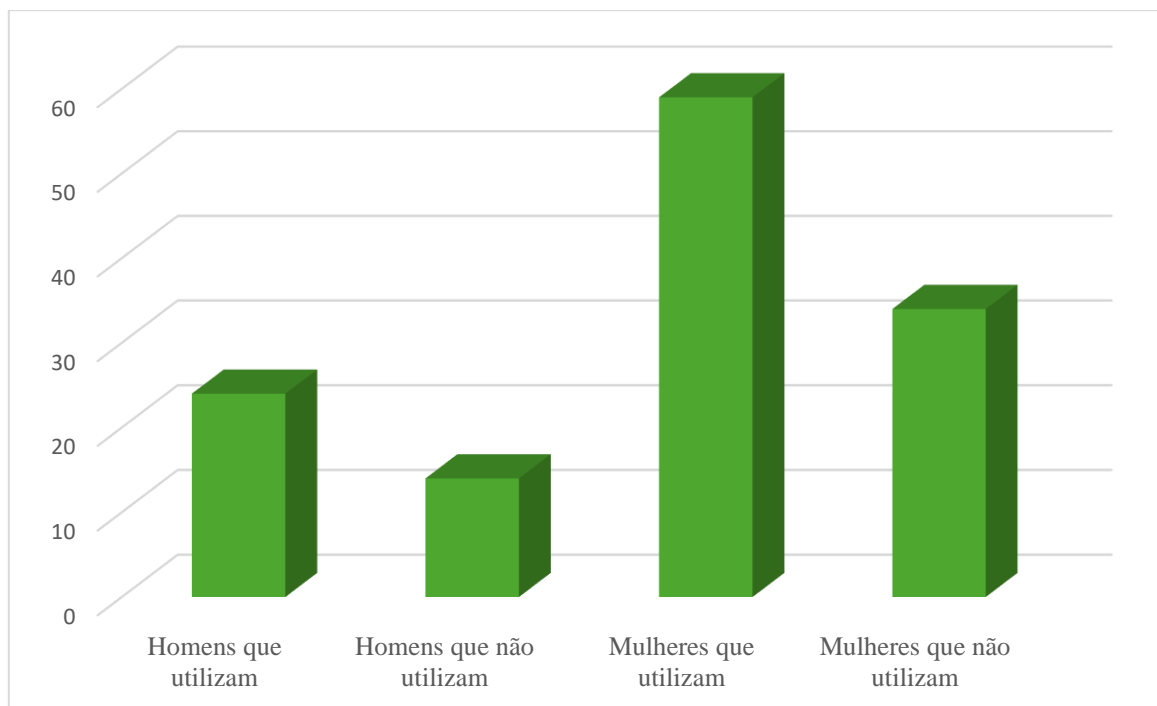


Figura 3: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo

(Fonte: elaboração própria)

No que se refere à faixa etária, a análise da figura 4 demonstra que as jovens do sexo feminino entre 18 e 25 anos e de 26 a 35 utilizam mais os produtos eróticos, em comparação com os jovens do sexo masculino da mesma faixa etária. Esses números podem sugerir que as mulheres mais jovens estão mais propensas a explorar a sua sexualidade com a ajuda desses produtos. Em contraste, os homens entre 46 e 55 anos utilizam mais os produtos eróticos do que as mulheres da mesma faixa etária, que demonstram uma utilização muito menor. Isso pode ser resultado de fatores de saúde, principalmente relacionados à menopausa e as alterações hormonais enfrentadas pelas mulheres no processo de envelhecimento, ou ainda outros fatores extrínsecos, sobretudo relacionados à imoralidade atribuída ao prazer sexual. Independentemente da razão, fato é que o inquérito permite constatar diferentes interesses sexuais conforme a idade avança, com os homens mais velhos mantendo o uso de produtos eróticos em níveis mais altos.

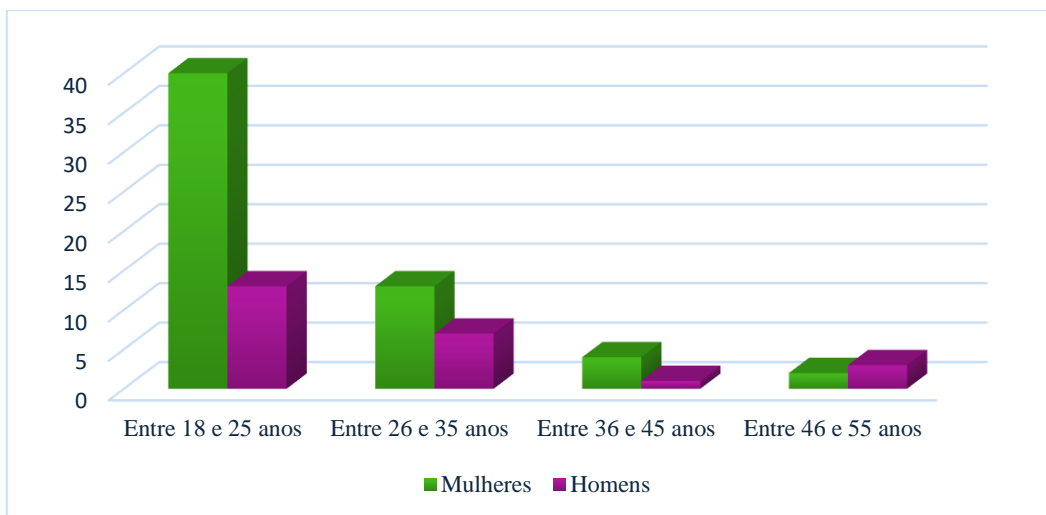


Figura 4: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo e faixa etária

(Fonte: elaboração própria)

Considerando o *status* de relacionamento como indicador, os dados indicam que mulheres que estão namorando são as que mais utilizam produtos eróticos, seguidas por mulheres solteiras e casadas (Figura 5). Esse padrão pode sugerir que o uso é mais comum em relacionamentos não formalizados, possivelmente como uma forma de melhorar o desempenho e conseqüentemente a vida sexual dos casais. Entre os homens, os resultados divergem, visto que são os solteiros os que mais utilizam, seguidos por aqueles que estão namorando e, por fim, os casados. É interessante notar que o percentual de homens divorciados que utilizam esta categoria de produtos é mais elevado do que o número de mulheres divorciadas, o que pode indicar que o receio ou a relutância em explorar produtos eróticos ou novas experiências sexuais após um divórcio é maior entre as mulheres.

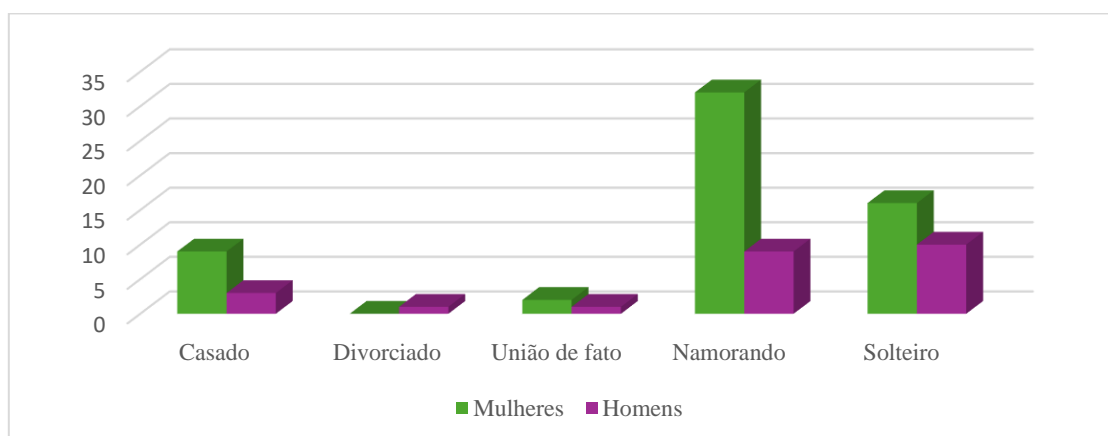


Figura 5: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo e status de relacionamento

(Fonte: elaboração própria)

Por fim, analisando a utilização de produtos eróticos tendo em conta a orientação sexual dos participantes, nota-se que mulheres e homens heterossexuais apresentam maior proporção de uso de produtos eróticos, tendo em contrapartida um número reduzido de utilizadores entre os homossexuais, e um equilíbrio entre os que utilizam e não utilizam entre o público bissexual, como se observa na figura 6. Isso pode sugerir que existem barreiras específicas ou percepções diferentes sobre o uso de produtos eróticos em grupos com orientações sexuais diversas, ou ainda que os produtos disponíveis no mercado não atendem adequadamente às necessidades desses públicos.

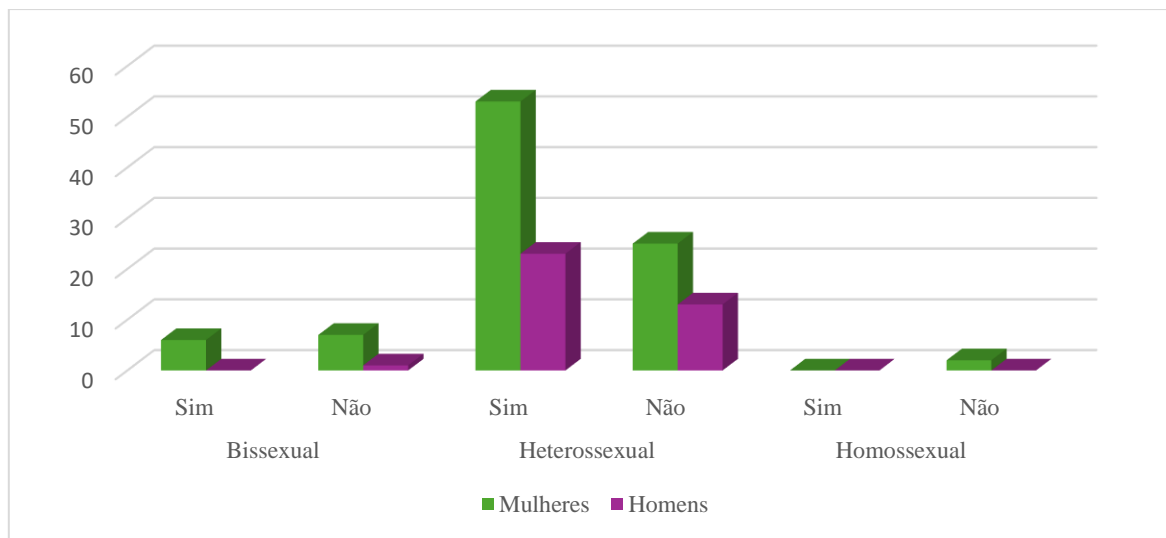


Figura 6: Percentual de utilização de produtos eróticos por sexo e orientação sexual

(Fonte: elaboração própria)

No que diz respeito à frequência de utilização dos produtos eróticos, o resultado do inquérito não se mostrou muito satisfatório face às expectativas, isto porque dos 86 participantes que afirmaram utilizar esses produtos, cerca de 50% utiliza apenas ocasionalmente, conforme se observa na figura 7. No mesmo sentido, outros 20 participantes informaram que raramente utilizam esses produtos, o que representa um percentual de cerca de 70% que utilizam pouco ou raramente. No sentido oposto, apenas 14 participantes indicaram utilizar frequentemente e um número ainda menor de indicou que utiliza muito frequentemente (9 participantes). Este resultado demonstra que, embora a maior parte dos participantes utilizem produtos eróticos, o uso tende a ser esporádico. Pese embora seja um resultado negativo, é possível que esta seja uma vantagem a ser explorada pela Safadeusa, visto que as motivações por trás do uso pouco

frequente destes produtos podem estar relacionadas à falta de conhecimento sobre itens inovadores, a falta de lojas especializadas, o receio em adquirir, dentre outros fatores que poderão ser sanados pela empresa.

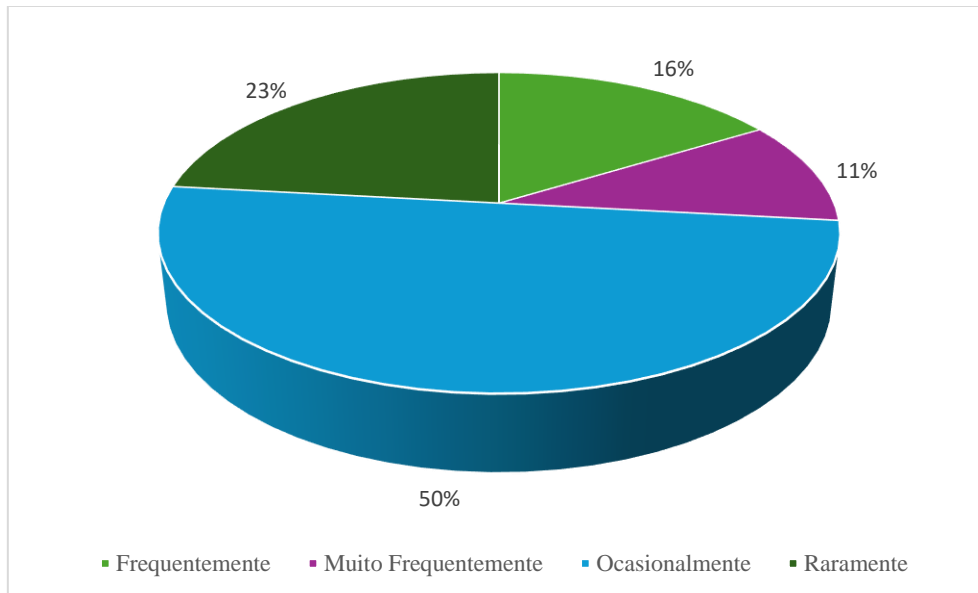


Figura 7: Frequência de utilização de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

Sob uma perspectiva mais específica, o sexo dos participantes também influencia na análise da frequência de utilização de produtos eróticos. A figura 8 demonstra que ao comparar a frequência de uso entre os gêneros, que as mulheres tendem a usar produtos eróticos com mais frequência do que os homens. Todavia, a observação superficial do gráfico induz ao erro, se desconsiderado o fator da diferença do número de participantes do sexo feminino (59) e masculino (26), tornando necessária uma análise mais aprofundada. Tendo em conta o número de participantes de cada sexo, denota-se que a percentagem de homens que utilizam produtos eróticos frequentemente é superior ao número de mulheres, com 19% e 13% respectivamente. O mesmo já não ocorre no que tange ao uso muito frequente, pois, neste caso, o número de mulheres é efetivamente superior ao número de homens, com um percentual de 11% e 7% respectivamente. Por sua vez, quanto ao uso ocasional e raro, tanto homens quanto mulheres se equiparam em termos percentuais, uma vez que cerca de 50% dos participantes do inquérito utilizam ocasionalmente e cerca de 23% utilizam raramente. Ainda que o uso frequente seja proporcionalmente maior entre os homens, os demais dados corroboram a teoria de que as

mulheres são mais propensas a utilizar produtos eróticos, independentemente da frequência, o que sugere uma maior aceitação ou interesse em explorar o uso desses produtos.

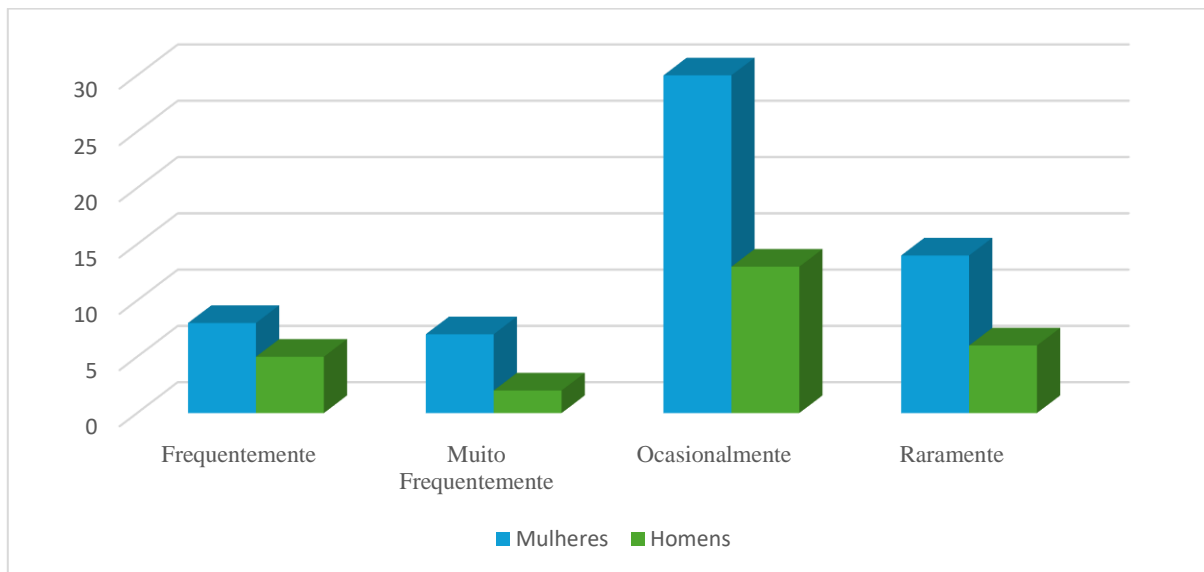


Figura 8: Frequência de utilização de produtos eróticos por sexo

(Fonte: elaboração própria)

Por sua vez, quando analisado o uso individual em comparação com o uso com parceiros, observa-se que o número de participantes que utiliza produtos eróticos em conjunto com parceiros é superior ao número de indivíduos que os utilizam individualmente. Dentre os participantes, 19 responderam que usam frequentemente ou muito frequentemente produtos eróticos com parceiros, ao passo que apenas 12 os utilizam individualmente. Este resultado pode estar diretamente correlacionado à ideia corrente de que estes produtos são fundamentais para incrementar a vida sexual entre parceiros, ou ainda com o fato de que a satisfação sexual individual ainda sofre muito com o estigma social da imoralidade, e daquela ideia de que a masturbação é algo mau, tanto para homens quanto para mulheres. Observa-se ainda na figura 9 que um número considerável de participantes utiliza ocasionalmente produtos eróticos com seus parceiros, e um número também bastante elevado utiliza raramente de forma individual, o que pode demonstrar que há uma maior propensão ao uso frequente quando estão em causa relações com outrem, e que individualmente, as pessoas preferem utilizar outras estratégias, o que de certo modo contraria a expectativa. Desta análise pode-se inferir um nicho a ser explorado pela Safadeusa, qual seja o auto prazer, que apesar de ser frequentemente relegado a uma posição de imoralidade, é fundamental para a saúde e o bem-estar sexual.

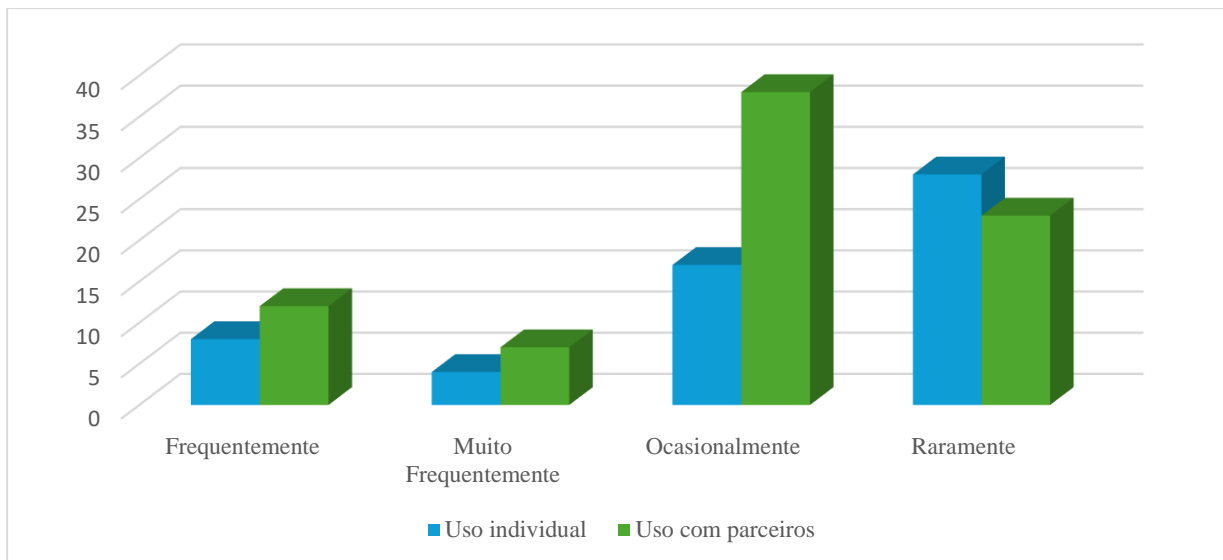


Figura 9: Frequência de utilização de produtos eróticos com parceiros e individualmente
(Fonte: elaboração própria)

Em síntese, a análise dos padrões de uso e preferências de produtos eróticos entre os participantes demonstrou de forma ainda mais significativa o potencial do mercado a ser explorado pela Safadeusa. Pese embora ainda exista um forte tabu social relacionado ao sexo e ao prazer, denotou-se que os indivíduos estão a caminhar rumo a aceitação da sexualidade, com um número bastante expressivo de pessoas a utilizar, ainda que esporadicamente, produtos desta natureza. Esta análise permitiu também observar que ainda existem diferentes nichos que poderão ser futuramente explorados, tais como as mulheres 55+, os homossexuais e bissexuais, as pessoas divorciadas, e também o público masculino, pois estes nichos são frequentemente deixados de lado pelo mercado. Ainda que sejam relevantes, estas informações não são suficientes para a definição do perfil de clientes, da Safadeusa, pelo que também tornou-se necessária a análise de outros fatores, que serão observados nos tópicos seguintes.

6.3. Motivações e barreiras para a não utilização de produtos eróticos

Para melhor compreensão dos perfis dos potenciais clientes da Safadeusa, e conforme referido outrora, o inquérito foi dividido em duas partes, uma para pessoas que alguma vez já utilizaram produtos eróticos, e outra para pessoas que nunca utilizaram. Para este segundo grupo, foram feitas questões relacionadas as motivações e as barreiras que os impedem de utilizar produtos eróticos, tendo sido listadas motivações clássicas previamente identificadas na literatura ou informalmente em pesquisas de campo. Desse modo, foram propostas as seguintes afirmações para que os participantes informassem de acordo com a escala likert se concordavam ou

discordavam das afirmações: **percepção social negativa** (Sinto-me constrangido(a) em ir a uma loja de produtos eróticos, pois tenho receio do que irão pensar a meu respeito); **percepção de imoralidade** (Sinto-me constrangido(a) em ir a uma loja de produtos eróticos, pois acredito que os produtos eróticos são imorais); **percepção de não necessidade** (Sinto que não necessito de produtos eróticos para me satisfazer sexualmente); **sentimento de constrangimento** (Sinto-me constrangido(a) em comprar produtos eróticos em lojas virtuais); **desconhecimento dos produtos** (Não gosto de comprar produtos eróticos, pois não sei qual é o mais adequado); **custo considerado alto** (Considero que os preços dos produtos eróticos são muito elevados); **escassez de variedade disponível** (Considero que os produtos eróticos disponíveis no mercado não são interessantes).

Com base na análise geral das respostas dos participantes, foi possível observar que o custo dos produtos foi o motivo com maior percentual de concordância total, visto que dos 46 indivíduos que responderam ao inquérito, oito concordaram totalmente com a afirmação. No mesmo sentido, 6 dos participantes concordaram totalmente com as afirmações de percepção social negativa e de não necessidade desta tipologia de produtos. Corroborando com o que a teoria afirma, o número de participantes a concordar que a percepção social negativa é um fator muito significativo no que tange à compra de produtos eróticos, foi bastante significativo, com 16 respostas positivas para esta afirmação. Com valor semelhante está o grau de concordância com a falta de conhecimento sobre os produtos eróticos, que é também uma das motivações principais para o seu não uso.

Ainda que estas afirmações pareçam afetar de forma negativa o desenvolvimento do negócio, uma vez que estão em causa fatores como a percepção social, o custo dos produtos e a percepção de que não são necessários, é importante observar o polo oposto, visto que um número ainda mais elevado de participantes discorda ou discorda totalmente das afirmações. A partir desta primeira análise, salienta-se de forma ainda mais intensa a oportunidade de mercado da Safadeusa, que não irá atuar apenas na comercialização de produtos eróticos, mas na desmistificação dos tabus relacionados a este nicho de mercado, no ensino acerca da importância da sua utilização, e a facilitação do acesso a produtos de alto padrão, de forma menos dispendiosa para o cliente.

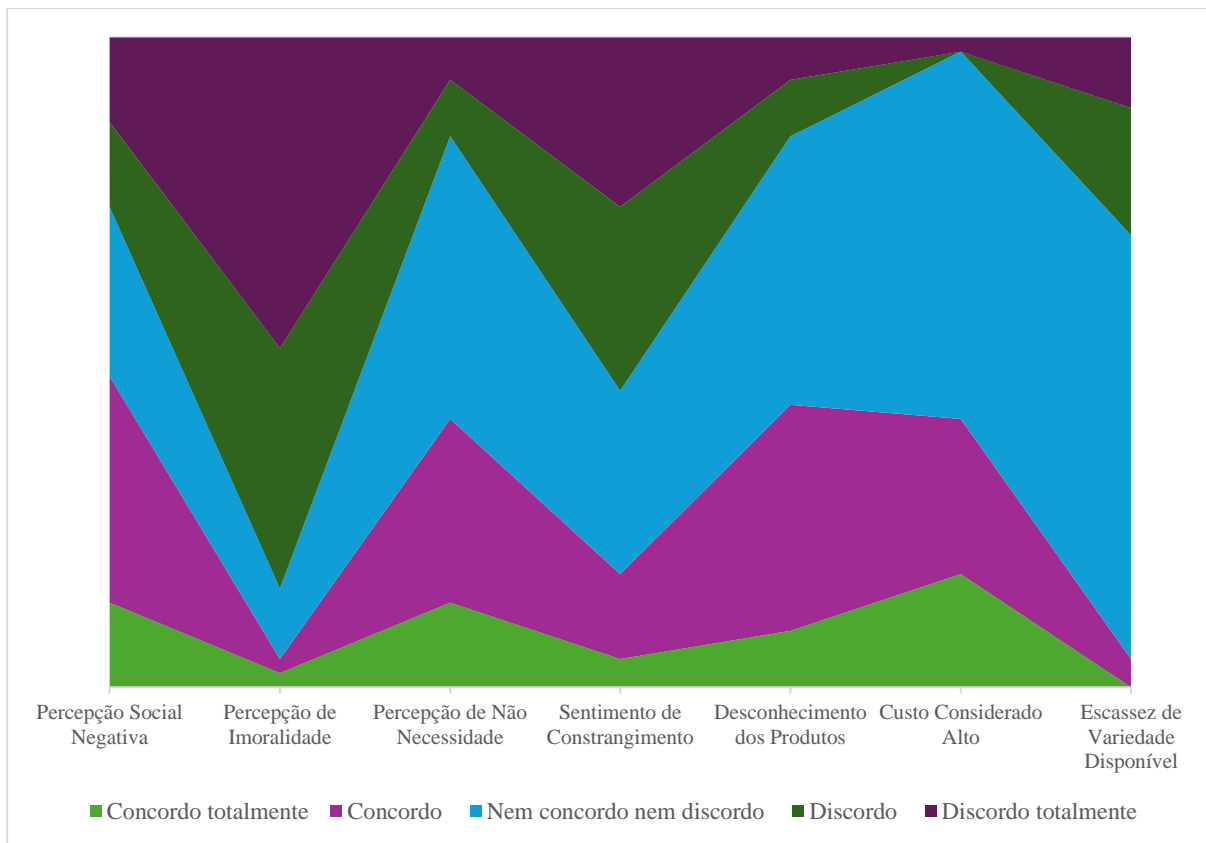


Figura 10: Motivações para a não utilização de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

Sob a ótica da análise por sexo, as mulheres indicaram que diversos fatores influenciam significativamente a decisão de não utilizar produtos eróticos (Figura 11). Entre os principais, destaca-se o custo elevado dos produtos, que é visto como uma barreira significativa para a aquisição, bem como a percepção social negativa, associada ao uso desses produtos, que ainda carrega estigmas em certas culturas ou grupos sociais, fatores estes com maior percentual de concordância total pelo público feminino. O desconhecimento sobre como e quais produtos utilizar e o fato de algumas mulheres não sentirem a necessidade de os utilizar, foram também fatores com elevado percentual de concordância entre o público feminino, sendo que direta ou indiretamente, estes dois últimos fatores se correlacionam, visto que muitas mulheres não sentem essa necessidade justamente por desconhecerem todas as opções disponíveis no mercado.

Por outro lado, a análise revela um aspecto positivo e um certo progresso em direção à aceitação do prazer sexual como parte comum e natural da sociedade. Muitas mulheres discordam totalmente que a imoralidade associada ao uso de produtos eróticos seja um motivo significativo para não os usar, o que sugere uma evolução na percepção social em torno do tema. Da mesma

forma, o sentimento de constrangimento não é visto como uma barreira tão forte quanto se poderia imaginar, com um número expressivo de mulheres indicando que isso não as impede de utilizar produtos eróticos. Esses dados mostram que, embora existam obstáculos importantes, como o custo e o desconhecimento, há uma mudança de mentalidade em curso, com mais pessoas percebendo o prazer sexual como algo comum e intrínseco à vida. Essa evolução na aceitação pode representar uma oportunidade para educar o público e desmistificar o uso de produtos eróticos, ajudando a superar as barreiras restantes e promover um acesso mais inclusivo e consciente.

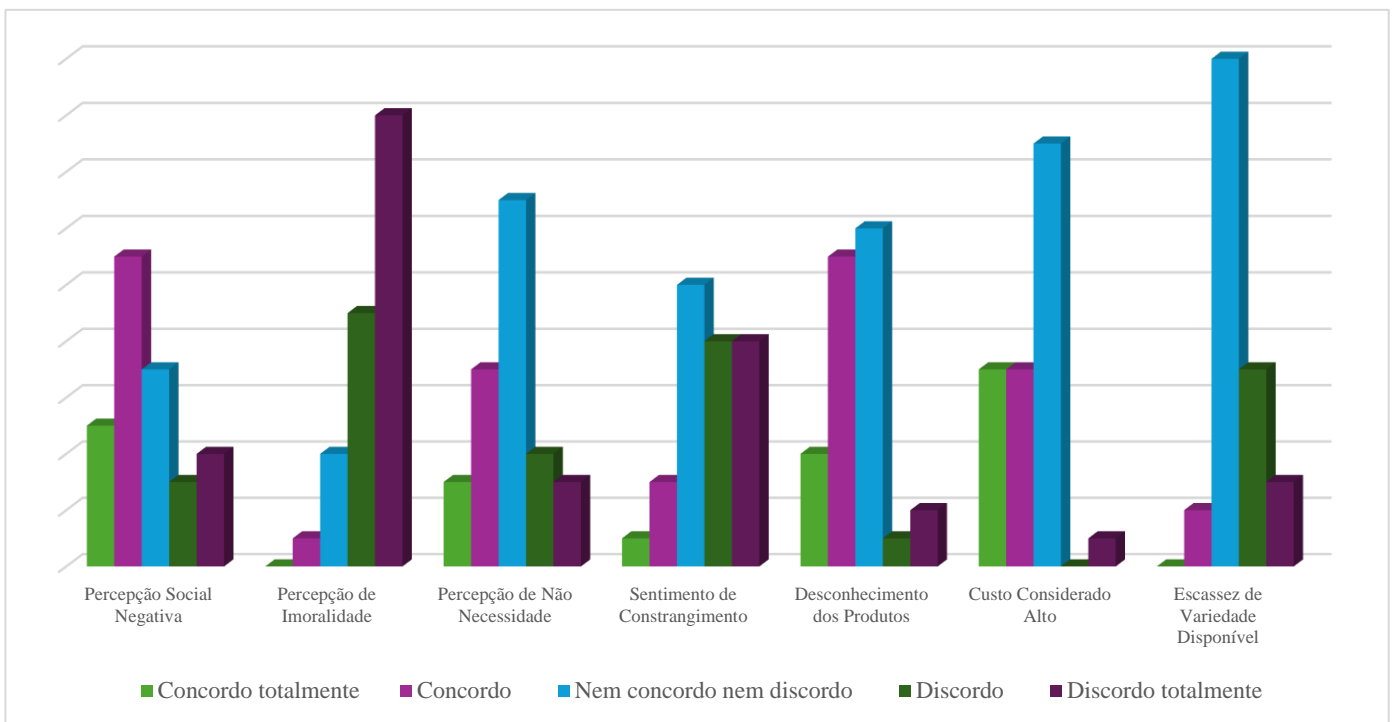


Figura 11: Motivações para a não utilização de produtos eróticos - mulheres

(Fonte: elaboração própria)

Sob o prisma masculino, observa-se uma diferença considerável na concordância total entre homens e mulheres, visto que os homens consideram como principal fator para a não utilização de produtos eróticos a percepção de não necessidade (figura 12). É interessante notar que esta percepção está fortemente associada ao estigma social de virilidade masculina, sendo que os produtos eróticos ocupam muitas vezes, no imaginário masculino, um papel de “bengala”, quando estes já não são suficientemente viris para suprir as necessidades sexuais das suas parceiras. Outros fatores como o custo dos produtos, a falta de conhecimento sobre as possibilidades disponíveis e seus usos e a percepção social negativa, foram também elencados

pele público masculino como fatores determinantes para o não uso de produtos eróticos. Em contrapartida, foi possível observar certa similaridade com as mulheres, quando estão em causa fatores como a imoralidade e o constrangimento associados ao uso de produtos eróticos, posto que um número expressivo de participantes discorda que estes são fatores que os impedem de utilizar tais produtos.

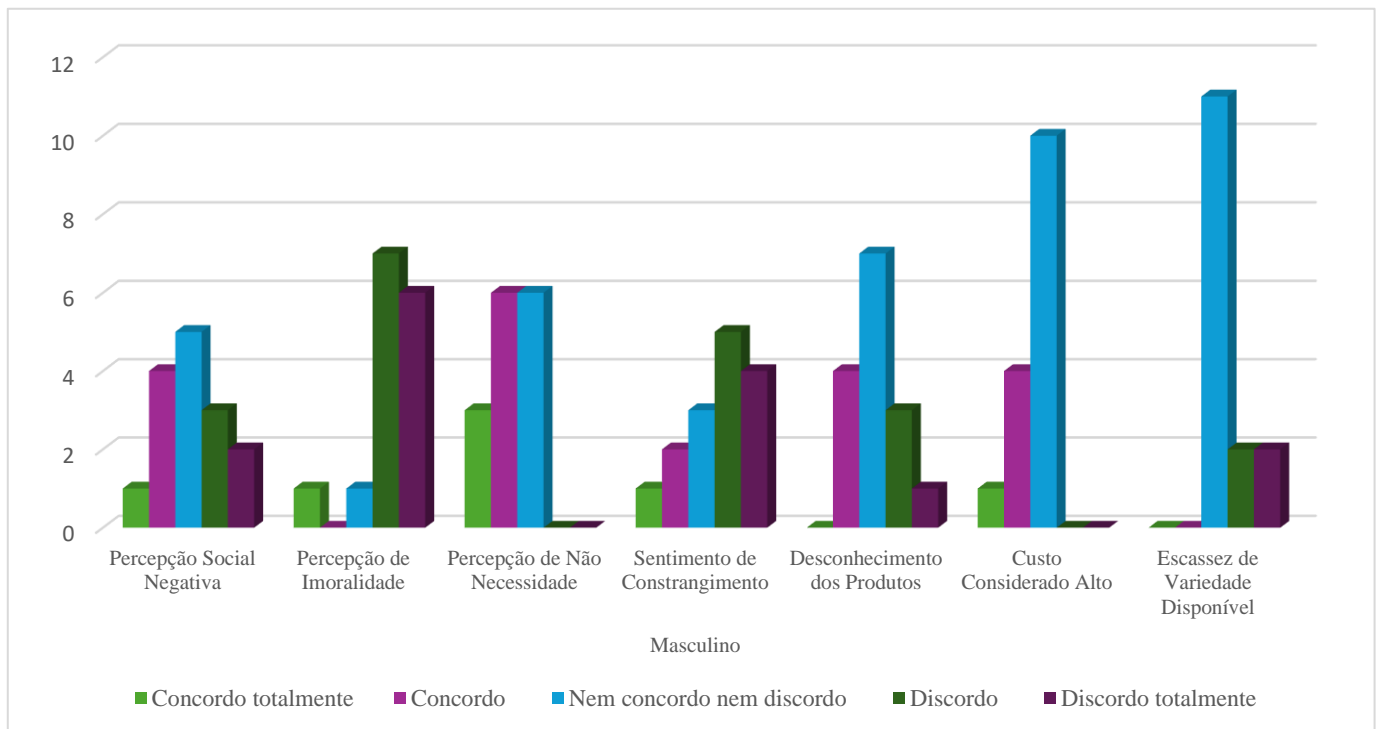


Figura 12: Motivações para a não utilização de produtos eróticos - homens

(Fonte: elaboração própria)

Embora muitos participantes tenham se mantido neutros face às afirmações, o que a princípio poderia ser negativo para o estudo, a neutralidade mostra-se também como um caminho a ser explorado pela Safadeusa, isto porque pode indicar que muitas pessoas não utilizam produtos eróticos e nem sequer sabem a razão pela qual não utilizam. Com base nas respostas dos participantes, foi possível identificar uma efetiva lacuna no mercado, que poderá ser futuramente suprida pela empresa, que tornará possível a aquisição desses produtos sem que haja a necessidade de constrangimentos ou julgamentos sociais, e nem mesmo o conhecimento prévio sobre quaisquer produtos. Ademais, o fator preço, barreira comum a ambos os sexos, poderá ser suprimido com o modelo de negócios da empresa, que terá uma estratégia de redução de custos para os clientes (ver plano de negócios).

6.4. Análise da frequência e preferência de aquisição de produtos eróticos

Outro importante fator analisado no inquérito foi a frequência de aquisição de produtos eróticos por parte dos participantes. A análise dos dados, conforme exposto na figura 13, revela que a maioria dos participantes ainda não incorporou esses produtos de forma consistente em suas rotinas de consumo, visto que cerca de 41% dos respondentes afirmaram que nunca compram produtos eróticos, enquanto 32% compram raramente e 21% compram ocasionalmente. Apenas uma pequena parcela de cerca de 5%, compra frequentemente ou muito frequentemente, o que indica que a aquisição regular de produtos eróticos não é uma prática comum entre a maioria dos inquiridos.

Esses números sugerem que há barreiras significativas para que os produtos eróticos se tornem parte do consumo habitual. Entre os possíveis fatores que contribuem para essa baixa frequência estão questões como preço elevado, falta de necessidade percebida, estigmas sociais associados ao uso desses produtos, e até mesmo falta de informação sobre as opções disponíveis no mercado, conforme observado anteriormente. Essas barreiras podem inibir o interesse e a disposição dos consumidores em explorar esse tipo de produto de forma recorrente. No entanto, essa situação representa também uma grande oportunidade para a Safadeusa explorar e desenvolver o mercado. A empresa pode atuar de forma proativa para superar essas barreiras e incentivar o consumo frequente, adotando estratégias como: a educação do consumidor, ofertas e promoções, personalização e curadoria e acessibilidade de preços, estratégias que poderão aumentar significativamente o índice de aquisição de produtos eróticos.

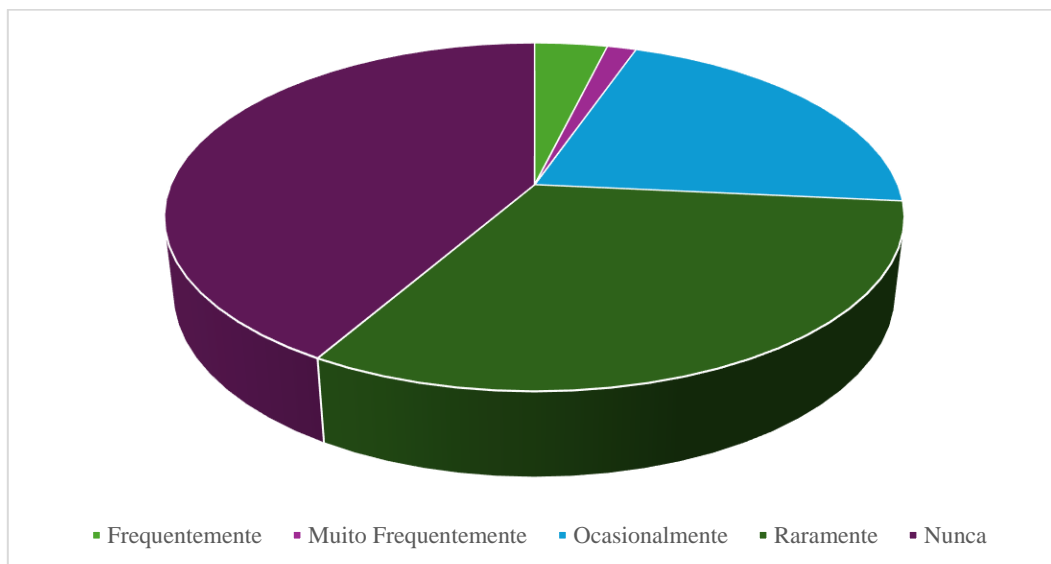


Figura 13: Frequência de aquisição de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

No que tange às preferências de consumo dos clientes em potencial, considerou-se pertinente avaliar o grau de adequação dos meios de aquisição destes produtos, a fim de perceber estratégias que podem ser implementadas na Safadeusa, para chegar aos clientes. Os dados sobre o grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos, apresentados na figura 14 mostram que os sexshops virtuais são considerados os mais adequados, com 53 dos 86 participantes classificando-os como "muito adequados". Essa preferência reflete a importância da discrição e conveniência na compra de produtos eróticos, características frequentemente oferecidas pelas lojas online. Sexshops físicos também são vistos como adequados, com 43 pessoas considerando-os "muito adequados", o que sugere que, para alguns consumidores, a especialização desses estabelecimentos compensa a falta de anonimato.

Por outro lado, apenas 17 participantes consideram lojas virtuais não especializadas (como Amazon, Shein ou AliExpress) muito adequadas, destacando que a falta de foco específico em produtos eróticos pode influenciar negativamente a percepção de qualidade e discrição. As farmácias e lojas de lingerie são vistas como moderadamente adequadas por 30 e 24 participantes, respectivamente, enquanto os supermercados têm a menor aceitação, com 20 pessoas classificando-os como pouco adequados e 15 como adequados. Isso indica que a maioria dos consumidores ainda prefere adquirir produtos eróticos em ambientes especializados, que proporcionem segurança, privacidade e uma seleção mais focada de itens, sobretudo de forma virtual, o que garante de forma mais efetiva o anonimato dos clientes

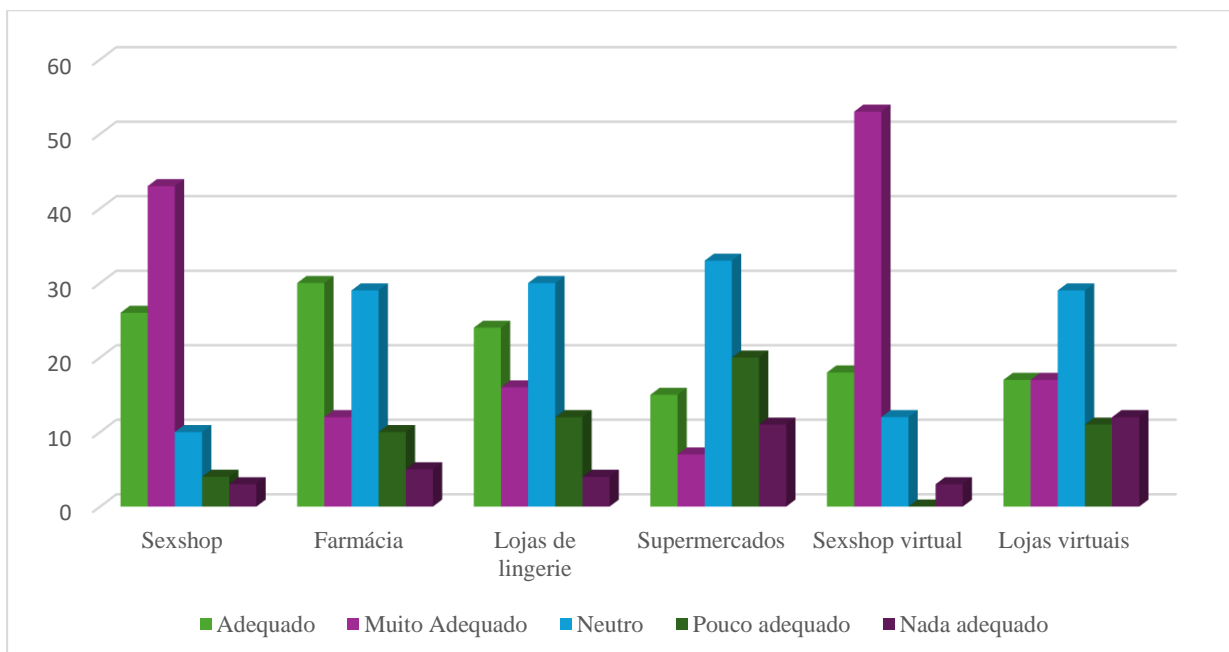


Figura 14: Grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

Pormenorizando as informações tendo como referência o sexo dos participantes, ao analisar a percepção das mulheres em relação aos meios de aquisição de produtos eróticos, fica evidente que sexshops virtuais são os preferidos, com 42 mulheres classificando-os como muito adequados e 11 como adequados. Isso reflete uma preferência pela discrição e conveniência que as compras online oferecem. Em segundo lugar, vêm os sexshops físicos, considerados muito adequados por 35 mulheres e adequados por 16, sugerindo que a especialização desses estabelecimentos continua a ser um fator importante para muitas consumidoras. As farmácias também são vistas como uma opção viável, com 21 mulheres considerando-as adequadas e 11 como muito adequadas, indicando que esses locais podem ser uma escolha secundária para quem busca um ambiente mais convencional para a compra.

Lojas de lingerie também obtiveram uma aceitação razoável, com 18 mulheres classificando-as como adequadas e 15 como muito adequadas, sugerindo que o ambiente associado ao vestuário íntimo pode ser mais confortável para algumas. Por outro lado, os supermercados são amplamente percebidos como pouco adequados, com 16 mulheres classificando-os como pouco adequados e 10 como nada adequados, o que reflete a falta de privacidade e especialização nesses locais. As lojas virtuais não especializadas (como Amazon ou Shein) também não são bem vistas, com 8 mulheres considerando-as pouco adequadas e 12 como nada adequadas, indicando uma preferência clara por plataformas que tenham foco específico em produtos eróticos, oferecendo uma experiência de compra mais discreta e confiável. Essa análise sugere que, para as mulheres, a especialização e a privacidade são os fatores valorizados na escolha do meio de aquisição, enquanto opções menos focadas e com menor discrição tendem a ser menos atraentes (figura 15).

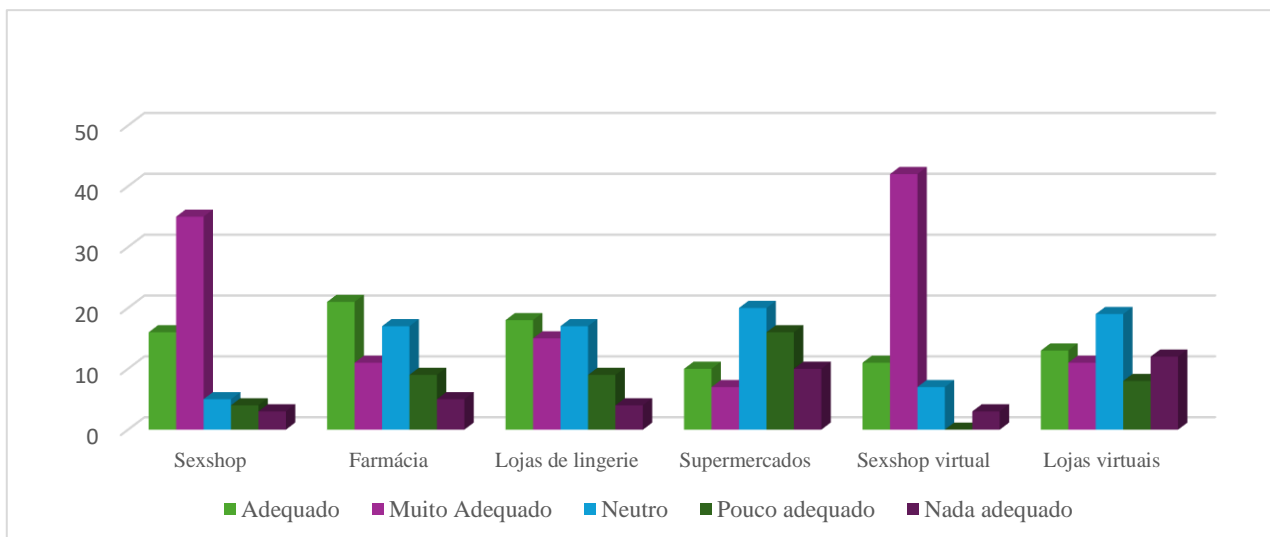


Figura 15: Grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos - Sexo Feminino

(Fonte: elaboração própria)

Do ponto de vista masculino, conforme se observa na figura 16, a análise dos dados sugere que, para os homens, a percepção sobre os meios de aquisição de produtos eróticos é mais neutra, com a maioria dos respondentes considerando as opções de locais de compra como "nem adequadas nem inadequadas". Isso pode indicar uma falta de preferência clara, sugerindo que os homens tendem a comprar esses produtos quando é conveniente, sem uma forte predileção por um tipo específico de estabelecimento. Esse comportamento pode representar uma oportunidade para a Safadeusa, que pode explorar estratégias para conquistar a lealdade desse público, oferecendo vantagens ou experiências diferenciadas que os façam optar por um canal de compra preferido. Ainda assim, os dados mostram que sexshops físicos e virtuais são considerados os meios mais adequados, com 10 homens classificando os sexshops físicos como adequados e 8 como muito adequados, enquanto 11 consideram os sexshops virtuais muito adequados e 7 como adequados. Tal como com as mulheres, isso revela uma leve inclinação para comprar em locais especializados, embora a preferência não seja tão forte quanto entre as mulheres. No caso das farmácias, 9 homens as consideraram adequadas, e 5 homens classificaram os supermercados como adequados, o que sugere que esses locais são vistos como opções aceitáveis, mas não ideais.

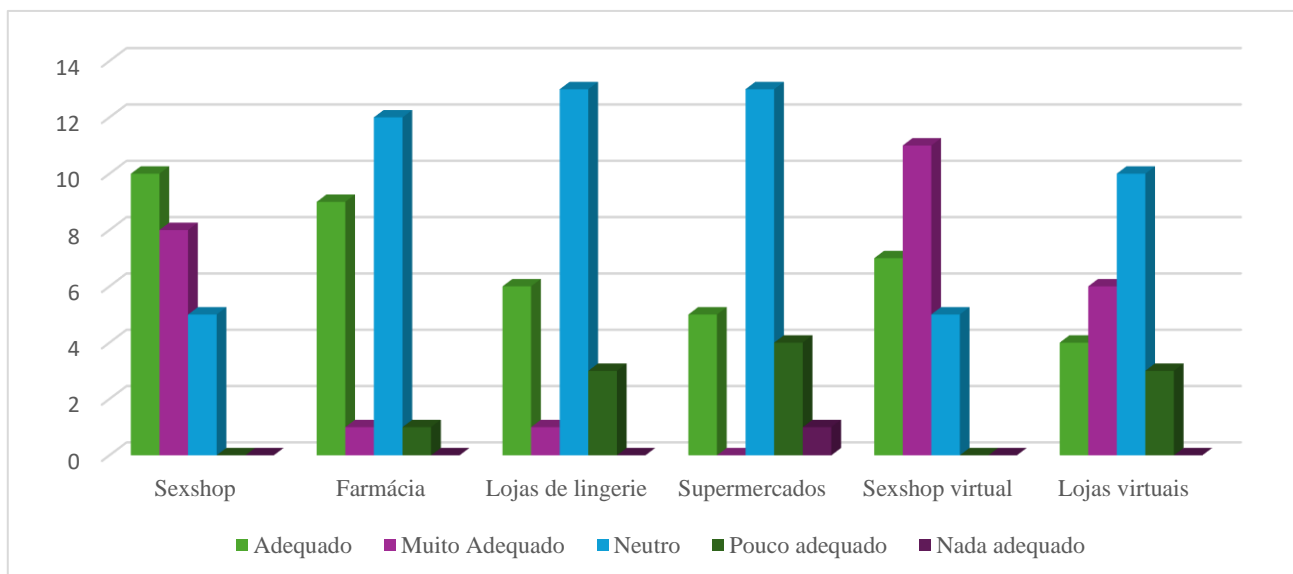


Figura 16: Grau de adequação dos meios de aquisição de produtos eróticos - Sexo Masculino

(Fonte: elaboração própria)

Diferentemente das mulheres, os homens foram menos críticos em relação aos meios de aquisição, com nenhum dos canais recebendo classificações altas de "nada adequado" (exceto um voto para os supermercados). Alguns participantes classificaram supermercados, lojas virtuais e lojas de lingerie como pouco adequados, indicando que, embora não sejam opções preferenciais, esses locais também não são totalmente rejeitados. Essas percepções apontam para uma oportunidade de fidelização no mercado masculino, onde a falta de preferência clara por canais de compra pode ser explorada para criar uma oferta que destaque conveniência, discrição e especialização, conquistando assim um público mais indeciso.

6.5. Potencial de mercado: fatores de interesse e oportunidades estratégicas

Este tópico do inquérito foi desenvolvido com o intuito de perceber os principais fatores de interesse dos participantes da pesquisa, que resultarão na identificação de oportunidades estratégicas para a Safadeusa explorar e expandir sua presença no mercado de produtos eróticos. A análise se concentra em aspectos que podem influenciar positivamente a experiência do cliente e fortalecer a proposta de valor da empresa, como a preferência pela discrição na entrega, o interesse em ser surpreendido com novos produtos, e a disposição para pagar por recomendações personalizadas. Também são analisados os graus de interesse na aquisição de produtos sem necessidade de visitar sexshops, a possibilidade de colecionar itens eróticos, e o

potencial de sucesso do modelo de assinatura mensal. Esses insights ajudarão a direcionar as estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos para melhor atender às expectativas e necessidades dos consumidores, maximizando o potencial de crescimento da Safadeusa.

Primeiramente, os participantes foram questionados sobre o interesse em adquirir produtos eróticos, sem a necessidade de frequentar sexshops, físicos ou virtuais. Como resultado desta questão, foi possível inferir que há um padrão claro de preferência por parte das mulheres e um certo nível de interesse entre os homens, isto porque entre as mulheres, a maioria expressou uma atitude positiva em relação à possibilidade de adquirir produtos eróticos sem ter de visitar um sexshop, com 35 respondentes concordando totalmente e 27 concordando, indicando que a discrição e a facilidade de acesso são fatores importantes para esse público, como se observa na figura 17. Por outro lado, apenas 7 mulheres discordaram e 4 discordaram totalmente, enquanto 19 se mantiveram neutras, sugerindo que uma parcela significativa das consumidoras ainda pode ter barreiras ou hesitações quanto ao tema.

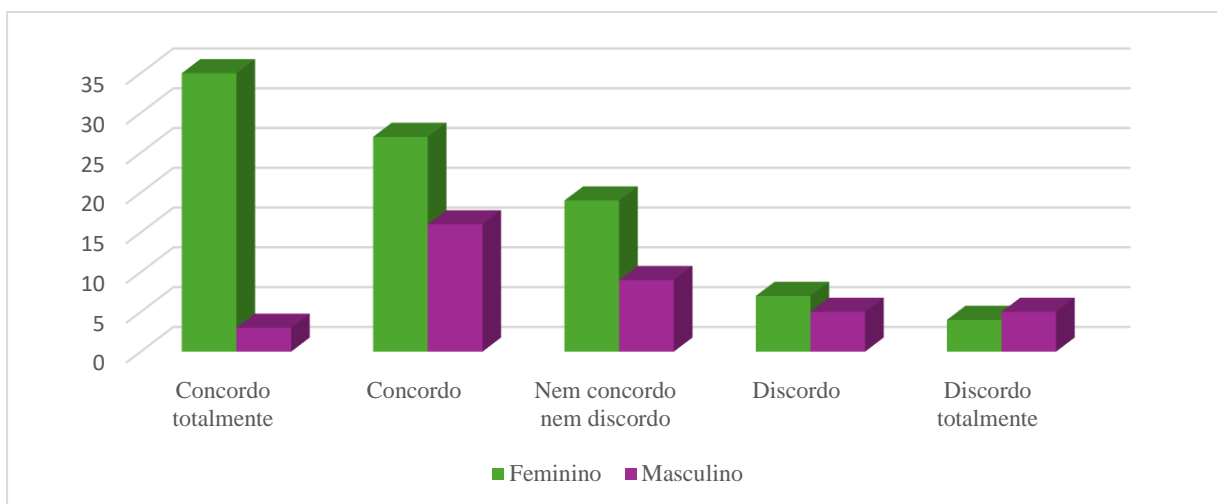


Figura 17: Interesse na aquisição de produtos eróticos se disponíveis sem necessidade de sexshop

(Fonte: elaboração própria)

Entre os homens, o interesse também é visível, mas em menor proporção, visto que apenas 3 responderam que concordam totalmente e 16 que concordam, totalizando 19 homens que veem essa alternativa de forma positiva (Figura 17). No sentido oposto, 5 discordaram e 5 discordaram totalmente, com 9 mantendo-se neutros. Esses dados indicam que, embora a maioria dos homens não tenha uma objeção clara, o entusiasmo pela opção de compra sem sexshop não é tão forte quanto o observado entre as mulheres. Esses resultados evidenciam uma oportunidade para a Safadeusa focar em canais de venda que garantam discrição e conveniência,

como o comércio eletrônico com entregas discretas, para atender ao desejo de evitar a exposição associada a uma visita física a sexshops. Isso pode ser especialmente relevante para conquistar o público feminino, que demonstrou maior aceitação e interesse em alternativas que garantam privacidade e facilidade de acesso.

Os dados sobre o interesse em ser surpreendido com produtos eróticos revelam uma diferença significativa entre os gêneros em termos de aceitação e entusiasmo em relação a essa proposta, como pode ser observado na figura 18. Para as mulheres, há uma forte tendência positiva, com 68,82% demonstrando interesse (concordando total ou parcialmente). Especificamente, 40,86% das mulheres concordam totalmente, o que indica um alto nível de pré-disposição para explorar uma abordagem mais inesperada e inovadora na aquisição desses produtos. Apenas 11,83% das mulheres (somando as que discordaram total ou parcialmente) não veem a surpresa como algo atrativo, enquanto 18,28% mantiveram uma posição neutra, sugerindo que ainda existe espaço para conquistar essa fatia do público.

Por sua vez, para os homens, o cenário é um pouco diferente, com uma resposta mais dispersa. Apenas 10,53% concordam totalmente, o que representa uma aceitação muito menor do que entre as mulheres. No entanto, 36,84% dos homens concordam com a ideia de ser surpreendidos, representando um percentual de 47,37% que possuem uma percepção positiva em relação ao fator surpresa. Ademais, o fato de a maior parte dos homens optar pela neutralidade (36,84%) indica que muitos deles podem ainda não ter uma opinião formada ou que o interesse depende de outros fatores, como a confiança nos produtos ou a percepção de valor. Ainda assim, apenas 15,79% dos homens discordam ou discordam totalmente, o que demonstra que há um

espaço considerável para incentivar essa experiência de uma forma que seja mais atraente para o público masculino.

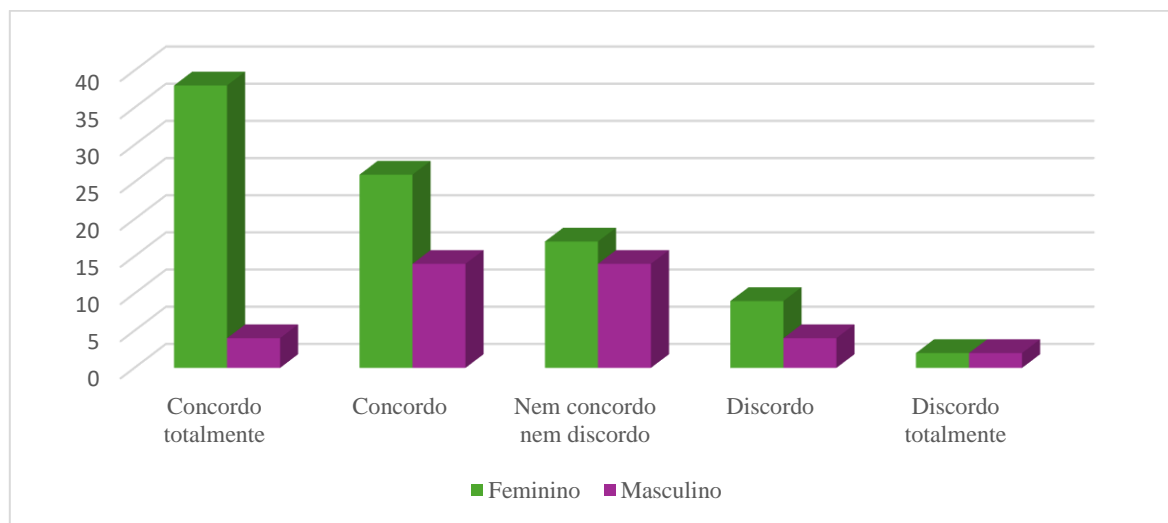


Figura 18: Interesse em ser surpreendido com produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

Esses resultados sugerem que o fator surpresa pode ser uma abordagem particularmente eficaz para atrair mulheres, que demonstram um entusiasmo significativamente maior em relação à ideia de receber produtos inesperados. Isso pode ser explorado através de campanhas de marketing que enfatizem a diversão, a novidade e o prazer da descoberta, criando uma experiência emocionalmente envolvente e distinta de uma compra convencional. Para os homens, o alto índice de neutralidade indica que existe uma oportunidade de educar e inspirar confiança nesse modelo de compra. Por exemplo, a Safadeusa pode introduzir versões personalizadas do fator surpresa, como opções que permitam ao cliente definir alguns parâmetros gerais (tipo de produto, categorias preferidas) enquanto ainda deixam espaço para a descoberta. Isso ajudaria a reduzir a incerteza e aumentar a atratividade do conceito para o público masculino.

Ainda no mesmo contexto, os participantes foram inquiridos sobre o interesse em pagar para receber recomendações personalizadas sobre produtos eróticos, dado que o fator desconhecimento foi muitas vezes elencado como motivação para a não utilização destes produtos. No entanto, como demonstra a figura 19, os resultados não foram tão favoráveis quanto a expectativa, sobretudo no que se refere ao público masculino. Os dados revelam uma clara diferença entre os gêneros, para as mulheres, 18,28% concordam totalmente com a ideia,

e 20,43% concordam, resultando em 38,71% que mostram uma aceitação positiva em relação a essa proposta. Contudo, uma parcela significativa, 26,88%, permanece neutra, o que pode indicar uma falta de certeza ou conhecimento sobre a importância de receber tais recomendações. Ao mesmo tempo, 33,33% das mulheres discordam total ou parcialmente, o que sugere que ainda existem barreiras ao aconselhamento especializado sobre quais produtos podem ser utilizados, ou como podem ser utilizados.

Por outro lado, os homens demonstram uma resposta ainda mais cautelosa. Nenhum dos homens concordou totalmente, e apenas 13,16% expressaram concordância. A alta taxa de 34,21% de neutros e a mesma proporção de discordância indicam uma ambivalência em relação à proposta. A disposição para pagar por recomendações personalizadas parece ser um conceito menos atraente para o público masculino, o que pode ser explorado por estratégias que expliquem claramente os benefícios de tais recomendações e que demonstrem como elas podem enriquecer a experiência de uso de produtos eróticos.

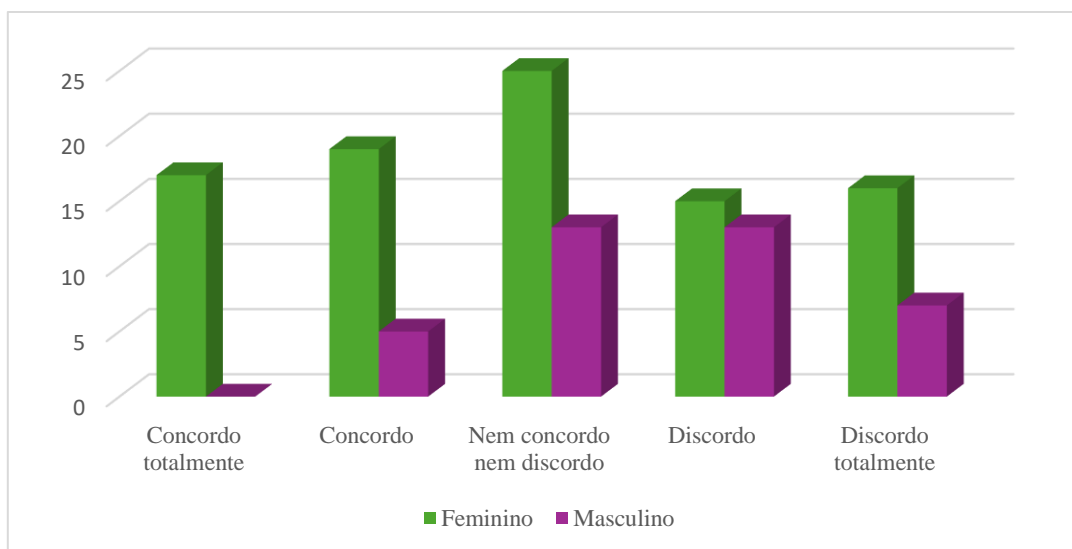


Figura 19: Disposição para pagar por recomendação personalizada de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

A indisposição para receber recomendações personalizadas sobre os produtos pode estar associada a diversos fatores, não apenas ao financeiro, isto porque a generalidade das pessoas ainda enfrenta barreiras pessoais, quando estão em causa assuntos como sexo, prazer, uso de produtos eróticos, ou questões relacionadas a sexualidade em geral. Salienta-se ainda que, sobretudo no caso dos homens, o estigma social associado ao aconselhamento sobre o prazer sexual ainda é bastante forte. A ideia de serem ensinados sobre o próprio prazer ou o prazer dos parceiros é vista com bastante relutância, ou como fator de redução da masculinidade, fatores

estes que corroboram para a criação de barreiras significativas para o engajamento sobre discussões sobre prazer.

No inquérito havia também uma questão relacionada ao interesse em colecionar produtos eróticos, como forma de validar o interesse dos participantes sobre a possibilidade de terem um elevado número de produtos das mais variadas gamas. Os dados revelam que, tanto entre mulheres quanto homens, a maioria não demonstra interesse em colecionar, como se observa na figura 20, cerca de 47% das mulheres (somando as que discordam total ou parcialmente) e 71% dos homens expressaram falta de interesse. Isso sugere que, para a maior parte dos respondentes, o conceito de ter uma grande variedade de produtos eróticos ainda não é uma prioridade ou algo atrativo. Por outro lado, 26% das mulheres expressaram interesse (concordando total ou parcialmente), o que ainda representa uma parcela significativa que pode ser explorada, especialmente se forem incentivadas sobre os benefícios de experimentar diferentes produtos. Para os homens, o interesse positivo é menor, com apenas 13% concordando, o que indica uma maior resistência ou menor apelo em relação à ideia de colecionar produtos.

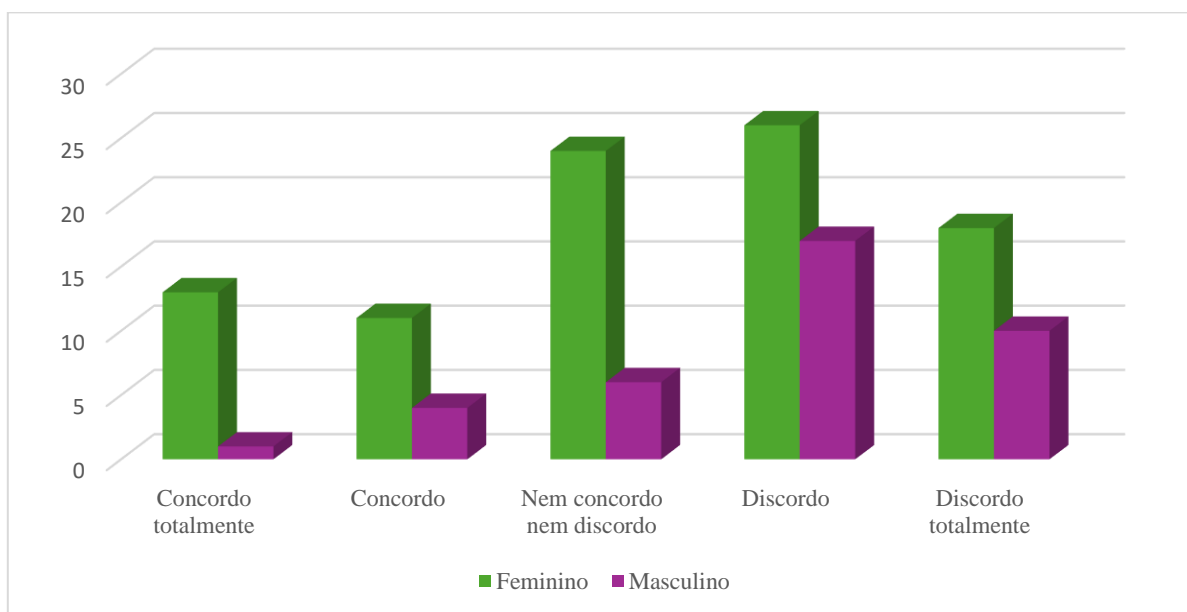


Figura 20: Intenção de colecionar produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

Esta questão foi adicionada precisamente em virtude do modelo de negócio a ser explorado pela empresa, posto que o interesse em colecionar produtos eróticos está diretamente ligado ao potencial de sucesso das assinaturas de pacotes mensais ou bimensais. Pessoas que demonstram curiosidade em explorar diferentes produtos ou áreas do prazer podem ser mais propensas a

adotar um modelo de assinatura para receber uma variedade de itens com regularidade. No entanto, a alta taxa de neutralidade e discordância pode ser reflexo de um desconhecimento sobre as múltiplas opções disponíveis e os benefícios adicionais que esses produtos podem trazer para a vida sexual. Ainda que *a priori* pareçam pouco favoráveis, esses dados representam uma oportunidade para a Safadeusa incentivar o público sobre as vantagens de ter acesso a uma ampla gama de produtos eróticos e como isso pode enriquecer a experiência sexual de forma divertida e inovadora.

Por fim, os inquiridos foram também questionados acerca do interesse em assinar pacotes mensais de produtos eróticos e para esta questão, os dados mostram uma aceitação moderada em relação à assinatura mensal, com 29,03% das mulheres e 13,16% dos homens concordando total ou parcialmente (figura 21). Por outro lado, 30,11% das mulheres e 39,47% dos homens discordaram da ideia de pacotes mensais, enquanto uma parcela significativa de ambos os sexos, se manteve neutra (19,35% das mulheres e 26,32% dos homens). Essas respostas sugerem que, para muitos, a ideia de receber uma sexbox mensalmente pode ser percebida como frequente demais, o que se alinha com o feedback qualitativo obtido durante o inquérito. Muitos participantes, expressaram de forma pessoal que uma frequência mensal seria excessiva, preferindo intervalos mais longos entre os envios. Isso levou a Safadeusa a reformular a proposta inicial, optando por pacotes bimensais ou caixas avulsas, com o objetivo de melhor atender às expectativas dos clientes e evitar a sensação de excesso. A mudança para assinaturas bimensais ou opções avulsas visa aumentar a atratividade e alinhar-se ao ritmo de consumo dos clientes, oferecendo mais flexibilidade. A proposta ajustada permite que os clientes explorem novos produtos eróticos em um intervalo que consideram mais adequado, potencialmente melhorando a aceitação e fidelização. Além disso, a opção de adquirir caixas avulsas pode

atender aqueles que preferem experimentar antes de se comprometer com um plano de assinatura.

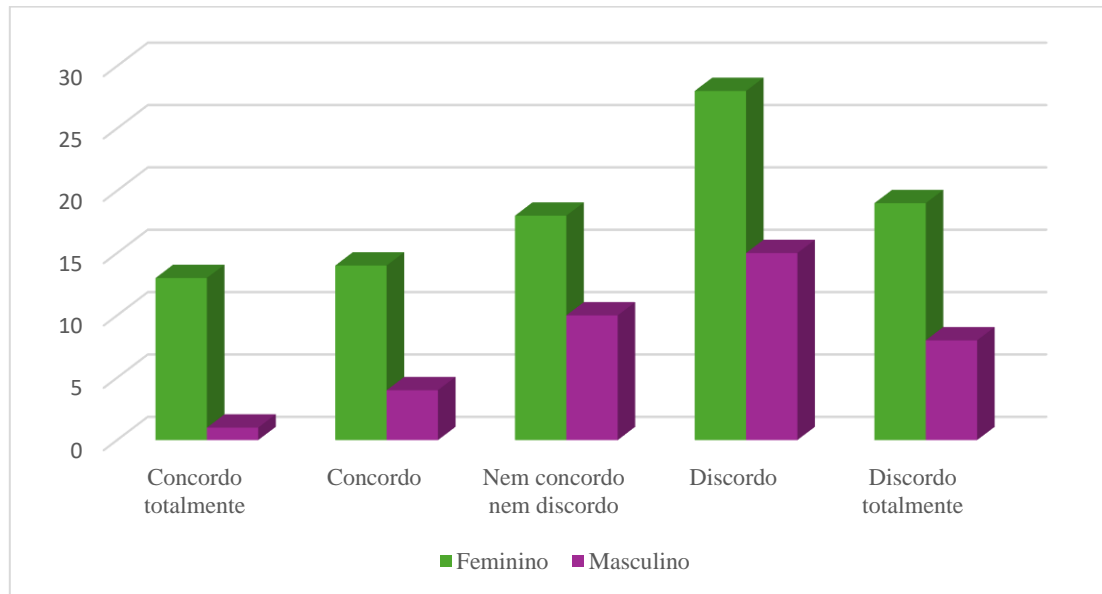


Figura 21: Interesse em assinatura mensal de pacote de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

A última questão adicionada ao inquérito teve como objetivo verificar o valor máximo que os participantes estavam dispostos a pagar pela assinatura mensal de pacotes de produtos eróticos, salientando-se que a questão não era de cariz obrigatório, pelo que alguns participantes optaram por não responder. A partir dos valores informados pelos potenciais clientes, o cálculo revelou que o valor médio que estão dispostos a pagar é de 17 euros. Isso indica que, em média, os respondentes consideram este valor aceitável para adquirir produtos eróticos. Esse resultado é útil para a Safadeusa, pois proporciona uma base para definir o preço dos pacotes de produtos e das "sex boxes", garantindo que os preços estejam alinhados às expectativas dos consumidores. A figura 22 apresenta os valores elencados, é possível observar a variação nas respostas, com alguns participantes dispostos a pagar um pouco mais ou menos do que a média. Essa variação sugere que existe uma diversidade nas perceções de valor e que pode ser interessante para a Safadeusa oferecer opções de pacotes em diferentes faixas de preço, desde versões mais acessíveis até opções premium, para atrair diferentes perfis de clientes.

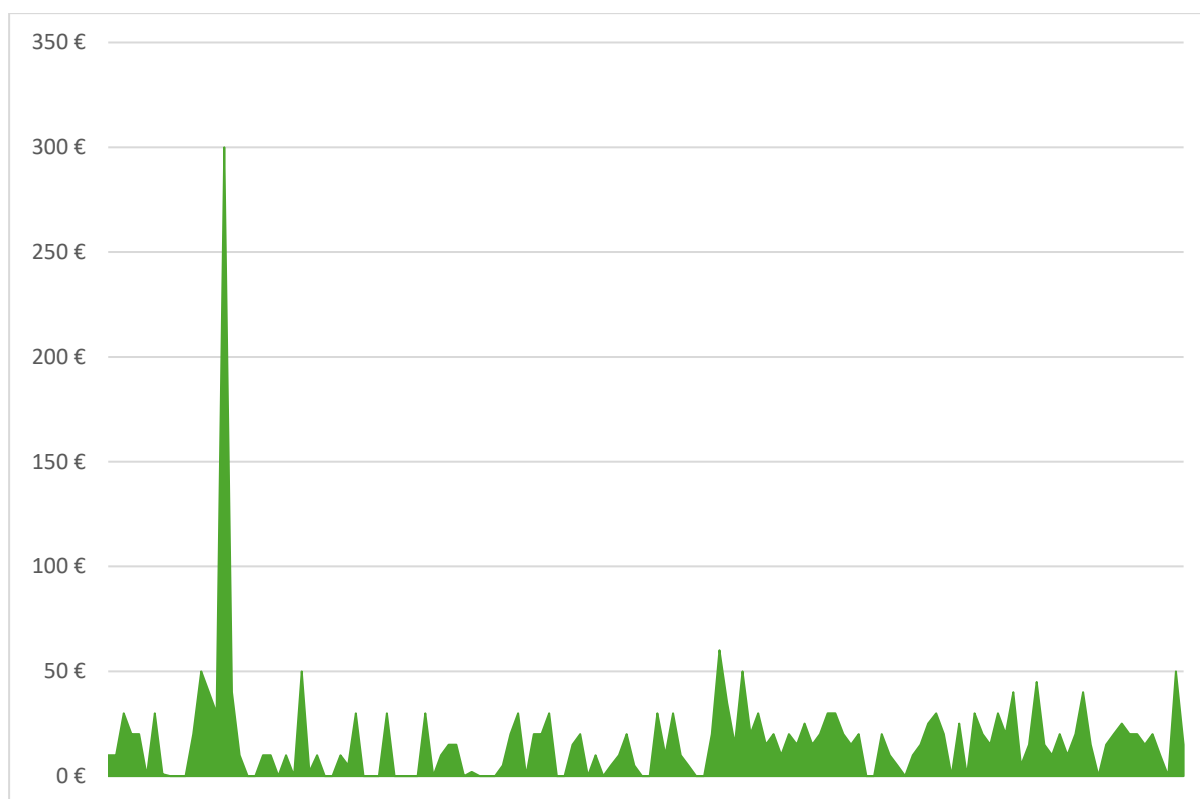


Figura 22: Expectativa de gasto médio mensal para aquisição de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

A análise desses dados contribui para o posicionamento estratégico de preços, e também ajuda a identificar possíveis segmentos de mercado que valorizam produtos de maior ou menor custo, permitindo que a empresa ajuste suas ofertas para atender melhor às necessidades e ao poder de compra dos consumidores.

6.6. Conclusões

Em síntese, este relatório forneceu uma análise abrangente das percepções e comportamentos dos potenciais clientes da Safadeusa em relação ao uso e aquisição de produtos eróticos, revelando *insights* fundamentais para guiar as estratégias da empresa. A partir dos dados coletados, foi possível identificar padrões significativos, como a diversidade na aceitação e frequência de uso entre diferentes grupos demográficos, bem como destacar as principais barreiras e motivações que influenciam a decisão de utilizar ou não esses produtos. A recolha destas informações foi essencial para orientar o posicionamento da marca, as estratégias de marketing e o desenvolvimento de produtos que irão atender de forma mais eficaz às expectativas dos consumidores.

A análise das preferências de aquisição mostrou que a discrição e a especialização dos pontos de venda são fatores determinantes para muitos consumidores, principalmente para as mulheres. Enquanto isso, os homens tendem a ser mais neutros em relação aos meios de compra, o que sugere uma oportunidade de fidelização ao oferecer vantagens que incentivem a escolha de canais específicos. Além disso, a identificação de um preço médio aceitável de 17 euros proporciona uma referência crucial para definir uma estratégia de preços que equilibre acessibilidade e qualidade, com opções de pacotes de assinatura que variem de básicos a premium para atrair diferentes perfis de consumidores.

Os dados também revelaram uma necessidade de flexibilização na frequência de entrega das "sexboxes", com muitos participantes considerando a periodicidade mensal excessiva. A decisão de ajustar a oferta para pacotes bimensais ou avulsos demonstra a capacidade da Safadeusa de adaptar suas estratégias com base no feedback do público, visando maximizar a satisfação do cliente e o engajamento contínuo com a marca. Essa abordagem adaptativa não apenas reforça a relevância dos produtos para os consumidores, mas também cria uma relação mais próxima e duradoura, possibilitando maior retenção.

Outro ponto importante destacado pelo relatório é a importância de campanhas educativas que ajudem a desmistificar o uso de produtos eróticos e incentivem a sua aceitação. A pesquisa revelou que muitos consumidores, especialmente homens, ainda veem com receio o aconselhamento sobre prazer sexual e a experimentação de produtos eróticos. Ao focar em campanhas de conscientização e educação, a Safadeusa pode reduzir essas barreiras, promovendo uma cultura de abertura e normalização em relação à saúde e ao bem-estar sexual. A análise das motivações para não utilização de produtos eróticos também aponta para barreiras importantes, como o custo, o estigma social e o desconhecimento dos produtos, que precisam ser superadas para ampliar o mercado. A Safadeusa tem a oportunidade de explorar nichos ainda pouco atendidos, criando estratégias para oferecer produtos mais acessíveis e focar em comunicação que enfatize os benefícios e a diversidade dos produtos disponíveis. A personalização das recomendações, aliada a uma experiência de compra que priorize a discrição e conveniência, pode ser um diferencial competitivo importante para capturar novos segmentos de consumidores.

Em suma, este relatório não apenas apresenta uma visão detalhada das atitudes atuais dos consumidores em relação aos produtos eróticos, mas também fornece uma base sólida para o desenvolvimento de estratégias de crescimento sustentável. A Safadeusa, ao alinhar suas ofertas com as necessidades identificadas, poderá se posicionar de forma mais eficiente no mercado,

promovendo uma abordagem inovadora, acessível e inclusiva em relação ao prazer e à saúde sexual. A implementação das estratégias definidas com base no inquérito, permitirão à marca expandir sua presença no mercado, conquistar novos públicos e fidelizar os consumidores, garantindo seu sucesso a longo prazo em um setor competitivo e em constante evolução.

Capítulo 7. Plano de negócios – Safadeusa

7.1. Sumário executivo

A Safadeusa é uma plataforma pioneira concebida para transformar a forma como os consumidores interagem com o mercado de produtos eróticos, quebrando tabus e reformulando a experiência de compra. Com o propósito de eliminar o estigma associado à aquisição de produtos sexuais, a Safadeusa se compromete a tornar o bem-estar sexual acessível e natural, integrando-o à vida cotidiana das pessoas. Nosso diferencial está na oferta de produtos de alta qualidade, serviços personalizados e uma experiência de compra que é ao mesmo tempo discreta e livre de julgamentos. Para proporcionar uma experiência única, a Safadeusa adota um modelo de assinatura inovador, apoiado por inteligência artificial. A tecnologia personaliza as "sex boxes" com base nas preferências dos clientes, que são identificadas por meio de um questionário anônimo e não intrusivo. Dessa forma, garantimos que cada cliente receba uma seleção curada de produtos adaptados às suas necessidades, sem o desconforto típico das compras convencionais. Além do serviço de assinatura, a plataforma oferece pacotes avulsos para ocasiões especiais, permitindo compras pontuais e sem compromisso. A distribuição dos produtos é planejada com discrição total: as entregas são realizadas em embalagens neutras, assegurando a privacidade dos clientes. Nosso público-alvo principal consiste em mulheres entre 25 e 45 anos, interessadas em explorar a sexualidade de forma segura e sem receios de julgamentos. Além disso, atenderemos também um grupo crescente de consumidores com mais de 55 anos, que buscam produtos para promover a saúde e o bem-estar sexual. Comprometida com práticas éticas e sustentáveis, a Safadeusa oferece opções de produtos que respeitam o meio ambiente, acompanhando uma tendência cada vez mais forte no setor erótico. O investimento inicial necessário para o lançamento é de 3.000 euros, com uma previsão de vendas de 100 "sex boxes" no primeiro ano e um crescimento projetado de 20% ao ano. Esperamos alcançar sustentabilidade financeira nos primeiros 12 meses de operação, com uma estratégia clara de expansão para o mercado europeu até 2027. Nosso objetivo vai além do lucro: visamos provocar uma transformação cultural, incentivando a sociedade a valorizar a saúde sexual como parte essencial do bem-estar geral.

7.2. O histórico da ideia

A ideia da Safadeusa surgiu de uma observação social simples, mas poderosa: a vergonha e o constrangimento que muitas pessoas sentem ao comprar produtos eróticos. Mesmo que o desejo

de experimentar e utilizar esses produtos seja forte, muitas vezes as barreiras sociais e o estigma associado ao sexo impedem que as pessoas façam essas compras de forma aberta e confortável.

A partir dessa constatação, foi realizado um inquérito para entender melhor os obstáculos enfrentados pelos potenciais consumidores. Os resultados confirmaram que, embora a maioria das pessoas queira explorar sua sexualidade e adquirir produtos eróticos, o medo do julgamento social as impede de fazê-lo, como se observa na figura 1. Os resultados do inquérito demonstram que, sobretudo para o público feminino, a percepção social negativa e o sentimento de constrangimento são as principais razões para se evitar o uso de produtos eróticos. Esse resultado revelou uma oportunidade para criar um espaço seguro, acolhedor e discreto, onde os clientes possam comprar produtos de maneira livre e sem constrangimentos, melhorando a vida sexual e consequentemente a saúde física e mental.

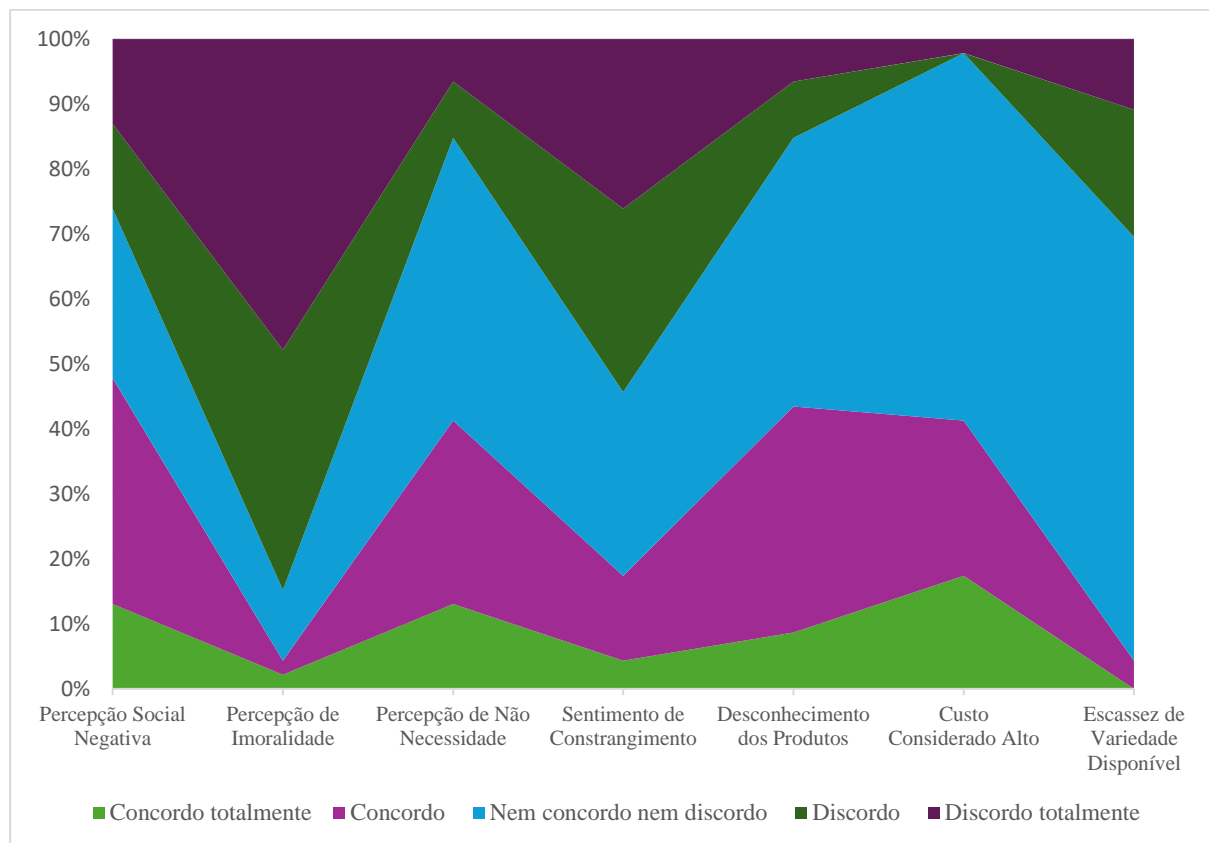


Figura 23: Motivações para a não utilização de produtos eróticos

(Fonte: elaboração própria)

A visão da Safadeusa é ambiciosa: promover uma transformação cultural a longo prazo. Queremos mudar a mentalidade das pessoas em relação à sexualidade e ao consumo de produtos eróticos, tornando esse tipo de compra tão natural quanto a compra de qualquer outro item de

bem-estar. A longo prazo, esperamos que a Safadeusa seja vista não apenas como uma loja de produtos eróticos, mas como um catalisador para a aceitação e normalização da sexualidade no cotidiano.

A Safadeusa, é uma empresa com um profundo interesse em inovação tecnológica e uma visão clara de como a tecnologia pode transformar a experiência de consumo. Esperamos com esta empresa unir tecnologia de ponta a uma causa socialmente relevante e que se mantém numa posição estigmatizada pela sociedade.

7.3. O mercado subjacente

O mercado de produtos eróticos tem experimentado uma transformação profunda nas últimas décadas, impulsionado por mudanças culturais, avanços tecnológicos e uma maior abertura para discutir a sexualidade de maneira saudável e livre de tabus. Tradicionalmente associado a estigmas e preconceitos, o setor está gradativamente a integrar-se de forma mais natural à percepção de saúde e bem-estar, ganhando aceitação em diferentes faixas etárias e contextos sociais. Segundo estimativas, o mercado global de produtos eróticos deverá atingir um crescimento de aproximadamente 9,83 bilhões de dólares até 2024, refletindo a crescente demanda por produtos que permitam às pessoas explorar sua sexualidade de maneira segura, prazerosa e responsável (Research And Markets, 2022).

Esse crescimento expressivo é impulsionado por diversos fatores, que incluem não apenas a evolução nas atitudes culturais, mas também a inovação tecnológica. O desenvolvimento de brinquedos sexuais inteligentes, conectados à internet, permite novas formas de interação e intimidade, especialmente para casais que mantêm relacionamentos à distância (Business Wire, 2023). Durante a pandemia de COVID-19, essa inovação tornou-se ainda mais relevante, já que as pessoas buscavam maneiras de manter o contato íntimo com seus parceiros, apesar das limitações impostas pelo isolamento social. Essa tendência tecnológica não se limita apenas a brinquedos conectados, mas também abrange a personalização de produtos por meio de inteligência artificial, adaptando a experiência de consumo às preferências individuais dos usuários.

O aumento da conscientização sobre a saúde sexual e o bem-estar geral também desempenha um papel fundamental na expansão desse mercado. A saúde sexual é reconhecida como parte integral do bem-estar humano, e campanhas educativas têm ajudado a desmistificar o uso de produtos eróticos, apresentando-os não apenas como fontes de prazer, mas também como

ferramentas para promover a saúde íntima. Profissionais de saúde têm reforçado a importância do uso desses produtos no contexto terapêutico, como auxiliares no tratamento de disfunções sexuais e na melhora do relacionamento dos casais.

Paralelamente, há um movimento crescente em direção ao consumo ético e sustentável, que tem moldado as preferências dos consumidores. A preocupação com o meio ambiente e a responsabilidade social impulsiona a demanda por produtos fabricados de forma consciente, utilizando materiais recicláveis, biodegradáveis ou de origem ética. Produtos eróticos sustentáveis, como vibradores feitos com silicone de origem natural e embalagens ecologicamente corretas, estão se tornando mais populares, atendendo a uma base de consumidores que valoriza tanto o prazer quanto a sustentabilidade.

Além disso, o comércio eletrônico tem revolucionado a distribuição de produtos eróticos, democratizando o acesso e possibilitando a expansão para áreas anteriormente menos atendidas, como zonas rurais e regiões com acesso limitado a lojas físicas. Plataformas online especializadas têm permitido que os consumidores façam suas compras de maneira discreta e conveniente, contribuindo para a redução do estigma associado a esses produtos. As opções de entrega discretas e a personalização do atendimento são fatores que têm atraído um público cada vez mais diversificado.

Pesquisas indicam que as novas gerações, como os millennials e a geração Z, são mais propensas a explorar e aceitar sua sexualidade de maneira aberta, contribuindo para o crescimento do setor. Ademais, o envelhecimento da população e o aumento da expectativa de vida têm impulsionado a demanda por produtos que atendam às necessidades sexuais de pessoas com mais de 55 anos, um segmento que está cada vez mais ativo e consciente sobre a importância do bem-estar sexual.

Nesse cenário em constante evolução, a Safadeusa está estrategicamente posicionada para capitalizar sobre essas tendências, oferecendo uma experiência de compra inovadora, personalizada e sustentável. Ao combinar tecnologia de ponta com práticas éticas e um modelo de negócios adaptado aos valores modernos, a plataforma visa não apenas atender à demanda atual, mas também liderar uma transformação cultural que promova a saúde sexual como uma parte essencial do bem-estar.

7.4. A nova ideia e seu posicionamento no mercado

A Safadeusa se diferencia dos concorrentes ao oferecer uma experiência de consumo verdadeiramente única e personalizada. Enquanto muitos sexshops online oferecem uma

variedade de produtos eróticos, a Safadeusa vai além ao utilizar tecnologia de inteligência artificial para criar "sex boxes" personalizadas, adaptadas às preferências e necessidades de cada cliente. Isso permite que a plataforma entregue uma experiência altamente individualizada, eliminando a necessidade de o cliente fazer escolhas constrangedoras ou complexas.

O modelo de assinatura é uma das principais inovações da Safadeusa. Com pacotes bimensais, os clientes recebem uma seleção surpresa de produtos cuidadosamente escolhidos com base em seus gostos. Essa abordagem não apenas elimina o estigma de ir a uma loja física ou de selecionar produtos em um site, mas também cria uma sensação de antecipação e descoberta a cada entrega. O questionário inicial, projetado para ser amigável e não intrusivo, coleta informações de maneira discreta, garantindo que o cliente se sinta confortável ao compartilhar suas preferências. Com base nas respostas, a Safadeusa utiliza um algoritmo de IA para selecionar os produtos mais adequados, criando uma experiência sob medida que evolui com o tempo, à medida que o cliente fornece feedback sobre suas experiências anteriores.

Essa proposta de valor posiciona a Safadeusa como uma marca que entende profundamente as necessidades dos seus clientes e está comprometida em fornecer não apenas produtos, mas uma experiência de consumo que promove bem-estar e autoexploração, ao mesmo tempo em que combate o estigma em torno do sexo e da sexualidade. Além disso, a Safadeusa se posiciona como uma marca que valoriza a sustentabilidade e a responsabilidade social. Ao oferecer produtos eróticos fabricados de maneira ética e sustentável, a empresa atende a uma crescente demanda por práticas de consumo que respeitem o meio ambiente e promovam o bem-estar geral. Assim, a Safadeusa se posiciona não apenas como uma opção de compra, mas como uma marca que promove uma mudança cultural em direção à normalização do bem-estar sexual, incorporando valores de inclusão e responsabilidade que ressoam com as expectativas de uma nova geração de consumidores. Essa abordagem multifacetada não só a coloca em uma posição privilegiada dentro do mercado, mas também a torna uma pioneira em um setor que ainda tem muito a evoluir.

7.5. O Projeto / Produto / Ideia

O projeto da Safadeusa gira em torno de um conceito inovador: fornecer aos clientes uma maneira discreta, confortável e personalizada de adquirir produtos eróticos, quebrando barreiras sociais e promovendo a aceitação da sexualidade como parte integral do bem-estar.

7.5.1. Produtos

A Safadeusa oferece uma variedade diversificada de produtos que vão muito além dos tradicionais brinquedos sexuais. Seu portfólio inclui:

- **Brinquedos sexuais:** Vibradores, dildos, anéis penianos e brinquedos para casais, que variam em design, material e funcionalidades.
- **Cosméticos eróticos:** Óleos de massagem, géis de prazer e sprays, que melhoram a experiência sexual e promovem a intimidade entre parceiros. Esses produtos são formulados para serem seguros e agradáveis ao toque, com opções de produtos com ingredientes naturais e veganos.
- **Acessórios sensuais:** Incluem itens como lingerie, chicotes, vendas e algemas, que permitem explorar fantasias e fetiches de maneira segura e consensual. Este segmento tem crescido, especialmente entre consumidores que buscam adicionar um elemento de jogo e aventura às suas experiências sexuais.
- **Produtos para o bem-estar sexual:** Lubrificantes, preservativos e produtos relacionados à saúde sexual e reprodutiva, que são essenciais para garantir experiências seguras e prazerosas. A Safadeusa foca em oferecer lubrificantes à base de água ou silicone, adequados para diferentes tipos de brinquedos e sensibilidades.
- **Curadoria e Personalização:** O grande diferencial da Safadeusa é a curadoria dos produtos através das "sex boxes" personalizadas, que são selecionadas com base nas respostas a um questionário inicial. Este processo de personalização é vital, pois permite que a empresa adapte suas ofertas às preferências e necessidades únicas de cada cliente. O feedback contínuo dos consumidores também possibilita ajustes nos produtos oferecidos ao longo do tempo, garantindo que as "sex boxes" evoluam e melhorem constantemente.
- **Inclusão de Produtos Sustentáveis:** Com uma crescente conscientização sobre questões ambientais, a Safadeusa está comprometida em oferecer produtos sustentáveis. Isso inclui a introdução de itens feitos de materiais recicláveis ou biodegradáveis, alinhando-se à demanda por opções de consumo responsáveis e éticas. Este movimento é particularmente relevante, uma vez que os consumidores estão cada vez mais inclinados a escolher marcas que demonstram responsabilidade ambiental e social.

Além dos produtos mencionados, o mercado de produtos eróticos é vasto e inclui categorias específicas que também poderão fazer parte do portfólio da Safadeusa, tais como:

- **BDSM e Fetiches:** Este segmento abrange uma ampla gama de produtos, desde algemas e chicotes até acessórios mais específicos, como mordanças e aparelhos de *bondage*. O BDSM tem se tornado popular, com muitos consumidores buscando explorar suas fantasias em um ambiente seguro e consensual.
- **Jogos e Kits de Sensação:** Jogos para casais que incentivam a intimidade e a exploração sexual, muitas vezes incluem cartas ou desafios que promovem a comunicação aberta e a descoberta mútua.
- **Fetiches:** Produtos que atendem a interesses e práticas específicas, como roupas de látex, calçados especiais e acessórios que ajudam a criar ambientes de fetiche e fantasia.

A diversidade de produtos disponíveis no mercado de produtos eróticos, incluindo aqueles focados em BDSM e fetiches, reflete uma mudança cultural em direção à aceitação e à exploração da sexualidade. A Safadeusa, com sua proposta de valor centrada na personalização e na sustentabilidade, está bem posicionada para atender a essa demanda crescente, proporcionando uma experiência de compra que não só atende às necessidades dos clientes, mas também promove um ambiente de aceitação e liberdade sexual.

7.5.2. O Modelo de Assinatura

O modelo de assinatura é o coração do projeto Safadeusa. Os clientes têm a opção de escolher entre três pacotes de assinatura, cada um com preços diferenciados que variam entre os 10 e os 100 euros, permitindo que a plataforma atenda a um vasto público e suas diversas preferências. Cada plano oferece a conveniência de um envio bimensal, no qual os assinantes recebem uma "sex box" recheada com uma seleção surpresa de produtos eróticos. A personalização é central nesse processo, pois as "sex boxes" são construídas com base nas preferências individuais coletadas através de um questionário inicial, proporcionando uma experiência única e adaptada a cada cliente.

Além de oferecer uma experiência inovadora, o modelo de assinatura promove a descoberta de novos produtos de forma prática e sem constrangimentos, eliminando a pressão associada à compra convencional em lojas físicas ou mesmo em lojas virtuais. A flexibilidade é um dos pontos fortes desse modelo: os clientes podem ajustar suas preferências ao longo do tempo, assim como interromper ou modificar suas assinaturas conforme desejado. Isso garante uma alta retenção de clientes, criando uma base de consumidores fiéis que percebem o valor em receber produtos selecionados especialmente para eles, de maneira discreta e conveniente.

Para aqueles que não desejam se comprometer com uma assinatura imediatamente, a Safadeusa oferece a opção de adquirir "sex boxes" avulsas. Essa flexibilidade permite que novos clientes experimentem a plataforma sem compromisso, aumentando a probabilidade de uma futura assinatura. Esse modelo de negócios não só mantém o fator surpresa que é tão atrativo para os clientes, mas também estabelece um relacionamento contínuo com eles, incentivando a fidelidade e a satisfação a longo prazo. A Safadeusa, portanto, não é apenas uma plataforma de venda de produtos eróticos, mas uma experiência que celebra a sexualidade de maneira segura e positiva.

7.5.3. Questionário e Inteligência Artificial

O processo de personalização da Safadeusa começa com um questionário online cuidadosamente elaborado, que visa ser acolhedor e não intrusivo. Este questionário é a chave para entender as preferências e interesses dos clientes, permitindo que a plataforma crie "sex boxes" altamente personalizadas. As perguntas são formuladas para facilitar a comunicação e incentivar os clientes a compartilhar suas expectativas de maneira confortável.

Alguns exemplos de perguntas que podem ser incluídas no questionário são:

- Se você fosse um brinquedo erótico, que tipo de brinquedo seria?
- Qual é o superpoder que você gostaria que seu brinquedo erótico tivesse?
- Qual dos seguintes filmes descreve melhor sua vida sexual?
- Se você pudesse enviar uma mensagem em uma garrafa para um fabricante de brinquedos eróticos, o que você pediria?
- Qual é a sobremesa mais parecida com a sua ideia de prazer?
- Se você pudesse inventar um feriado dedicado ao prazer, como ele seria celebrado?

A Safadeusa utiliza algoritmos de inteligência artificial para analisar as respostas desse questionário e preparar as "sex boxes" de maneira altamente personalizada. Por exemplo, se um cliente indicar preferência por brinquedos sexuais de silicone e demonstrar interesse em explorar novas experiências, o algoritmo poderá recomendar produtos que se alinhem com essas preferências. À medida que o cliente utiliza os produtos e fornece feedback sobre sua experiência, o algoritmo se ajusta continuamente, refinando as futuras seleções e aprimorando a experiência do usuário. Por exemplo, se um cliente expressar que gostou particularmente de um tipo específico de lubrificante ou brinquedo, isso será levado em conta nas próximas curadorias.

Esse uso de tecnologia de inteligência artificial não só diferencia a Safadeusa no mercado, mas também proporciona uma experiência de personalização que vai além do que a maioria dos competidores oferece, garantindo que cada cliente se sinta entendido e valorizado. Essa abordagem personalizada é fundamental para criar um relacionamento duradouro com os clientes, promovendo a lealdade e a satisfação contínua.

7.5.4. Logística e Distribuição

A logística da Safadeusa é pensada para oferecer a máxima discrição e eficiência, garantindo uma experiência de compra tranquila e segura para os clientes. Todos os produtos serão entregues em embalagens neutras, sem qualquer indicação do conteúdo, a fim de preservar a privacidade do cliente. A segurança e a confidencialidade das entregas são prioridades, e para isso, a Safadeusa estabelece parcerias com transportadoras de confiança que asseguram a integridade de cada envio. Inicialmente, a distribuição estará focada em todo o território nacional, atendendo a Portugal com uma cobertura completa. No entanto, à medida que o negócio crescer, a empresa pretende expandir para o mercado espanhol em 2027, com colaborações estratégicas com empresas de logísticas locais que possuem experiência em entregas internacionais e conhecimento das regulamentações específicas. Essa estratégia permitirá à Safadeusa minimizar custos de transporte e otimizar a penetração no novo mercado. Para melhor atender às diversas necessidades dos clientes, a Safadeusa irá oferecer uma variedade de opções de entrega personalizáveis, que incluem:

- **Entrega expressa** para clientes que desejam receber os produtos com urgência.
- **Pontos de coleta discretos**, como lockers automáticos ou parcerias com estabelecimentos locais, para aqueles que preferem não receber os produtos em casa.
- **Rastreamento em tempo real**, possibilitando que os clientes acompanhem o status de seus pedidos e a data de entrega.

A Safadeusa também busca alinhar-se às tendências de consumo consciente, utilizando embalagens ecológicas feitas de materiais recicláveis ou biodegradáveis. Essas soluções reforçam o compromisso da marca com a sustentabilidade, sem comprometer a discrição que os clientes esperam. Além disso, as embalagens podem ser projetadas para serem reutilizáveis ou recicláveis, promovendo práticas mais sustentáveis e eco-friendly. Com foco na satisfação do cliente, a Safadeusa implementará uma política de devolução eficiente, que permite trocas dos produtos que podem ser substituídos e devoluções de maneira discreta e segura. Para facilitar o processo, são disponibilizadas etiquetas de devolução pré-pagas, permitindo que o

cliente devolva o produto facilmente em um ponto de coleta, sem comprometer sua privacidade. Esse sistema de trocas ou reembolso rápido visa aumentar a confiança dos consumidores na marca.

7.6. Estratégia Comercial

A Safadeusa adota uma estratégia comercial multifacetada, combinando marketing digital, parcerias estratégicas e presença em eventos do setor para criar uma marca forte e confiável.

7.6.1. Estratégia Digital

A comunicação da Safadeusa será fortemente baseada em canais digitais, permitindo uma abordagem mais direta e acessível para alcançar o público-alvo.

- **Redes Sociais:** Plataformas como Instagram, TikTok e Facebook serão utilizadas para criar conteúdos educativos, desmistificando o uso de produtos eróticos e promovendo a importância do bem-estar sexual. Conteúdos interativos, como enquetes, tutoriais e discussões abertas, ajudarão a engajar a comunidade e atrair novos clientes.
- **Website:** O site da Safadeusa será um ponto central de interação com o cliente. Além de ser uma plataforma de e-commerce com fácil navegação, ele terá uma seção de blog com conteúdos sobre saúde sexual, bem-estar e dicas de utilização dos produtos. A plataforma será otimizada para dispositivos móveis, garantindo uma experiência de compra fluida e prática.
- **E-mail Marketing:** A Safadeusa enviará newsletters regulares com conteúdos exclusivos para assinantes, como descontos, novas tendências do setor e recomendações personalizadas de produtos. Este canal será essencial para fidelizar os clientes e promover ofertas exclusivas.

7.6.2. Parcerias B2B

Estabelecer colaborações com outras empresas e influenciadores do setor será fundamental para aumentar a visibilidade da marca.

- **Sex Shops:** Parcerias com sex shops tradicionais, oferecendo uma linha exclusiva de "sex boxes" ou outros produtos da Safadeusa para venda em lojas físicas.
- **Influenciadores e Bloggers:** Colaborações com influenciadores digitais que falam sobre sexualidade, saúde e bem-estar ajudarão a criar uma relação de confiança com o público e a alcançar novos consumidores de forma autêntica.

- **Feiras e Eventos:** A participação em feiras e eventos do setor permitirá à Safadeusa ampliar sua rede de contatos, construir relações comerciais estratégicas e aumentar a visibilidade da marca em mercados internacionais.

7.7. Gestão e Controlo do Negócio

A gestão da Safadeusa será organizada de maneira eficiente e transparente, com foco no crescimento sustentável e no fortalecimento contínuo da marca. A fundadora, liderará a empresa, com a responsabilidade de supervisionar as operações diárias, bem como o desenvolvimento estratégico da marca.

7.7.1. Equipe

A equipe da Safadeusa será inicialmente enxuta, com funções essenciais delegadas a um colaborador especializado. O plano inclui a contratação de um responsável pelo atendimento ao cliente, que será fundamental para manter uma comunicação clara e eficiente com os consumidores. À medida que o negócio crescer, a equipe será expandida para incluir mais funções, como especialistas em desenvolvimento de produto e gestão de parcerias internacionais, marketing e informática para aprimoramento interno do algoritmo.

7.7.2. Controlo Financeiro

O controlo financeiro será rigoroso, com a implementação de softwares de contabilidade e gestão empresarial que monitoram fluxos de caixa, despesas e receitas em tempo real. Além disso, a Safadeusa estabelecerá uma governança clara, com relatórios mensais de desempenho e reuniões trimestrais para ajustar a estratégia conforme necessário.

7.8. Investimento Necessário

Para lançar a Safadeusa e garantir seu funcionamento inicial, será necessário um investimento total estimado em 3.000 euros. Esse montante será alocado principalmente nas seguintes áreas:

- **Desenvolvimento do Website:** A criação de uma plataforma de e-commerce responsiva e atrativa, que inclua o questionário personalizado e os módulos de inteligência artificial.
- **Marketing Inicial:** Campanhas de lançamento em redes sociais, com foco na criação de brand awareness e engajamento do público-alvo.

- **Estoque Inicial de Produtos:** A compra de um estoque inicial de produtos eróticos selecionados, que garantam qualidade e variedade para o lançamento das primeiras "sex boxes".
- **Logística e Distribuição:** Parcerias com transportadoras que garantam uma entrega eficiente e discreta para os clientes.

7.9. Projeções Financeiras / Modelo Financeiro

As projeções financeiras da Safadeusa são fundamentadas em uma estratégia de crescimento contínuo e sustentável, que combina o aumento progressivo do número de assinantes com a venda de produtos avulsos para atingir a sustentabilidade financeira e expandir o alcance do mercado. A expectativa inicial é comercializar 100 "sex boxes" no primeiro ano, com uma taxa de crescimento anual projetada de **20%** ao ano nos primeiros cinco anos.

Crescimento da Receita

- **Modelo de Assinatura:** O modelo de assinatura é a principal fonte de receita da Safadeusa, com planos bimensais que oferecem previsibilidade no fluxo de caixa. O crescimento de 20% ao ano se traduz em 120 assinantes no segundo ano, 144 no terceiro, e assim por diante, chegando a aproximadamente 207 assinantes ao final do quinto ano. Esse aumento gradual é projetado para ser sustentado pela fidelização de clientes e pela expansão das campanhas de marketing.
- **Venda de Produtos Avulsos:** Além das assinaturas, espera-se que a venda de produtos avulsos, como "sex boxes" únicas e outros produtos eróticos, contribua com 30% da receita anual. Essa abordagem permite que a Safadeusa alcance consumidores que preferem experimentar antes de se comprometerem com uma assinatura, aumentando as oportunidades de conversão futura.

Estrutura de Custos

- **Custo dos Produtos:** A margem de lucro será cuidadosamente gerida para manter os custos dos produtos dentro de 30% a 40% do preço de venda. Isso inclui a aquisição de produtos, custos de personalização e embalagens ecológicas.
- **Logística e Distribuição:** Os custos de envio são estimados em 10% do valor do pedido, com um aumento marginal esperado à medida que a empresa expande sua área de atuação. Parcerias com transportadoras podem reduzir os custos por unidade com o aumento do volume.

- **Marketing e Aquisição de Clientes:** O orçamento de marketing será inicialmente direcionado para campanhas digitais, com um investimento estimado em 20% da receita anual para promover a marca e atrair novos assinantes.

Projeção de Lucro

Nos primeiros cinco anos, a Safadeusa espera alcançar lucratividade a partir do terceiro ano, com as vendas acumuladas de assinaturas e produtos avulsos cobrindo os custos fixos e variáveis. A taxa de renovação das assinaturas será um fator chave para o crescimento contínuo, com uma expectativa de retenção de 80% dos assinantes a cada ano.

Expansão para o Mercado Espanhol

O plano de expansão para o mercado espanhol em 2027 prevê um aumento significativo na base de assinantes e nas vendas avulsas. Com parcerias estratégicas locais e campanhas adaptadas, espera-se que as operações internacionais contribuam com 30% do crescimento anual a partir do sexto ano.

Capítulo 8. Identidade visual - Safadeusa

8.1. Conceito da marca

A Safadeusa é uma marca que nasceu com o propósito de quebrar os tabus que cercam a sexualidade e o uso de produtos eróticos, buscando promover uma experiência de consumo segura, natural e empoderadora. Desde sua gênese, a marca se posiciona como um espaço acolhedor onde os clientes, especialmente as mulheres, podem explorar e cuidar do seu bem-estar sexual sem constrangimentos ou preconceitos. A Safadeusa reconhece que a sociedade ainda impõe barreiras significativas quando o assunto é o prazer, e se propõe a ser uma voz ativa na mudança de mentalidade, incentivando uma abordagem mais aberta, saudável e positiva sobre a sexualidade.

A marca é fundamentada em valores centrais que refletem seu compromisso com o empoderamento, a inclusividade, a confidencialidade, a qualidade e a inovação. Em primeiro lugar, a Safadeusa busca encorajar a autoconfiança e a liberdade de expressão da sexualidade, sem culpa ou vergonha. Acredita que o prazer é um direito de todos, independentemente da identidade ou orientação sexual, e por isso adota uma postura inclusiva, acolhendo as mais diversas formas de amor e desejo. Esse comprometimento com a diversidade se reflete em cada aspecto da marca, desde os produtos oferecidos até a comunicação adotada, que é sempre aberta, respeitosa e desprovida de julgamentos.

Além disso, a Safadeusa reconhece a importância de oferecer uma experiência que respeite a privacidade dos consumidores. Num mercado em que ainda há tanto estigma associado ao uso de produtos eróticos, a marca se esforça para garantir um ambiente seguro e confidencial, onde as pessoas possam descobrir suas preferências e explorar suas fantasias com total discrição. Essa postura é complementada pelo compromisso com a qualidade e a inovação, já que a Safadeusa oferece produtos cuidadosamente selecionados, que combinam tecnologia de ponta com materiais seguros e duráveis, garantindo que os consumidores desfrutem de experiências prazerosas e seguras.

Com uma personalidade confiante, ousada e acolhedora, a Safadeusa se apresenta como uma aliada na jornada de autoconhecimento e exploração do prazer. A linguagem da marca é envolvente e acessível, transmitindo sensualidade de forma sofisticada, sem cair na vulgaridade. O tom de voz adotado nas comunicações é caloroso e descomplicado, mas sempre com um toque de elegância, refletindo a imagem de uma marca que entende as necessidades e os desejos de seu público. A missão da Safadeusa é clara: desmistificar o uso de produtos

eróticos, criando um espaço de liberdade onde o prazer é tratado com a naturalidade e com a importância que merece.

A visão de longo prazo da marca é ambiciosa. A Safadeusa deseja tornar-se uma referência no mercado europeu de produtos eróticos, especialmente naqueles que combinam tecnologia com bem-estar. Ao oferecer soluções inovadoras para o prazer, busca contribuir para a eliminação do estigma em torno da sexualidade e, ao mesmo tempo, promover uma mudança cultural mais ampla. A marca se dirige principalmente a mulheres entre 25 e 45 anos, que desejam explorar sua sexualidade de forma mais aberta, mas ainda enfrentam barreiras sociais para isso. Além desse público primário, a Safadeusa também oferece soluções para pessoas com mais de 55 anos, que buscam produtos voltados para a saúde sexual e o prazer.

A mensagem principal que a Safadeusa deseja transmitir é a celebração da liberdade de sentir prazer e explorar as próprias fantasias sem julgamentos. A marca se propõe a normalizar conversas sobre sexualidade, ajudando as pessoas a se conectarem consigo mesmas e com seus parceiros de maneira autêntica e prazerosa.

8.2. Paleta de cores

A paleta de cores escolhida para a identidade visual da Safadeusa reflete a essência da marca e seus valores centrais, criando uma combinação visual que é ao mesmo tempo ousada, acolhedora e sofisticada. Cada cor foi selecionada para transmitir aspectos importantes do conceito da marca, alinhando-se ao propósito de promover empoderamento, quebra de tabus e bem-estar sexual de forma inovadora e inclusiva. A paleta é composta por tons vibrantes e suaves que, juntos, formam um conjunto equilibrado e versátil, oferecendo diversas possibilidades de aplicação em materiais gráficos, embalagens e comunicações digitais.

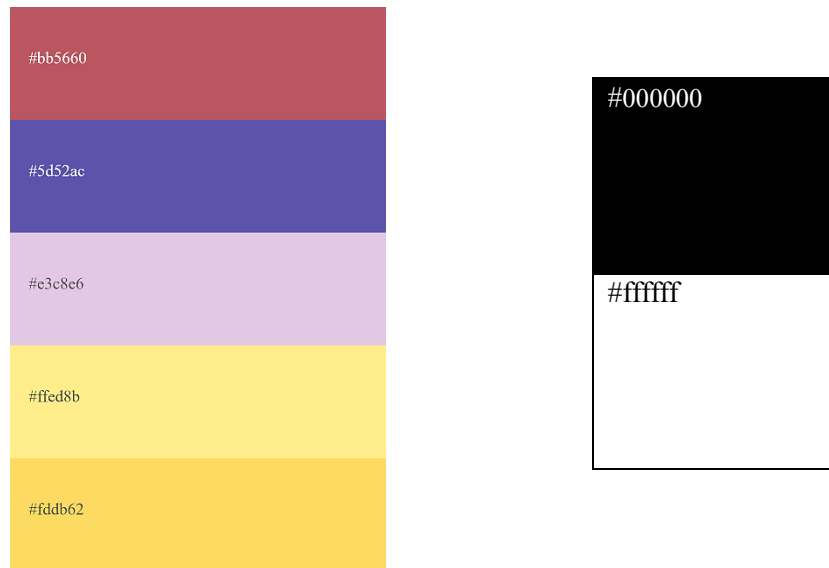


Figura 24: Paleta de cores

(Fonte: elaboração própria)

O tom **#bb5660**, um vermelho terroso e profundo, simboliza a paixão e a energia. É uma cor que remete à coragem de se expressar e de explorar a própria sexualidade sem medo, capturando o caráter ousado e autoconfiante da Safadeusa. Sua aplicação é ideal para elementos que exigem maior destaque, como botões de chamada para ação, ícones de interação ou títulos que convidam o público a se envolver com a marca. O **#5d52ac**, um roxo-azulado, traz uma dimensão de criatividade e sofisticação à identidade visual. Associado historicamente à realeza e ao mistério, o roxo na Safadeusa representa a profundidade das emoções e a liberdade de explorar novas experiências. Esse tom pode ser utilizado em fundos ou detalhes gráficos que visam criar contraste com as cores mais quentes da paleta, ajudando a destacar informações sem sobrecarregar o visual.

Para equilibrar a intensidade dos tons mais escuros, o **#e3c8e6**, um lilás claro e delicado, oferece uma sensação de leveza e acolhimento. Essa cor transmite suavidade, conforto e proximidade, sendo perfeita para elementos de fundo ou áreas que exigem uma abordagem visual mais leve e sutil, como ícones ilustrativos ou seções de texto que complementam os principais conteúdos. O **#ffed8b**, um amarelo-claro, adiciona um toque de alegria e vivacidade à paleta. Essa cor é associada à energia positiva e ao otimismo, transmitindo a mensagem de que o prazer e o bem-estar sexual devem ser celebrados e vistos como parte natural do cotidiano. Esse tom pode ser usado para destacar seções informativas importantes, como promoções ou notificações, chamando a atenção de forma amigável. Complementando o conjunto, o **#fdb62**, um amarelo-

dourado, oferece uma sensação de calor e sofisticação. Esse tom adiciona profundidade e uma aparência premium aos materiais visuais, sem perder o caráter acolhedor da marca. Pode ser aplicado em detalhes gráficos, ícones ou elementos de design que busquem destacar a qualidade e o cuidado com os quais a Safadeusa se preocupa em cada detalhe.

A inclusão de **branco (#ffffff)** e **preto (#000000)** na paleta traz equilíbrio e versatilidade. O branco é essencial para proporcionar clareza e criar espaços negativos que melhoram a organização visual e a legibilidade dos conteúdos. Ele é utilizado para destacar as cores mais vibrantes e garantir que os elementos gráficos se destaquem de maneira harmoniosa. O preto, por sua vez, oferece contraste e elegância, sendo ideal para textos, contornos ou detalhes que precisam de uma aparência mais sóbria e impactante, reforçando a sofisticação da marca. Em conjunto, essa paleta de cores não apenas define a identidade visual da Safadeusa, mas também comunica os valores que a marca representa. Ela proporciona uma experiência visual única, capaz de atrair, envolver e transmitir a mensagem de que o prazer, a inovação e o empoderamento andam de mãos dadas em cada detalhe.

8.3. Tipografia

A tipografia escolhida para a identidade visual da Safadeusa desempenha um papel crucial na construção da personalidade e no reforço dos valores da marca. Cada fonte foi cuidadosamente selecionada para garantir harmonia e transmitir a mensagem desejada com clareza e estilo. A combinação das diferentes tipografias reflete a essência empoderadora, acolhedora e sofisticada da Safadeusa, proporcionando uma experiência visual atraente e consistente em todas as aplicações.

Para os títulos principais, foi escolhida a fonte **Chifon Extra Light**, que traz uma elegância sutil e um toque de leveza à comunicação. A tipografia extra light confere aos títulos um aspecto sofisticado e moderno, reforçando a imagem de uma marca que valoriza a delicadeza e a sofisticação. Essa escolha é ideal para transmitir uma sensação de exclusividade e refinamento, destacando os principais conteúdos de forma discreta, porém impactante. A Chifon Extra Light é usada para atrair a atenção de maneira elegante, complementando os outros elementos visuais sem sobrecarregar o design.

Para os textos normais, foi adotada a fonte **Glacial Indifference**, uma tipografia sans-serif que combina simplicidade e versatilidade. Sua aparência limpa e moderna facilita a leitura e se adapta bem a diferentes tamanhos, tornando-a ideal para parágrafos, descrições de produtos e

textos informativos. A Glacial Indifference é neutra, o que permite que as mensagens da Safadeusa sejam transmitidas de maneira clara e direta, mantendo a sofisticação e evitando distrações visuais.

Nos títulos dos textos normais, a fonte **Maharkila** acrescenta um toque de personalidade e originalidade. Com um design que mistura traços elegantes e linhas distintas, a Maharkila ajuda a criar hierarquia e destaque dentro do conteúdo, capturando a atenção dos leitores. Sua utilização confere aos títulos uma sensação de dinamismo e ousadia, alinhando-se à proposta inovadora da Safadeusa e reforçando a identidade marcante da marca.

Por fim, para o slogan da marca, a tipografia **Eyesome Script** foi escolhida para trazer um toque de intimidade e fluidez à comunicação. Com suas curvas suaves e traços orgânicos, essa fonte script sugere um tom pessoal e acolhedor, aproximando a marca do público e transmitindo a ideia de que a Safadeusa é uma amiga próxima e confiável. A Eyesome Script é perfeita para slogans e frases de efeito que precisam transmitir emoção e calor, complementando as outras tipografias e adicionando um elemento mais artístico à composição visual.

A combinação dessas tipografias permite que a Safadeusa comunique suas mensagens de maneira clara, envolvente e autêntica. Cada fonte desempenha um papel específico, contribuindo para uma experiência visual coesa e reforçando a personalidade única da marca, que é ao mesmo tempo elegante, moderna e acolhedora. Essa escolha tipográfica ajuda a transmitir os valores da Safadeusa em cada detalhe, criando uma identidade visual que se destaca no mercado e ressoa com seu público-alvo.

8.4. Logotipo e variantes

O logotipo da Safadeusa reflete a essência empoderada e sofisticada da marca, combinando elementos de tipografia e design para comunicar sua identidade de maneira clara e envolvente. O logotipo utiliza uma abordagem minimalista e elegante, composto pelo nome "Safadeusa" em uma tipografia sofisticada, acompanhado do slogan "É um prazer te conhecer" e uma imagem estilizada de duas figuras humanas, o logotipo transmite os valores centrais da marca: intimidade, sofisticação e um profundo conhecimento das preferências dos clientes.



Figura 25: Logotipo completo Safadeusa

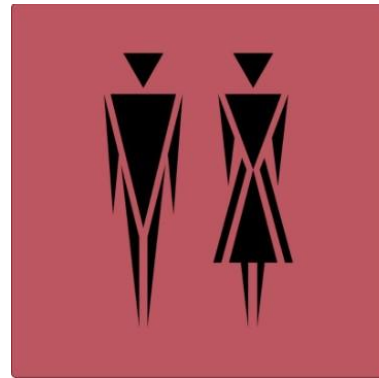


Figura 26: Símbolos do logotipo



Figura 27: Variações do logotipo

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

Para além da tipografia delicada do nome, o uso do slogan representa o compromisso da Safadeusa em conhecer profundamente os gostos e preferências dos clientes, proporcionando uma experiência de consumo personalizada e adaptada às necessidades de cada um. A escolha da tipografia cursiva sugere uma proximidade com o público, criando uma conexão emocional e convidando o consumidor a explorar a proposta da marca. O contraste entre a tipografia sofisticada do nome e a fluidez do slogan cria um equilíbrio visual que reforça a personalidade acolhedora e inovadora da Safadeusa.

A imagem das figuras humanas no logotipo é fortemente influenciada pelo princípio da simetria da teoria Gestalt. Segundo essa teoria, a simetria é naturalmente percebida pelo ser humano como algo agradável e equilibrado, proporcionando um sentido de harmonia visual. No contexto do logotipo, as figuras geométricas simplificadas e simétricas dos corpos criam uma representação abstrata que remete ao encontro e à conexão entre pessoas, um tema intimamente ligado à sexualidade e à missão da marca de celebrar o prazer e a intimidade. Além disso, as

formas geométricas que compõem as imagens possuem significados relevantes para a imagem da empresa. Os triângulos têm significados ambíguos, podendo representar equilíbrio, direção e dinamismo. Dependendo de sua orientação, um triângulo pode evocar uma sensação de força e masculinidade (quando apontado para cima) ou de receptividade e feminilidade (quando apontado para baixo), remetendo às associações culturais entre formas e gênero.

O fundo avermelhado utilizado no logotipo reforça a paleta de cores da marca, destacando o caráter ousado e empoderador. Esse tom cria um contraste marcante com o preto utilizado na tipografia e no símbolo, garantindo que o logotipo seja facilmente reconhecível e impactante, tanto em materiais digitais quanto impressos. Nas variações dos logos, as cores preto e branco têm o objetivo de transmitir certa neutralidade e força quando necessária a utilização em diferentes contextos, em que o fundo avermelhado não seja apropriado.

Em suma, o logotipo da Safadeusa é um elemento visual que captura a essência da marca, combinando sofisticação, intimidade e sensualidade. Ele foi desenhado para ser memorável e versátil, funcionando bem em diferentes formatos e tamanhos, transmitindo os valores e a personalidade da marca de forma consistente, enquanto reforça o compromisso de conhecer profundamente os gostos e preferências dos seus clientes.

8.5. Estilo visual e redes sociais

O estilo visual adotado pela Safadeusa em suas redes sociais, website e outros materiais é uma extensão direta da identidade visual da marca, utilizando elementos que reforçam sua proposta sofisticada, acolhedora e moderna. As imagens carregam a paleta de cores da marca, com predominância dos tons avermelhados e amarelos, que adicionam um toque de ousadia e energia. Esses tons são usados de forma estratégica para criar contrastes marcantes e destacar mensagens importantes, capturando a atenção do público de forma eficaz.

As publicações nas redes sociais da Safadeusa serão cuidadosamente planejadas para refletir a identidade visual da marca e comunicar com clareza a sua proposta. O conteúdo será diversificado em termos de estilo e tonalidade, com algumas postagens explorando um grau maior de sensualidade e ousadia, enquanto outras adotarão uma abordagem mais lúdica e discreta, mantendo um equilíbrio que abrange diferentes preferências e momentos do público-alvo. As cores utilizadas nas publicações seguirão a paleta da marca, garantindo uma identidade visual coesa e reconhecível. A escolha das cores será adaptada ao conteúdo de cada publicação, com tons mais intensos e marcantes para os conteúdos suaves, e cores mais marcantes para os *posts* de caráter lúdico ou informativo, como forma de subversão de expectativa. Essa variação

ajudará a criar uma dinâmica visual que desperta o interesse do público e reforça a identidade da marca. As postagens no feed do Instagram, irão transmitir informações, e criar uma experiência visual que refletirá a essência da Safadeusa, unindo estética e conteúdo para envolver e conectar com os seguidores e clientes de forma significativa.



Figura 28: Modelo de publicação para o Instagram

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

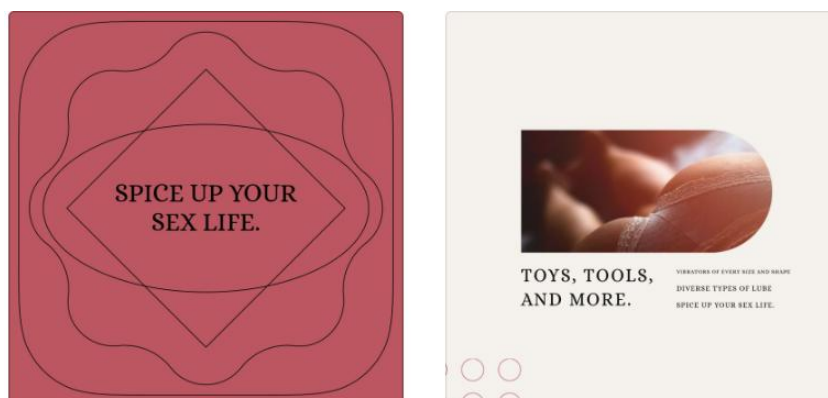


Figura 29: Modelo de publicação para o Instagram

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)



Figura 30: Modelo de publicação para o Instagram

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

Também será parte da estratégia de marketing de Safadeusa explorar os stories do Instagram, com o objetivo de captar a atenção de potenciais clientes e estimular o engajamento através de publicações interativas. Serão utilizados recursos como enquetes, votações, perguntas e quizzes para criar uma experiência dinâmica e envolvente, além de publicações de imagens e conteúdos que instiguem interesse. Essas ferramentas serão utilizadas para despertar a curiosidade dos seguidores, e permitir que a marca conheça melhor as preferências e interesses do público. Ademais, os stories serão usados para apresentar novidades, lançamentos de produtos, dicas e conteúdos educativos de forma dinâmica e espontânea. Essa interação direta aumentará a proximidade com os seguidores e clientes, tornando os stories um espaço onde a Safadeusa comunica e dialoga com seu público em tempo real.

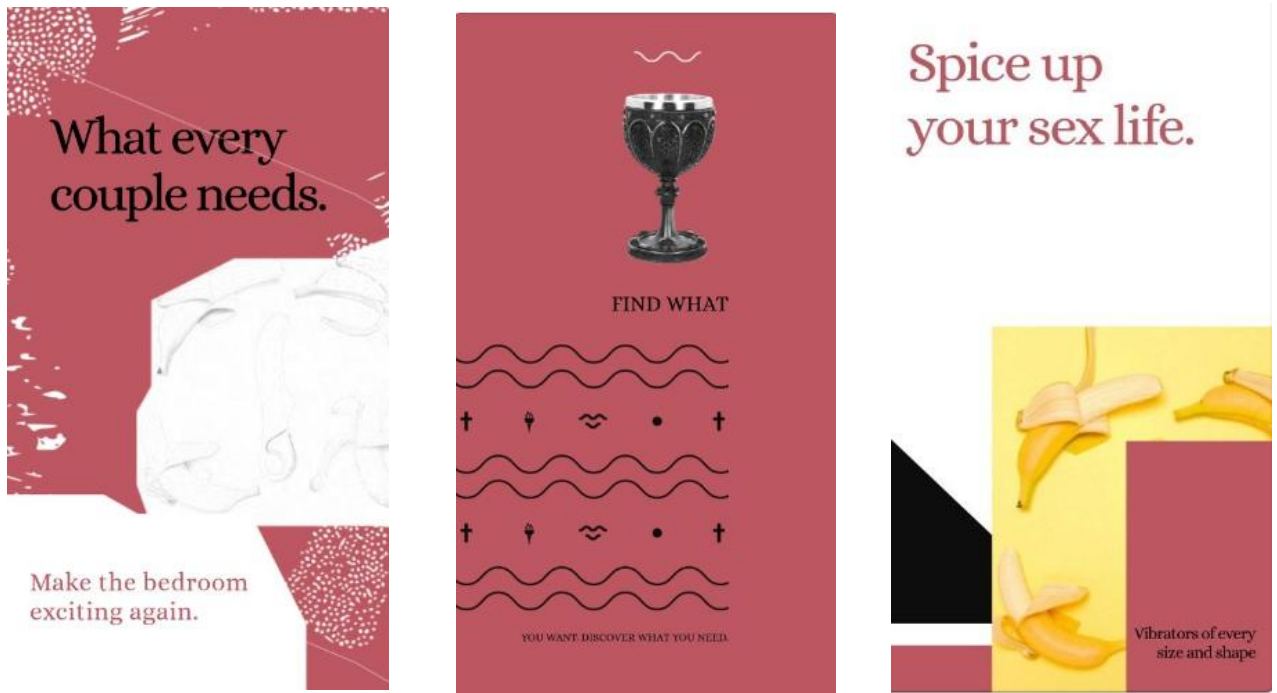


Figura 31: Modelo de storie para Instagram
 (Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

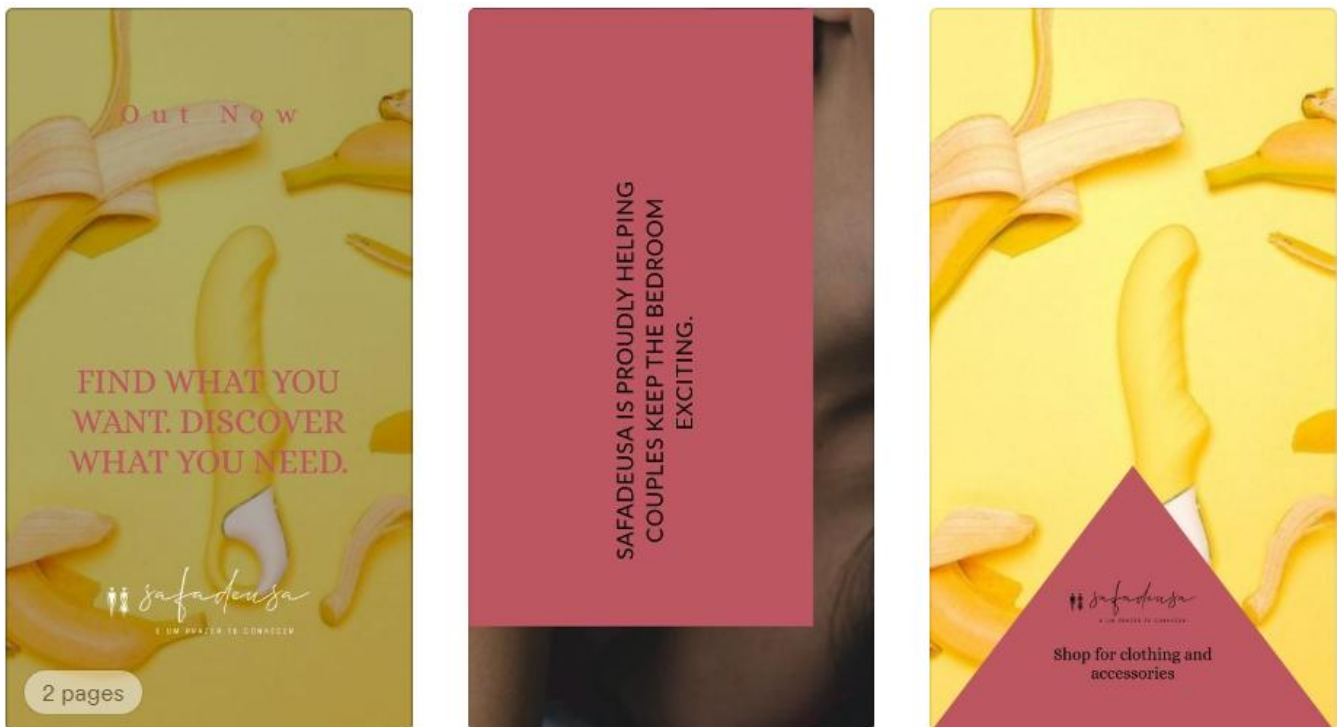


Figura 32: Modelo de Storie para Instagram
 (Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

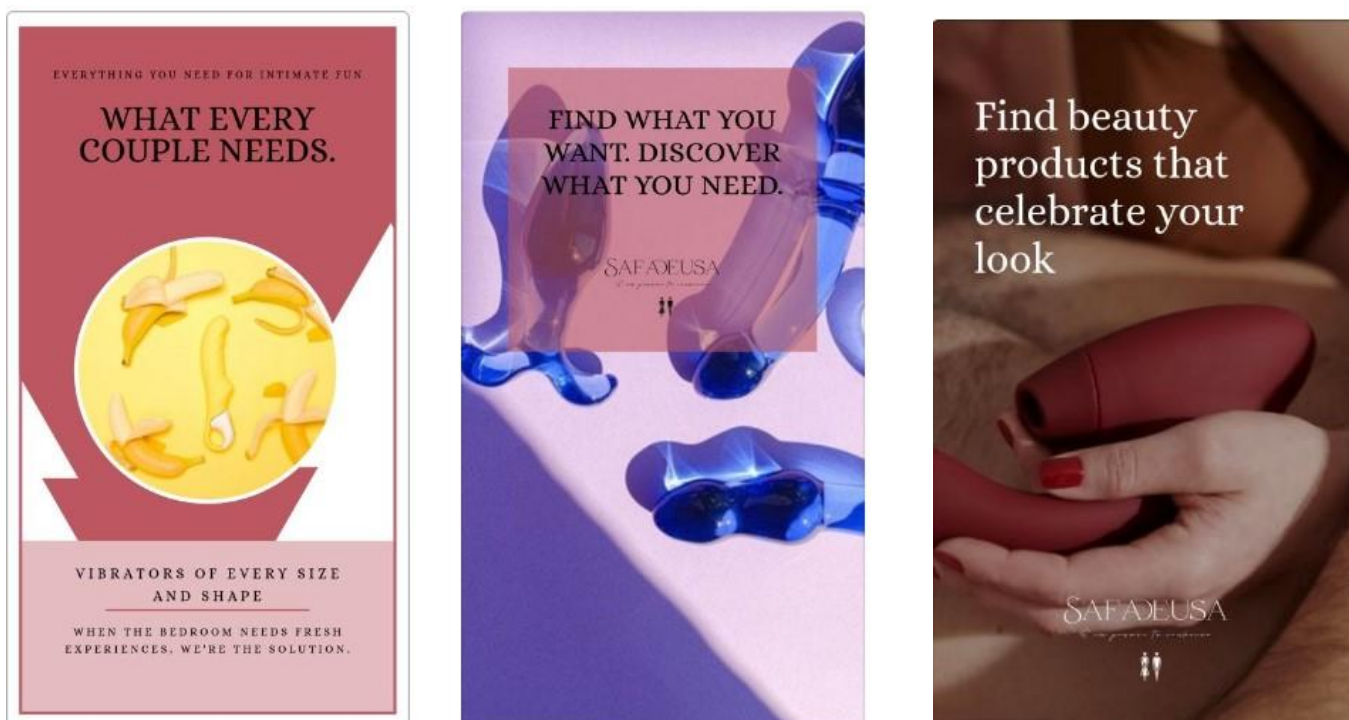


Figura 33: Modelo de storie para Instagram

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

Para fortalecer sua missão de quebrar tabus e promover uma comunicação aberta, a Safadeusa está comprometida com o desenvolvimento de um blog e de uma newsletter, que servirão como plataformas para abordar de forma abrangente e informativa uma série de temas relacionados ao sexo, prazer, saúde e bem-estar. O objetivo principal dessas iniciativas é criar um ambiente educativo e seguro, onde clientes e não clientes possam se informar sobre tópicos frequentemente considerados tabus, enquanto aprendem a abraçar a sexualidade de maneira positiva e sem julgamentos. O blog será alimentado com artigos profundos e diversificados, abrangendo desde questões de saúde sexual, dicas para uma vida sexual mais saudável, até a exploração de novas práticas de prazer e intimidade, de forma simples. Cada *post* será escrito com uma linguagem acessível, com a intenção de desmistificar preconceitos e oferecer conhecimento embasado. A Safadeusa também dará voz a especialistas convidados, como sexólogos, terapeutas e educadores, que compartilharão suas perspectivas e orientações. Isso permitirá que a marca vá além da oferta de produtos, posicionando-se como uma referência na educação sexual, contribuindo ativamente para a disseminação de informações corretas e atualizadas.

A newsletter complementar essa abordagem com conteúdos exclusivos e personalizados, entregues diretamente aos assinantes, sejam eles clientes ou não. Além de abordar temas educativos, a newsletter trará novidades sobre a marca, lançamentos de produtos, promoções, e até histórias e experiências de clientes que queiram compartilhar suas jornadas. Dessa forma, a comunicação se manterá dinâmica, reforçando a conexão com o público e mantendo o engajamento em um nível elevado. Ambas as ferramentas serão caracterizadas pela identidade visual da Safadeusa, utilizando a paleta de cores, tipografia e estilo visual da marca para garantir que a experiência de leitura seja consistente com a proposta estética e conceitual da empresa. A inclusão desses elementos visuais tornará o blog e a newsletter não apenas informativos, mas também visualmente atraentes e reconhecíveis, fortalecendo a presença da marca em todas as suas interações com o público.

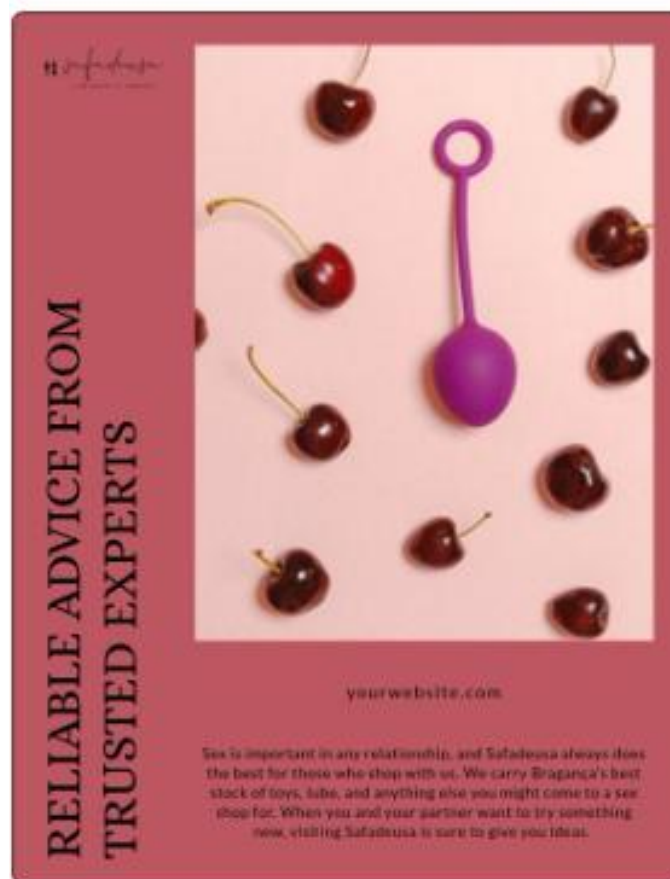


Figura 34: Modelo de newsletter

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)



Figura 35: Modelos do blog

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

O estilo visual nas redes sociais da Safadeusa é projetado para ser uma extensão da identidade visual da marca, refletindo cuidadosamente os valores de sofisticação, empoderamento e proximidade. Cada detalhe é trabalhado para garantir que a comunicação seja coesa e consistente, desde as cores escolhidas até as fontes e os elementos gráficos utilizados. A paleta de cores, com tons que vão do vibrante ao suave, é aplicada para criar um equilíbrio visual que ressoe com o público-alvo e transmita uma atmosfera de elegância e acolhimento, que permanecerão no imaginário do público

Essa combinação de elementos visuais e conteúdo envolvente visa construir uma comunidade forte e engajada, onde os seguidores não apenas se sentem atraídos pela estética da marca, mas também se identificam com seus valores e propósitos. A Safadeusa não só vende produtos, mas também compartilha uma experiência, criando uma conexão emocional com o público e fortalecendo a imagem de uma marca inovadora, confiável e dedicada a quebrar barreiras. Ao adotar essa abordagem integrada e visualmente rica, a Safadeusa se posiciona como uma marca de referência no segmento, transformando a percepção sobre produtos eróticos e contribuindo para uma mudança de mentalidade em relação à sexualidade e ao prazer.

8.6. Aplicações da marca

A aplicação da marca Safadeusa em materiais físicos como cartões de visita, pôsteres, camisetas e outros itens promocionais visa reforçar a identidade visual e aumentar a presença da marca em diferentes contextos. Cada aplicação é pensada para transmitir os valores de sofisticação, empoderamento e proximidade, com a identidade visual refletida nas cores da paleta, tipografia e elementos gráficos. Nos cartões de visita, a sofisticação é mantida com o uso das fontes elegantes e o logotipo bem destacado, criando uma impressão de refinamento. Já nos pôsteres,

o design aproveita a paleta de cores para captar a atenção e comunicar mensagens de forma impactante, utilizando formas geométricas para adicionar dinamismo ao layout. Para materiais de vestuário, como camisetas, o logotipo e o slogan são integrados de forma discreta ou ousada, dependendo do contexto, permitindo que os itens funcionem tanto como peças de moda quanto como meios de divulgação da marca. Outros itens promocionais, como brindes ou embalagens, seguem a mesma linha de design, garantindo que a experiência com a Safadeusa seja coesa em todos os pontos de contato com o público.



Figura 36: Exemplo de aplicação da marca

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)



Figura 38: Exemplo de aplicação da marca



Figura 37: Exemplo de aplicação da marca

(Fonte: elaboração própria com uso da IA Looka)

8.7. Análise de concorrentes

A estética da Safadeusa diferencia-se muito da concorrência, ao apresentar como pontos principais a elegância e a ousadia ao mesmo tempo. A análise de alguns concorrentes, tais como as marcas *1001 Noites*, *Koisas d'Adultos*, *Sex It Up*, *LXSexShop* e *Maleta Vermelha* revela algumas características negativas na concorrência que poderão ser exploradas pela Safadeusa para se diferenciar no mercado de produtos eróticos.

A marca **1001 noites**, por exemplo, possui uma ampla variedade de produtos eróticos, mas a apresentação visual do site e da comunicação é muitas vezes mais voltada para o funcional do que para a sofisticação. O design do site pode ser considerado básico, e a experiência de navegação é direta, mas sem um grande apelo visual ou identidade marcante. Essa falta de elegância representa uma oportunidade para a Safadeusa, que pode se destacar com uma abordagem mais refinada e coesa visualmente.

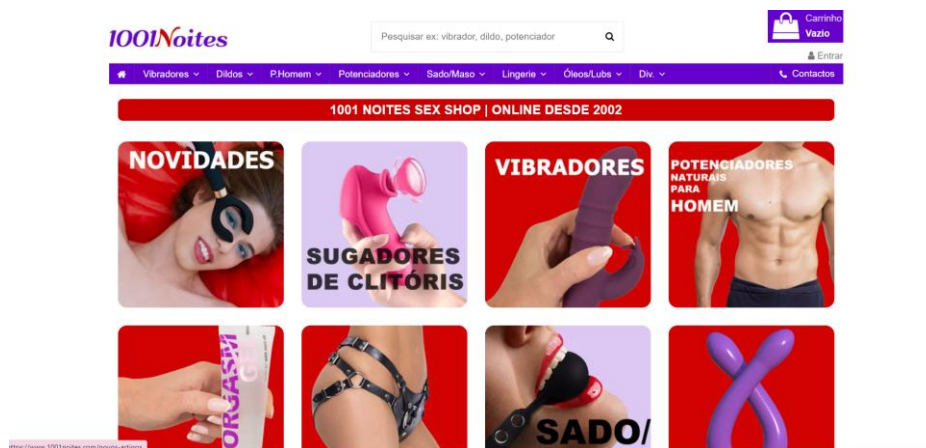


Figura 39: Concorrente 1 - 1001 noites

(Fonte: Site do concorrente)

Por sua vez, a marca **Koisa Dadultos** é uma marca que foca em produtos eróticos a preços acessíveis, enfatizando o custo-benefício em detrimento de uma apresentação luxuosa ou sofisticada. A comunicação é mais genérica, voltada para o consumidor que busca produtos eróticos de maneira prática. A Safadeusa pode se diferenciar ao investir em um design e uma experiência mais premium, que combine sofisticação com conteúdo informativo de qualidade.



Figura 40: Concorrente 2 - Koisas Dadultos

(Fonte: Site do concorrente)

A marca Sex it Up apresenta uma comunicação com um tom mais jovem e casual, com produtos voltados para o público mais descontraído. Embora a abordagem seja mais moderna, falta um toque de elegância e sofisticação que poderia atrair consumidores em busca de uma experiência mais luxuosa. A Safadeusa pode aproveitar essa lacuna ao oferecer uma identidade visual que associe produtos eróticos a empoderamento e estilo.



Figura 41: Concorrente 3 - Sex it Up

(Fonte: Site do concorrente)

Com uma abordagem mais tradicional, a LXSexShop apresenta uma gama de produtos que variam de acessórios a brinquedos eróticos. No entanto, a comunicação visual tende a ser simples e sem apelo estético sofisticado. O design das plataformas online e o *branding* parecerem datados em comparação com marcas que investem em uma estética mais contemporânea e elegante, como é o caso da Safadeusa.



Figura 42: Concorrente 4 – Lxsexshop

(Fonte: Site do concorrente)

Por fim, a **Maleta Vermelha** é uma marca que tem se destacado por adotar um modelo de venda direta, com consultoras que levam os produtos até os clientes em reuniões privadas. Apesar de ser uma abordagem diferenciada, o visual e a apresentação da marca mantêm um tom conservador. A Safadeusa irá se diferenciar com uma identidade visual mais ousada e moderna, além de uma estratégia de marketing digital inovadora, que combine e-commerce com conteúdo educativo e interativo.

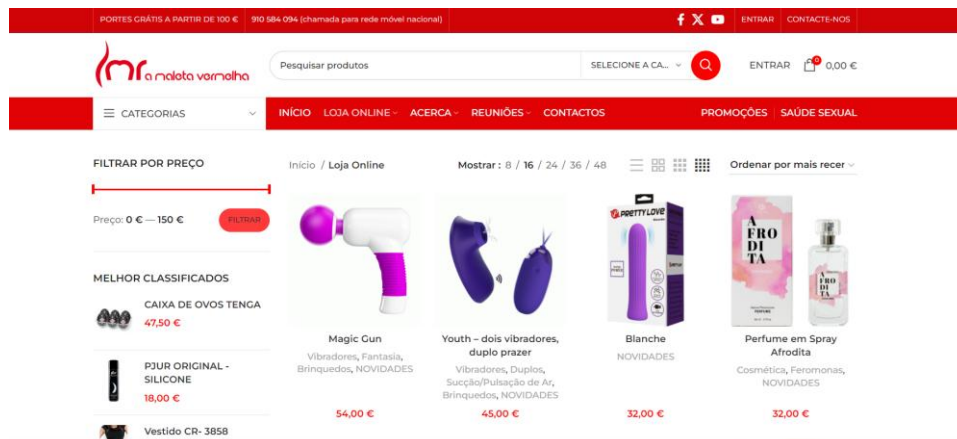


Figura 43: Concorrente 5 - Maleta vermelha

(Fonte: Site do concorrente)

8.8. Evolução da identidade visual

A primeira ideia para a identidade visual para a Safadeusa foi usar o símbolo da lua, como uma referência à deusa grega Selene, para transmitir certa feminilidade e sensualidade através do logotipo. A intenção era utilizar o estilo de desenho *one line* para transmitir a força e a delicadeza da marca. Para criar a ideia da abrangência da marca para homens e mulheres, foi sugerido o uso das cores azul e rosa, culturalmente associadas aos sexos.



Figura 44: Primeiro draft - logo Safadeusa

(Fonte: Designart)

Numa segunda fase de ideação, foi constatado que as cores estavam muito intensas, expressando pouca delicadeza, tendo sido sugerida uma alteração, sobretudo na tonalidade do rosa, que passou a ser mais claro.



Figura 45: Segundo draft – logo Safadeusa

(Fonte: Designart)

Após uma análise cuidadosa da proposta, e de estudos realizados acerca da influência das cores na composição de marcas, foi constatado que o uso das cores rosa e azul como representação dos sexos era uma forma de perpetuar discursos sociais discriminatórios relacionados à identidade de gênero. Para uma marca que se propõe ser disruptiva de padrões e democrática a todos, o uso de um simbolismo tão retrógrado não pareceu certo, pelo que foram propostas novas cores para a representação da marca.



Figura 46: Terceiro draft - logo Safadeusa

(Fonte: Designart)



Figura 47: Quarto draft: logo Safadeusa

(Fonte: Designart)



Figura 48: Quinto draft - logo Safadeusa

(Fonte: Designart)

Mesmo após muitas tentativas, o resultado é que nenhum dos logos propostos conseguiu capturar a identidade da marca. As cores, apesar de bonitas, não conseguiram ser suficientemente impactantes, e mesmo a figura da lua deixou de parecer interessante. O resultado foi o descarte dessas primeiras opções e a escolha do modelo de logo, tipografia e paleta de cores anteriormente observados, elementos estes que conseguem representar de forma clara os objetivos e características da marca, tendo um forte apelo visual, enquanto também transmitem elegância, força e sensualidade.

Capítulo 9. Plano de marketing – Safadeusa

Sumário executivo

O presente plano de marketing tem como objetivo delinear as estratégias que guiarão a Safadeusa na construção de uma identidade forte, no aumento da visibilidade no mercado e na atração de um público-alvo diversificado. A Safadeusa se diferencia da concorrência por sua proposta de pacotes de assinatura bimensais e caixas avulsas, que são cuidadosamente elaborados para atender às preferências e necessidades dos clientes, utilizando a personalização como um dos seus principais pilares. A Safadeusa não é um sexshop comum, que foca na comercialização de produtos eróticos, é uma empresa que tem como foco a venda de experiências únicas de consumo para os clientes. A estratégia de marketing da Safadeusa busca quebrar os tabus deste nicho de mercado e promover uma atitude positiva em relação à sexualidade e ao prazer. Além de focar na experiência do cliente, a Safadeusa pretende explorar canais de venda que garantam a conveniência e a privacidade, priorizando o comércio eletrônico com entregas discretas e campanhas de marketing digital para aumentar a visibilidade da marca, com o objetivo é atingir um público que valoriza a personalização e a novidade, sem comprometer o conforto e a privacidade.

A Safadeusa possui muito nítidas a sua missão, visão e os seus valores:

Missão

Quebrar tabus e democratizar o uso de produtos eróticos, proporcionando um ambiente acolhedor e inclusivo onde todos possam explorar sua sexualidade de forma saudável, livre de julgamentos e prazerosa.

Visão

Ser a marca líder em produtos eróticos em Portugal, reconhecida por sua abordagem inovadora, inclusiva e educativa, transformando a percepção social sobre sexualidade e empoderando os seus clientes a se sentirem confortáveis e confiantes com seus próprios desejos.

Valores

- **Inclusividade:** a Safadeusa acredita na diversidade e na aceitação de todas as orientações e expressões sexuais. A marca é para todos, e promovemos um espaço seguro para que nossos clientes possam explorar sua sexualidade sem julgamentos.

- **Educação:** comprometemo-nos a informar e educar nossos clientes sobre saúde sexual e o uso responsável de produtos eróticos, desmistificando tabus e promovendo o conhecimento.
- **Qualidade:** priorizamos a seleção de produtos de alta qualidade, garantindo que nossos clientes tenham acesso a itens que sejam seguros, eficazes e agradáveis.
- **Transparência:** valorizamos a honestidade e a transparência em todas as nossas comunicações, desde a descrição dos produtos até as práticas de marketing.
- **Sustentabilidade:** estamos comprometidos em adotar práticas sustentáveis em nossa operação, desde a seleção de fornecedores até o uso de embalagens ecológicas, contribuindo para um futuro mais responsável e consciente.
- **Empoderamento:** acreditamos no poder de cada indivíduo de fazer escolhas informadas sobre sua sexualidade. Nossa missão é capacitar nossos clientes a se sentirem confortáveis e confiantes em explorar suas preferências.
- **Inovação:** estamos sempre em busca de novas ideias e abordagens para melhorar nossos produtos e serviços. A inovação é parte essencial de nossa marca, permitindo-nos oferecer soluções sempre criativas.
- **Conexão:** acreditamos na importância de construir relacionamentos significativos com nossos clientes. Buscamos criar uma comunidade onde todos possam compartilhar experiências, aprendizados e apoio.
- **Acessibilidade:** comprometemo-nos a tornar produtos eróticos de qualidade acessíveis a todos. Isso inclui preços justos, informações claras e um atendimento ao cliente excepcional.

Com a implementação deste plano de marketing, a Safadeusa espera aumentar a conscientização sobre a marca, expandir sua base de clientes e consolidar sua posição como uma referência em produtos eróticos no mercado português. A meta é alcançar um crescimento sustentável e significativo, promovendo uma mudança de mentalidade em relação à sexualidade e ao uso de produtos eróticos.

9.1. Análise de Mercado

9.1.1. Tamanho do Mercado

Apesar das sensibilidades em torno da venda de produtos eróticos, o mercado apresenta valores expressivos. Segundo dados da Research And Markets (2022), atualmente, o mercado de

produtos eróticos está avaliado em 41,3 bilhões de dólares, com uma previsão de crescimento exponencial até 2030, podendo alcançar 75 bilhões de dólares. Isso representa uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 7,7% durante esse período (Research And Markets, 2022). Esse crescimento é atribuído a fatores como o aumento do interesse de públicos mais velhos por produtos eróticos e a desmistificação da imoralidade associada ao sexo (Research And Markets, 2022). Ademais, ao contrário do que ocorreu em outras indústrias, a pandemia de Covid-19 impulsionou o crescimento deste setor, especialmente entre mulheres solteiras (Research And Markets, 2022).

Seguindo a tendência global, na Europa, o mercado de produtos eróticos foi avaliado em cerca de 8,5 bilhões de dólares em 2021, com uma estimativa de crescimento anual de 7,6%, alcançando até 2030 o valor de 16,4 bilhões de dólares (Spherical Insites, 2022). A desconstrução do tabu relacionado ao sexo na Europa é uma das principais motivações para o fortalecimento do mercado. Além disso, a correlação entre sexo, saúde e bem-estar influencia a aquisição de produtos que promovem o prazer (Spherical Insites, 2022).

Os países europeus que mais movimentam esse mercado são Alemanha, França, Reino Unido, Itália e Espanha, enquanto o conjunto dos demais representa uma parcela significativamente menor em comparação aos mencionados (Spherical Insites, 2022). Graças ao constante avanço das novas tecnologias, o mercado de produtos eróticos é atualmente muito ativo através de lojas virtuais, apresentando uma expectativa de crescimento significativo (Research And Markets, 2022). A aquisição desses produtos de forma virtual é percebida como mais discreta e acessível, mesmo para aqueles que sentem constrangimento ao comprar, o que sugere uma forte transição das lojas físicas para as virtuais nas próximas décadas (Research And Markets, 2022). A expectativa de crescimento anual desse nicho de mercado é superior à média europeia e global, com uma previsão de crescimento de cerca de 15,52%. O mercado é atualmente estimado em 14 bilhões de dólares e espera-se que atinja aproximadamente 44,4 bilhões de dólares (Research And Markets, 2022).

9.1.2. Concorrência

Existem diversas marcas fortemente estabelecidas no mercado que oferecem produtos eróticos, tanto em lojas físicas quanto em plataformas online. A Safadeusa terá como principais concorrentes, no mercado mundial, marcas como Lovehoney, LELO, e Durex, que já possuem grande reconhecimento. Além disso, algumas sex shops tradicionais e lojas online não especializadas, como Amazon e AliExpress, também competem pela atenção dos

consumidores, embora muitas vezes não ofereçam o mesmo nível de personalização e exclusividade que a Safadeusa pretende proporcionar.

No âmbito do mercado português de produtos eróticos, está a verificar-se um crescimento exponencial, com uma taxa média anual de 13,8% projetada de 2022 a 2030 (Empresite, 2022). A análise da concorrência indica que empresas estabelecidas, como Sex Shop 1001 Noites, Koisas Dadultos, e Maleta vermelha dominam o setor, tornando necessário que a Safadeusa não se mantenha no “lugar-comum” para atrair e reter clientes.

Nesse contexto, a Safadeusa se diferencia ao oferecer tecnologia de ponta e uma abordagem centrada no cliente, que desmistifica a compra de produtos eróticos. Ademais, a personalização dos produtos através do modelo de assinatura bimensal e no uso de inteligência artificial para construção das "sex boxes" complementam a diferenciação da marca sobre os concorrentes.

	Safadeusa	Amazon	Aliexpress	Vibare	Fun sexshop	Vibra	Pimenta doce	Rapidinha sexshop	Welcome lover	LX sexshop	Afrodite	Pérola	Cupido erótico	Ponto G	Cupido's
Online sale of erotic products	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Physical store	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Phone sales	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Discreet delivery	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓
Free delivery	–	✗	✗	✗	✗	✗	✓	–	✗	–	✗	–	✗	✗	✗
Personalized customer profile	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Product customization	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Customer shopping experiences	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Use of artificial intelligence to profile customer	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Customer support	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Tips and information on product usage	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Feedback system	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓
Newsletter	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
Chatbot	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Blog	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓
Points system for discounts	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓
Interactive site	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Surprise products	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Site and product evaluation system	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓
Anonymous forum for interaction between clients	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Erotic tales	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓

Figura 49: Análise da concorrência

(Fonte: elaboração própria)

9.2. Público-Alvo

O público-alvo da empresa foi definido a partir de um detalhado estudo de mercado e de preferências dos potenciais clientes. A partir da realização desta análise, constatou-se que o público primário da Safadeusa é composto por mulheres de 25 a 45 anos, que estão cada vez mais interessadas em aprimorar sua vida sexual. A pesquisa indica que este segmento valoriza a privacidade e a qualidade na compra de produtos eróticos e que ainda possuem certos receios relacionados a aquisição e ao uso desses produtos. Além disso, o foco nas regiões do interior do país, representa uma oportunidade significativa de mercado, dado que boa parte dessas regiões possuem uma oferta de produtos muito limitada ou nula.

Ademais, observou-se que o público-alvo pessoas acima de 55 anos estão a tornar-se cada vez mais abertas a explorar a sua sexualidade, razão pela qual, também serão consideradas público-alvo da Safadeusa. Geralmente, este segmento tem um poder aquisitivo considerável e representa uma tendência crescente na busca por produtos que promovam a saúde e a atividade sexual na terceira idade. A aposta na educação dos consumidores e na criação de uma comunidade que valorize a exploração da sexualidade de forma saudável é uma parte central da estratégia da marca para conquistar uma fatia significativa deste mercado em expansão.

9.2.1. Personas

Para melhor compreensão do perfil dos clientes em potencial da Safadeusa, desenvolvemos duas personas exemplo:

Tabela 1: Personas da Safadeusa

Persona 1: Ana, a Exploradora Discreta	Persona 2: João, o Aventureiro Experiente
Nome: Ana Mascarenhas	Nome: João Lopes
Idade: 32 anos	Idade: 58 anos
Profissão: Advogada	Profissão: Empresário (aposentado)
Localização: Évora, Portugal	Localização: Guarda, Portugal
Estado Civil: Solteira	Estado Civil: Casado

<p>Comportamento: Ana é uma mulher moderna, independente e com uma vida social ativa. Ela está aberta a explorar a sua sexualidade, mas prefere fazê-lo de forma discreta devido à percepção social e ao seu ambiente de trabalho conservador. Ela costuma pesquisar produtos online, mas sente desconforto ao visitar lojas físicas de produtos eróticos.</p>	<p>Comportamento: João está redescobrendo a vida sexual na maturidade. Ele e a esposa sempre gostaram de experimentar coisas novas e veem os produtos eróticos como uma forma de apimentar a relação. No entanto, João prefere não ir a sexshop e procura serviços que ofereçam discrição e conveniência.</p>
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Explorar a sexualidade sem julgamentos • Encontrar produtos de qualidade que se alinhem aos seus interesses • Manter a privacidade nas suas compras 	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manter a intimidade no relacionamento • Descobrir novas formas de prazer • Ter acesso a produtos de alta qualidade
<p>Desafios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estigma social em torno dos produtos eróticos • Falta de conhecimento sobre as opções disponíveis • Preocupação com a discrição na entrega 	<p>Desafios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de opções voltadas para o público maduro • Preferência por evitar visitas a lojas físicas • Encontrar produtos que sejam tanto funcionais quanto discretos
<p>Influências:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociais e influenciadoras de bem-estar sexual • Artigos sobre saúde e sexualidade • Comunidades online de autoexploração 	<p>Influências:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artigos e blogs sobre bem-estar na maturidade • Publicações sobre sexualidade e saúde em revistas especializadas • Testemunhos e recomendações de amigos

<p>Soluções que a Safadeusa pode oferecer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sexboxes personalizadas com entrega discreta • Conteúdo educativo para desmistificar o uso de produtos eróticos • Experiências de compra online seguras e anônimas 	<p>Soluções que a Safadeusa pode oferecer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pacotes bimensais com curadoria especialmente voltada para casais • Opções de produtos funcionais e inovadores • Campanhas educativas sobre saúde sexual para pessoas acima de 55 anos
--	--

(Fonte: elaboração própria)

9.3. Posicionamento

A Safadeusa se posiciona como uma marca inovadora que busca transformar a experiência de compra de produtos eróticos, desmistificando o prazer sexual e promovendo a saúde e o bem-estar íntimo. O principal diferencial da Safadeusa é a combinação de personalização, discrição e tecnologia de ponta para proporcionar uma experiência de compra única e acessível. A marca se compromete em oferecer uma alternativa que vai além das lojas físicas e sexshops tradicionais, proporcionando uma curadoria personalizada por meio de algoritmos de inteligência artificial, que adaptam as seleções de produtos de acordo com as preferências individuais dos clientes.

A abordagem da Safadeusa é centrada no cliente, com foco em atender a dois públicos principais: mulheres entre 25 e 45 anos, que desejam explorar sua sexualidade de forma segura e sem julgamentos, e pessoas acima de 55 anos, interessadas em manter a saúde e a vitalidade sexual. Ao promover uma visão aberta e inclusiva sobre o prazer, a marca busca desafiar os estigmas sociais e tornar a exploração sexual um componente normal e saudável da vida cotidiana.

O posicionamento da Safadeusa é reforçado por três pilares principais:

- **Personalização e exclusividade:** a utilização de IA para selecionar produtos com base nos gostos e feedbacks dos clientes garante que cada "sex box" seja adaptada às necessidades específicas de quem a recebe, criando uma experiência de consumo sob medida.
- **Conveniência e discrição:** A marca se diferencia ao oferecer entregas discretas e opções de compra online, eliminando o desconforto associado às visitas físicas a

sexshops. Essa abordagem torna a experiência mais acessível para aqueles que buscam privacidade e conveniência.

- **Educação e inclusividade:** a Safadeusa pretende atuar como um facilitador da educação sobre saúde sexual, fornecendo conteúdo informativo que desmistifica o uso de produtos eróticos e incentiva a autoexploração e o cuidado com o prazer. A comunicação será focada em criar uma comunidade inclusiva, onde o prazer é tratado como parte intrínseca do bem-estar.

O compromisso da Safadeusa é romper com os estigmas e proporcionar uma experiência de consumo que não apenas atenda às necessidades dos clientes, mas também os empodere para explorar o prazer de forma livre e segura. Por meio de suas caixas bimensais e opções avulsas, a Safadeusa visa tornar-se líder no mercado português, expandindo gradualmente para outros mercados europeus até 2027.

9.4. Objetivos Smart

Para orientar as estratégias de crescimento da Safadeusa e garantir a eficácia das ações de marketing, foram estabelecidos alguns objetivos SMART (Específicos, Mensuráveis, Atingíveis, Relevantes e Temporais). Esses objetivos visam expandir a base de clientes, melhorar a retenção, aumentar a receita e fortalecer a presença digital da marca, com prazos específicos para serem alcançados.

Primeiramente, considera-se que seja fundamental expandir a base de clientes, isto é, aumentar o número de assinantes das "sex boxes" bimensais, alcançando uma expansão de 20% na base de assinantes no primeiro ano. Para atingir essa meta, a Safadeusa irá desenvolver campanhas de marketing direcionadas e oferecer descontos atrativos para novos assinantes. Esse crescimento é essencial para aumentar o reconhecimento da marca e garantir uma fonte estável de receita recorrente. A meta é ser atingida até dezembro de 2025.

Para além da expansão da base de clientes, é fundamental que a empresa consiga também melhorar a retenção dos clientes, para reduzir e evitar o número de cancelamentos das assinaturas. O objetivo é alcançar uma taxa de retenção de 80% até o final do primeiro ano. Para isso, serão implementados programas de fidelidade, descontos exclusivos para renovação e a coleta constante de feedback dos clientes para aprimorar os produtos e serviços. Melhorar a retenção é crucial para a sustentabilidade da empresa, garantindo a continuidade dos clientes e maximizando o valor ao longo do ciclo de vida. A meta deverá ser alcançada até dezembro de 2025.

Outro objetivo fulcral é elevar o volume de vendas de pacotes avulsos e produtos premium, de modo a atingir um crescimento de pelo menos 30% na receita anual. Para alcançar este objetivo, a Safadeusa planeja lançar promoções sazonais, realizar campanhas de marketing digital e estabelecer parcerias com influenciadores que ajudem a promover a marca. Esse aumento na receita é vital para garantir o crescimento financeiro, possibilitando novos investimentos em desenvolvimento de produtos e tecnologias inovadoras. A meta está prevista para ser alcançada até dezembro de 2026.

Por fim, a Safadeusa pretende ampliar o engajamento online e a visibilidade da marca, aumentando em 50% o número de seguidores e o engajamento nas redes sociais em 12 meses. Para alcançar essa expansão digital, serão utilizadas estratégias de marketing de conteúdo, parcerias com influenciadores e anúncios segmentados. O crescimento nas redes sociais é fundamental para a construção de uma comunidade engajada e para impulsionar as vendas de produtos. Essa meta deve ser atingida até maio de 2026.

9.5. KPIs da empresa

Para avaliar o desempenho das estratégias de marketing e crescimento, a Safadeusa adotará um conjunto de Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs), que ajudarão a monitorar o progresso e a eficácia das ações implementadas. Estes KPIs foram selecionados para cobrir diversas áreas críticas, desde a aquisição de clientes até a retenção, engajamento e satisfação.

- **Taxa de conversão de assinaturas**

Este KPI medirá o percentual de visitantes do site que se tornam assinantes das "sex boxes" bimensais. O objetivo é aumentar a taxa de conversão para 5% até o final do primeiro ano. Esse indicador é fundamental para avaliar a eficácia das campanhas de marketing e das ações de atração de clientes, garantindo que as visitas ao site se traduzam em novos assinantes.

- **Custo de aquisição de cliente (CAC)**

O Custo de Aquisição de Cliente será medido para determinar o valor gasto em marketing e vendas para adquirir cada novo cliente. A meta é reduzir o CAC em 20% no primeiro ano, por meio da otimização das campanhas de marketing e da escolha dos canais de aquisição mais eficientes. Reduzir o CAC permitirá que a empresa maximize os retornos sobre os investimentos em marketing.

- **Taxa de retenção de clientes**

A retenção de clientes será avaliada com base no percentual de assinantes que renovam

suas assinaturas após o primeiro período de fidelização. A Safadeusa visa manter uma taxa de retenção de 80% ou mais, implementando programas de fidelidade e melhorias contínuas nos produtos. A alta retenção é crucial para garantir a sustentabilidade do negócio e maximizar o valor de vida dos clientes.

- **Lifetime value (LTV) do cliente**

O Lifetime Value (LTV) medirá o valor total que um cliente gera para a Safadeusa ao longo de seu relacionamento com a marca. O objetivo é aumentar o LTV em 15%, utilizando estratégias de *upselling* e *cross-selling* para maximizar as oportunidades de vendas adicionais. Esse indicador é essencial para orientar o desenvolvimento de produtos e estratégias de fidelização.

- **Engajamento nas redes sociais**

O engajamento será medido por meio de curtidas, compartilhamentos, comentários e visualizações em *posts* nas redes sociais. O objetivo é aumentar o engajamento em 50% no primeiro ano, utilizando conteúdos educativos, campanhas virais e colaborações com influenciadores. Esse KPI é relevante para fortalecer a presença digital e criar uma comunidade engajada ao redor da marca.

- **Tráfego do site**

Este indicador acompanhará o número de visitas ao site e sua origem, como tráfego orgânico, pago ou social. A meta é aumentar o tráfego mensal em 30% nos primeiros 12 meses, focando em SEO e campanhas de marketing digital. O aumento do tráfego é essencial para expandir a visibilidade da marca e potencializar a aquisição de novos clientes.

- **Net promoter score (NPS)**

O Net Promoter Score medirá o grau de satisfação e lealdade dos clientes, com base na probabilidade de recomendarem a Safadeusa para outras pessoas. A meta é alcançar um NPS de 50 ou superior, indicando um nível alto de satisfação e fidelização. O NPS ajudará a identificar áreas de melhoria e a fortalecer o relacionamento com os clientes.

- **Feedback sobre produtos e serviços**

A Safadeusa acompanhará o número de avaliações positivas e sugestões de melhoria feitas pelos clientes. O objetivo é garantir que 90% das avaliações sejam positivas, permitindo que a empresa identifique e resolva rapidamente quaisquer problemas relatados. O feedback dos clientes será utilizado para melhorar continuamente a oferta de produtos e serviços.

9.6. Marketing mix

9.6.1. Preço

A política de preços da Safadeusa será estruturada para equilibrar acessibilidade e qualidade, visando atrair e reter os clientes, além de maximizar a lucratividade. A estratégia adotada envolve preços competitivos, combinados com diferenciação nos produtos e opções de assinatura, permitindo que os consumidores escolham o que melhor se adapta às suas necessidades. A Safadeusa oferecerá um modelo de assinatura bimensal para as "sex boxes," proporcionando uma experiência contínua e personalizada. As assinaturas serão disponibilizadas em diferentes níveis de preços, que irão variar entre os 10 e os 100 euros, com opções padrão e premium, que incluirão produtos exclusivos e serviços adicionais. Isso permitirá que a marca atenda a uma ampla gama de orçamentos, garantindo que os clientes tenham opções que combinem com suas expectativas e poder de compra.

Para incentivar a adesão ao serviço, a Safadeusa lançará campanhas promocionais focadas em novos assinantes, oferecendo descontos na primeira compra ou na primeira assinatura. Esse tipo de promoção visa aumentar rapidamente a base de clientes, reduzindo barreiras de entrada para aqueles que têm curiosidade sobre o produto, mas podem ter receio em investir inicialmente. Para estimular a retenção e aumentar o valor do ciclo de vida dos clientes, serão oferecidos programas de fidelidade com descontos progressivos para renovação de assinaturas e recompensas para aqueles que permanecem ativos por longos períodos. Os clientes que atingirem determinadas metas de fidelidade terão acesso a produtos exclusivos, e ofertas especiais, aumentando o engajamento e a satisfação.

Os produtos avulsos, como brinquedos eróticos e itens de bem-estar, serão precificados de forma competitiva em comparação com o mercado. Haverá também uma linha de produtos premium, que incluirá itens com materiais de alta qualidade e funcionalidades diferenciadas, para atrair um público disposto a investir mais em produtos sofisticados. Durante datas comemorativas, como o Dia dos Namorados e o Dia Internacional da Mulher, Halloween, Páscoa e Natal, a Safadeusa implementará promoções sazonais e kits temáticos, ajustando os preços para incentivar as compras nesses períodos. As promoções temporárias ajudarão a aumentar o volume de vendas e a aproveitar momentos em que a demanda tende a ser naturalmente mais alta.

Essa abordagem de preço será continuamente avaliada e ajustada com base nas mudanças do mercado, comportamento do consumidor e feedback dos clientes, visando maximizar a competitividade e a satisfação do público-alvo.

9.6.2. Produto

A Safadeusa irá oferecer uma seleção abrangente e diversificada de produtos para o prazer, saúde e bem-estar sexual, sempre com foco na qualidade e personalização para atender às preferências únicas de cada cliente. O portfólio irá incluir uma variedade de vibradores, dildos, anéis penianos e brinquedos para casais, com diferentes designs, materiais e funcionalidades para atender às necessidades de diversos usuários. Esses brinquedos são cuidadosamente selecionados para proporcionar prazer e conforto, com opções que irão variar de modelos mais tradicionais a versões tecnologicamente avançadas, com controles remotos e funcionalidades personalizáveis.

A linha de cosméticos da Safadeusa será voltada para melhorar a intimidade e o prazer dos consumidores. Incluirá óleos de massagem, géis de prazer e sprays que tornam as experiências sexuais mais agradáveis. Todos os cosméticos selecionados são formulados para serem seguros e agradáveis ao toque, e a marca se destaca pela oferta de produtos com ingredientes naturais, veganos e não testados em animais, para atender a um público consciente e exigente. Para explorar fantasias e adicionar um toque de aventura às experiências sexuais, a Safadeusa irá oferecer acessórios como lingerie, chicotes, vendas e algemas. Esses itens são ideais para consumidores que desejam experimentar novas sensações e praticar o jogo de poder de forma consensual e segura, aumentando a criatividade e a diversão na vida íntima.

A linha de produtos para o bem-estar sexual inclui lubrificantes, preservativos e itens relacionados à saúde sexual e reprodutiva. Os lubrificantes são oferecidos em versões à base de água ou silicone, para serem compatíveis com diferentes tipos de brinquedos e para atender a várias sensibilidades. Esses produtos garantirão conforto e segurança durante o uso, promovendo experiências mais satisfatórias. O grande diferencial da Safadeusa está na personalização das "sex boxes," que serão montadas com base em um questionário inicial respondido pelos clientes. A curadoria feita pela marca permitirá que os produtos sejam adaptados às preferências de cada usuário, proporcionando uma experiência de compra única. Além disso, o feedback contínuo dos clientes permitirá que a oferta de produtos seja constantemente aprimorada, garantindo a satisfação e a renovação das assinaturas. Ademais, atendendo à crescente demanda por opções de consumo mais responsáveis, a Safadeusa também

se compromete a oferecer produtos sustentáveis. Isso inclui itens feitos de materiais recicláveis ou biodegradáveis, promovendo uma abordagem consciente ao consumo. Esses produtos são ideais para consumidores que desejam alinhar suas escolhas com valores de responsabilidade ambiental e social.

Tendo em conta que o mercado de produtos eróticos é extenso, a Safadeusa planeja expandir seu portfólio para incluir:

- **BDSM e Fetiches:** Produtos que vão de algemas e chicotes a acessórios mais específicos para práticas de bondage e outros fetiches, permitindo que os consumidores explorem fantasias em um ambiente seguro.
- **Jogos e Kits de Sensação:** Kits que incentivam a intimidade e a comunicação aberta entre casais, frequentemente incluem desafios e jogos interativos.
- **Produtos de Fetiche:** Roupas de látex, calçados especiais e outros acessórios voltados para a criação de cenários de fetiche e fantasia.

Essa diversificação no portfólio de produtos permitirá que a Safadeusa atenda a uma ampla gama de preferências e práticas, garantindo que cada cliente encontre algo que se adeque ao seu estilo de vida e desejos.

9.6.3. Praça

A Safadeusa irá adotar uma abordagem estratégica para garantir que seus produtos cheguem aos consumidores de forma rápida, segura e discreta. O foco está na entrega eficiente e no respeito à privacidade do cliente, com embalagens discretas que preservam a confidencialidade. A Safadeusa começará com a distribuição concentrada em todo o território nacional, aproveitando parcerias com fornecedores e transportadoras para garantir entregas pontuais e um serviço de alta qualidade. A logística será otimizada para assegurar que os prazos de entrega sejam curtos, sem comprometer o sigilo e o conforto dos clientes. As embalagens neutras e sem identificação específica garantirão que os produtos possam ser recebidos sem constrangimentos.

Após consolidar sua presença no mercado nacional, a Safadeusa pretende expandir para o mercado espanhol a partir de 2027 e para o mercado europeu em 2028. Para viabilizar essa expansão, a empresa planeja colaborar com distribuidores locais que compartilhem os mesmos padrões de qualidade e privacidade. Essa estratégia permitirá que a Safadeusa adapte sua logística às particularidades do mercado espanhol, e europeu, mantendo o foco na satisfação do cliente e na eficiência das operações de entrega. A abordagem gradativa na distribuição, com o

compromisso de preservar a privacidade dos consumidores e garantir a qualidade dos serviços, possibilitará o crescimento sustentável da Safadeusa, aumentando seu alcance e fortalecendo a presença da marca no setor de produtos eróticos.

9.6.4. Promoção

A Safadeusa adotará uma abordagem de comunicação multifacetada para alcançar seu público-alvo de forma eficaz e promover seus produtos, ao mesmo tempo em que desmistifica a compra e o uso de itens eróticos. A estratégia de promoção será desenvolvida em três frentes principais: digital, parcerias B2B e mídia tradicional. A presença digital será uma das prioridades da Safadeusa, com foco em criar conteúdo relevante e interativo que engaje os consumidores e construa uma comunidade em torno da marca. As plataformas digitais tais como Instagram, TikTok e Facebook serão utilizadas para divulgar conteúdos informativos e divertidos que promovam uma imagem positiva da sexualidade e dos produtos eróticos. Campanhas virais e colaborativas com influenciadores terão como objetivo ampliar o alcance e gerar interesse pela marca.

No mesmo sentido, o site da Safadeusa será projetado para ser atraente e intuitivo, com funcionalidades de e-commerce que facilitem a navegação e a compra dos produtos. Além disso, incluirá uma seção de blog com artigos sobre saúde sexual, bem-estar e dicas de uso, reforçando a autoridade da marca e gerando tráfego orgânico. A criação de newsletters e e-books que ofereçam informações educativas sobre produtos, dicas de bem-estar sexual e conteúdos eróticos ajudarão a manter um relacionamento contínuo com os clientes e gerar *leads* qualificados.

Estabelecer parcerias com lojas físicas especializadas e influenciadores que compartilhem os valores da marca será crucial para aumentar a visibilidade e a distribuição dos produtos. Os influenciadores ajudarão a conectar a marca com novos públicos, aumentando o reconhecimento. Além disso, a empresa irá, sempre que possível, participar de eventos do setor, como feiras eróticas e congressos sobre saúde sexual, com o objetivo de criar parcerias, divulgar seus produtos e fortalecer a imagem da marca como inovadora e comprometida com o bem-estar dos consumidores. Com uma estratégia promocional diversificada, a Safadeusa buscará não apenas vender produtos, mas também construir uma imagem positiva em torno da sexualidade, educar o público e fomentar um relacionamento próximo com seus clientes.

9.7. Estratégias de marketing

A Safadeusa implementará estratégias de marketing abrangentes e interligadas para maximizar seu alcance e engajamento, seguindo cinco principais abordagens: Inbound Marketing, Marketing de Conteúdo, Marketing de Relacionamento, Marketing de Influência e Marketing Interativo. O foco do *Inbound Marketing* é atrair potenciais clientes e nutrir o relacionamento com leads até que estejam prontos para comprar. Para isso, a Safadeusa desenvolverá *landing pages* específicas para cada campanha, otimizadas para conversão, com conteúdos como e-books ou guias sobre saúde sexual. As páginas incluirão formulários simples para captura de leads. A jornada do cliente será orientada por um funil de vendas, que guiará os leads desde a conscientização (artigos informativos) até a consideração (estudos de caso e comparações de produtos) e, finalmente, a decisão (ofertas especiais). Para otimizar o processo, será usada a automação de marketing, permitindo a segmentação e personalização das comunicações com os leads, como e-mails automáticos para aqueles que abandonaram o carrinho de compras.

Por sua vez, no âmbito do Marketing de Conteúdo a Safadeusa irá produzir materiais relevantes que resolvam as dúvidas dos consumidores e despertem interesse pela marca. A Safadeusa investirá em um blog que aborde temas como saúde sexual, dicas de uso de produtos eróticos e a superação de tabus sociais, posicionando a empresa como uma referência no setor. A implementação de boas práticas de SEO garantirá que o conteúdo seja facilmente encontrado em mecanismos de busca, utilizando pesquisa de palavras-chave, otimização de títulos e meta descrições. A produção incluirá uma variedade de formatos, como vídeos explicativos, infográficos e guias interativos, que serão compartilhados nas redes sociais e em campanhas de e-mail marketing, aumentando o alcance e o engajamento.

A Safadeusa investirá também em Marketing de Relacionamento para acompanhar os consumidores em sua jornada de compra, fortalecendo os laços com a marca. Para isso, serão oferecidos conteúdos personalizados, como recomendações de produtos baseadas no comportamento do usuário. Também serão criadas comunidades exclusivas em plataformas como Facebook e WhatsApp, onde clientes poderão interagir, compartilhar experiências e tirar dúvidas, ajudando a construir uma comunidade fiel. Um sistema de CRM será utilizado para gerenciar e analisar as interações com os leads, permitindo um acompanhamento mais personalizado e eficiente do histórico de compras e preferências.

Por sua vez, a estratégia de Marketing de Influência envolverá parcerias com microinfluenciadores que tenham um público engajado e alinhado com os valores da Safadeusa. Estes influenciadores são conhecidos por sua autenticidade e altas taxas de engajamento. As

campanhas buscarão mostrar o uso cotidiano dos produtos, desmistificando tabus e reforçando a confiança na marca. Promoções exclusivas, como códigos de desconto oferecidos pelos influenciadores, incentivarão a conversão e a experimentação dos produtos, ampliando a base de clientes.

O Marketing Interativo será utilizado para criar oportunidades de engajamento direto, tornando a experiência dos consumidores mais envolvente. Quizzes e enquetes ajudarão os clientes a descobrir quais produtos são mais adequados para eles, enquanto questionários personalizados fornecerão recomendações de produtos com base nas respostas. Além de aumentar o engajamento, essas ferramentas permitirão a coleta de dados valiosos sobre as preferências dos consumidores, que serão utilizados para aprimorar futuras campanhas de marketing e o desenvolvimento de novos produtos.

Com essas estratégias integradas, a Safadeusa visa não apenas aumentar suas vendas, mas também ajudar os consumidores, fortalecer sua presença no mercado e construir uma marca que seja sinônimo de bem-estar sexual e inovação.

9.8. Avaliação e Monitoramento

Para garantir a eficácia das estratégias de marketing da Safadeusa, a avaliação e o monitoramento contínuo serão essenciais. A empresa adotará uma abordagem baseada em dados para analisar o desempenho das campanhas e ajustar as táticas conforme necessário. Serão sempre monitorados os indicadores de desempenho, tais como o tráfego no site, a taxa de conversão, a taxa de abertura e cliques em emails promocionais e o engajamento nas redes sociais. A coleta de feedback dos consumidores será uma prática contínua, utilizando ferramentas tais como pesquisas de satisfação e a análise de avaliações e comentários, para compreender melhor as experiências dos clientes e identificar áreas de melhoria.

Além destas estratégias, a Safadeusa também terá análises rigorosas do retorno sobre o investimento (ROI) para cada campanha de marketing. Isso inclui a mensuração dos custos e dos resultados obtidos com anúncios pagos, parcerias com influenciadores e outras iniciativas. Serão elaborados relatórios mensais e trimestrais para analisar o progresso das estratégias de marketing. Esses relatórios fornecerão uma visão clara sobre o que está funcionando bem e o que precisa ser ajustado, permitindo uma abordagem ágil e responsiva.

Com base nos dados coletados e analisados, a Safadeusa ajustará suas estratégias regularmente. Essa flexibilidade garantirá que a empresa se adapte rapidamente às mudanças no mercado e nas preferências dos consumidores, mantendo-se competitiva e alinhada às expectativas dos

clientes. A combinação de monitoramento constante, feedback ativo e ajustes estratégicos garantirá que a Safadeusa maximize os resultados e alcance suas metas de marketing de forma sustentável e eficiente.

Capítulo 10. Plano de sustentabilidade - Safadeusa

O mundo enfrenta atualmente um cenário de crise climática sem precedentes (Calisto Friant, 2019). O crescimento da população mundial, a constante e indiscriminada exploração de recursos naturais, a criação de novas e mais eficientes tecnologias para a produção e o aumento do consumo de bens não-duradouros, são apenas alguns dos fatores que influenciam na destruição dos ecossistemas do planeta (Santos, 2021, Chen et al., 2021). No mesmo sentido, o consumo de plástico também representa uma forte ameaça a subsistência ambiental, sobretudo em virtude da gestão inadequada dos resíduos (Kautish et al., 2021). A estimativa é que se o consumo deste material se mantiver nos percentuais atuais, o volume de plástico a ser descartado nos oceanos será triplicado até 2040 (Kautish et al., 2021). O uso do plástico é muito frequente nas indústrias em virtude de sua versatilidade, resistência e leveza, no entanto, na mesma medida em que possui benefícios, causa malefícios, não apenas aos ecossistemas, mas à própria saúde humana (Kautish et al., 2021).

É perceptível que as alterações ecossistêmicas estão de tal modo graves, que já não podem ser uma preocupação para as gerações futuras, dependem da ação imediata para evitar catástrofes maiores, pois não existe um “planeta B”. É fulcral salientar que os Estados são responsáveis por implementar políticas públicas de mitigação dos problemas ambientais, mas é também fundamental que os indivíduos reconheçam seu papel-chave na adoção de comportamentos sustentáveis no seu estilo de vida (van de Ven et al., 2018). Em virtude desse contexto de iminente crise, ganham destaque as políticas de desenvolvimento sustentável, que representa a possibilidade de usufruto dos recursos naturais disponíveis, sem que as próximas gerações tenham afetados a sua sobrevivência e bem-estar (Albhirat et al., 2024).

O desenvolvimento sustentável, apesar de ser mais frequentemente evocado no cenário das políticas públicas, é também parte intrínseca do contexto empresarial. O denominado Empreendedorismo Sustentável tem ganhado força nas últimas décadas, em virtude do seu potencial de influenciar na redução dos efeitos dos problemas ambientais (Jha & Pande, 2024). Esta modalidade não concentra-se apenas nas questões ecológicas, nem tampouco no lucro exclusivamente, mas divide-se em três pilares fundamentais: económico, social e ambiental, pois só existe desenvolvimento sustentável quando está em causa esta tríade (Jha & Pande, 2024). Deste modo, as empresas construídas sob a égide da sustentabilidade, buscam algo além do sucesso de mercado, seu papel é de transformação do contexto em que estão inseridas (Jha & Pande, 2024).

As empresas que adotam as estratégias do empreendedorismo tradicional, frequentemente são causadoras de impactos socioambientais, razão pela qual há um forte incentivo para a adoção de práticas sustentáveis na criação de novas empresas (Jha & Pande, 2024). Esses incentivos são reflexos de uma sociedade que gradativamente está a tornar-se mais consciente e preocupada sobre os impactos futuros dos comportamentos presentes (Jha & Pande, 2024). Algumas das maiores empresas internacionais têm adotado medidas de produção mais sustentáveis, nomeadamente a Nestlé, Coca-cola Company, Unilever e Walmart, com o objetivo de suprimir o uso de plástico até 2030 e reduzir os impactos ambientais. Por outro lado, sob a ótica dos consumidores, observa-se um crescimento da busca por produtos e serviços que prezam pela sustentabilidade, que são verdes e eco-friendly (Chen et al., 2021).

Neste contexto, a consciência ambiental está se tornando mais presente em todos os aspectos da vida, o que inclui também a intimidade. O mercado erótico está testemunhando uma transformação significativa à medida que os consumidores se tornam mais conscientes do impacto de seus hábitos de consumo na natureza. A ascensão dos produtos eróticos ecológicos e sustentáveis está mudando a forma como o prazer é experimentado, promovendo não apenas uma vida sexual mais saudável, mas também um ambiente mais limpo e sustentável. Há uma mútua responsabilidade entre os consumidores e as empresas, que não pensam apenas no uso dos produtos, mas em todo o seu ciclo de vida incluindo o seu descarte, isto porque tal como as demais, a indústria erótica também produz resíduos que precisam ser gerenciados de forma adequada para minimizar seu impacto ambiental.

Nesse contexto de transformação, a busca por alternativas mais sustentáveis é muito comum, sendo que essa demanda tem sido respondida pelo mercado com a oferta de diversos produtos não convencionais, tais como preservativos, lubrificantes, dildos, vibradores e outros produtos eróticos ecológicos. Há um forte investimento das marcas em desenvolver preservativos veganos e de materiais biodegradáveis, por exemplo, visto que os convencionais são extremamente prejudiciais ao meio ambiente. Algumas marcas investem também na aquisição de matéria-prima oriunda de pequenos produtores, o que evita as monoculturas, e combate o desmatamento. Essa estratégia para além de reduzir o impacto ambiental, colabora para a promoção de práticas comerciais mais éticas.

De igual modo, as marcas que produzem lubrificantes, têm direcionado fortemente a sua produção para o nicho dos produtos ecológicos, especialmente os compostos à base de água e com ingredientes naturais, abolindo o uso de substâncias derivadas do petróleo. Para além dos compostos dos lubrificantes, há também a utilização de novas formas de embalagens,

minimalistas e com baixo ou nenhum uso de plástico. No âmbito dos *sex toys* a tendência mantém-se, com as marcas investindo na produção de dildos e vibradores de materiais alternativos, tais como vidro, cristal, madeira e até amido. Ademais, os produtos de curta duração estão gradativamente a ser substituídos por produtos de longa vida útil, recarregáveis, reutilizáveis e passíveis de serem consertados com novas peças, evitando desse modo, o acúmulo de resíduos sólidos tratados incorretamente.

O mercado dos produtos eróticos está evoluindo para atender às demandas de uma geração cada vez mais consciente e preocupada com o futuro do planeta. A crescente popularidade dos produtos eróticos ecológicos e sustentáveis é um reflexo do desejo dos consumidores de conciliar prazer e responsabilidade ambiental. Ao optar por produtos eróticos sustentáveis, os consumidores não estão apenas cuidando do seu próprio futuro, mas também do planeta.

Alguns dos principais produtos sustentáveis e eco-friendly disponíveis no mercado encontram-se disponíveis na tabela 2.

Tabela 2: Principais produtos eróticos eco-friendly disponíveis no mercado

Produto	Descrição	Preço de venda
Preservativos		
	<p>Os preservativos Unicórnio combinam consciência social e um design diferenciado. Feitos de látex vegano e em forma de sino, os “unicórnios” vêm habilmente embalados em uma bolsa com design artístico. A empresa possui como diretrizes a melhoria das condições de trabalho nas plantações de borracha e a minimização do uso dos fertilizantes e, portanto, a pegada de carbono. Seu objetivo enquanto empresa é tornar o mundo um pouco melhor com cada preservativo. Além disso, 50% da sua renda é investida em projetos sociais e sustentáveis.</p>	€ 6,50



Os **preservativos Buttercup** são feitos a partir de látex 100% natural, vêm em embalagens intuitivas, sempre com o lado certo para cima, para que cada preservativo role sempre da maneira certa. São feitos a partir de quatro: Látex de borracha natural (80,17%), Óleo de silicone hipoalergênico (18,12%), Amido de milho e carbonato de magnésio em pó (1,71%). E não contêm espermicida, corantes, fragrâncias ou outros produtos químicos potencialmente desagradáveis e irritantes (como parabéns, glúten, PEG, benzocaína ou nitrosaminas detetáveis).

US\$
15,00


Lubrificantes




The Butters é um lubrificante feito a partir de ingredientes naturais com propriedades benéficas únicas para a saúde. Dentre os ingredientes estão a Aloe que fornece umidade pura e facilmente absorvida e evita que The Butters fique oleoso. O coco e o azeite que nutrem a pele com vitaminas e lipídios essenciais e proporcionam lubrificação instantânea. O karité que nutre os tecidos, funde-se em uma lubrificação suave e duradoura e tem benefícios curativos para áreas sensíveis e por fim o vinagre de maçã que equilibra o pH, combate bactérias, ajuda a prevenir infecções fúngicas e limpa suavemente.

€ 16,90

	<p>Desliz! Eco natural é um lubrificante íntimo formulado e criado com cuidado, na Espanha, com uma composição 100% natural, ecológica, vegana e sustentável, certificada pela BioVidaSana. Possui inúmeros benefícios à saúde, graças aos seus ingredientes de origem vegetal e da agricultura biológica.</p>	<p>€ 11,99</p>
	<p>O lubrificante da Living Libations é uma solução totalmente natural, feita sem parabenos, petróleo ou glicerina, a partir de matéria-prima natural, nomeadamente: Óleo de jojoba - <i>Simmondsia chinensis</i> Óleo de Schizandra - <i>Schizandra speanthera</i> Óleo de baunilha - <i>Vanilla planfolia</i> Óleo de canela - <i>Cinnamomum zeylanicum</i> e Raiz de pedra - <i>Collinsonia Canadensis L.</i></p>	<p>US\$ 33,00</p>
	<p>YES WB é um lubrificante orgânico à base de água, desenvolvido para proporcionar textura e toque mais naturais, enquanto proporciona máxima lubrificação e umidade. Tem pH compatível com o da vagina e não contém glicerina, glicóis e hormônios para apoiar a saúde íntima.</p>	<p>€ 12,50</p>

	<p>O Jambu Vibes é um gel lubrificante íntimo que traz o poder das sensações provocadas pelo jambu e aroma de blueberry. À base de água e compatível com preservativo, ele estimula uma experiência sensorial nas relações sexuais, em companhia ou a sós. É Vegano e livre de crueldade animal, com 99.9% de ingredientes naturais, livre de sulfatos, parabenos, substâncias tóxicas e álcool.</p>	<p>R\$ 69,00</p>
---	--	----------------------

Vibradores e dildos

	<p>Eco PREMIUM é o primeiro brinquedo sexual Pleasure Air feito de materiais sustentáveis e renováveis, com a maior redução possível do uso de plástico. Naturalmente, possui os mesmos 12 níveis de intensidade, é recarregável por USB e à prova de respingos. Sendo um material de base biológica, o Biolene é em grande parte produzido a partir de matérias-primas renováveis. É uma excelente alternativa ecológica ao plástico, evitando resíduos prejudiciais ao meio ambiente.</p> <p>Atração magnética – os pinos magnéticos tornam a recarga rápida e conveniente. A bateria de longa duração pode ser carregada até 300 vezes e facilmente substituída.</p>	<p>€ 99,00</p>
--	--	----------------

	<p>Gaia Eco é “o primeiro vibrador biodegradável do mundo”. Parece-se com os outros, mas é fabricado com um material não poroso, um bioplástico à base de amido de milho. No fim de vida, o vibrador pode ser totalmente reciclado.</p>	<p>€ 9,00</p>
	<p>Vibrador de vidro que pode ser utilizado de ambos os lados e também pode ser usado para sexo anal e vaginal. Tanto a extremidade texturizada quanto a curva podem estimular efetivamente o ponto G ou P.</p>	<p>€ 29,90</p>
	<p>Vibrador de vidro por Gläs é um vibrador de vidro oferece duplo prazer com duas pontas para duas sensações diferentes. Uma extremidade do vibrador de vidro com ponto G de 15 cm de comprimento tem uma haste curva e uma ponta bulbosa para estimulação direta do ponto G, enquanto a outra extremidade com nervuras estimula tanto interna quanto externamente. Pequenas protuberâncias ao longo do brinquedo fornecem opções de estimulação adicionais.</p>	<p>€ 49,90</p>

BDSM



Corda de cânhamo

€ 19,90



Algemas de couro sintético, vegano e produzido de forma ecológica

€29,90

Saúde íntima



Gel de limpeza íntima, com certificado orgânico, projetado para ser livre de efeitos colaterais, tem o pH compatível com a vagina, é feito sem glicerina e parabens. Para além dos benefícios para a saúde é um produto consciente do valor, e possibilita mais de 200 lavagens em cada garrafa.

€ 12,99

	<p>Ohnut é um produto para quem sente dor, desconforto ou ansiedade com penetração anal, vaginal ou oral mais profunda. Desenvolvido a partir de um elastômero termoplástico seguro para o corpo, aprovado pela FDA, livre de BPA, ftalato e látex. A textura macia e flexível de Ohnut se parece muito com a pele, tornando-a confortável para todos os envolvidos. Além disso, é compatível com todos os tipos de lubrificantes.</p>	<p>€ 64,90</p>
	<p>O Ruby Cup é um copo menstrual saudável, de alta qualidade, acessível e ecológico, feito 100% de silicone de grau médico que você pode ser utilizado por até 10 anos. Pessoas em todo o mundo usam e adoram copos menstruais. São um dos produtos de higiene menstrual mais sustentáveis, ecológicos e saudáveis disponíveis.</p>	<p>€ 28,90</p>

Fonte: elaboração própria

10.1. Estratégia de sustentabilidade da Safadeusa

A comercialização de sextoys não é novidade, posto que os primeiros produtos começaram a ser vendidos desde meados do século XX. Todavia, não é porque um mercado já está consolidado, que não pode haver inovação, e a Safadeusa está justamente a ser criada para demonstrar que é possível inovar mesmo em segmentos consolidados. A Safadeusa possui três dimensões diferentes de inovação:

- Dimensão comercial:

Sob o ponto de vista comercial, a Safadeusa se propõe a entregar ao cliente uma experiência de consumo, através do fator surpresa. Na realidade, a maior parte das pessoas gosta de ser surpreendida e o que pretendemos é que todo o processo, desde o preenchimento do questionário até a entrega do produto provoque curiosidade e emoção nos clientes, instigando-os a se descobrir nesse universo do erótico;

- Dimensão tecnológica:

Para atingir a inovação comercial, precisaremos utilizar o melhor da tecnologia disponível. A tendência de evolução da inteligência artificial permite-nos explorar territórios ainda pouco observados. Comparando a Safadeusa com uma plataforma de streaming, Netflix, por exemplo, utilizaremos um sistema muito semelhante de algoritmo, mas ao invés de indicar filmes e séries, identificaremos produtos correspondentes ao perfil dos clientes. Em um questionário aplicado para identificação dos principais problemas relacionados a este mercado, verificamos que dentre os indivíduos respondentes, cerca de 30% afirmaram que têm dificuldade de comprar produtos, por não saberem qual a melhor opção. Esse é um dos motivos que nos impelem a usar a tecnologia que já é tantas vezes utilizada para nos sugerir produtos, séries, filmes, restaurantes, para produtos eróticos;

- Dimensão ecológica:

No âmbito ecológico, os sexshop estão muito aquém de boa parte dos segmentos de mercado, pois está não é uma preocupação nesse contexto. Todavia, como a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável têm se tornado cada vez mais imprescindível no mundo dos negócios, é também necessário incluir esse objetivo na Safadeusa. Nosso diferencial será construir um compromisso verde e comercializar nossos produtos de forma ecológica, priorizando o uso de embalagens sustentáveis, produtos feitos a partir de materiais biodegradáveis e produção zero de lixo e descarte correto de resíduos.

O objetivo é ser uma empresa ecológica, que prioriza não apenas o prazer e a saúde, mas também a proteção ambiental. Ao abrigo desse compromisso, a Safadeusa terá como característica:

- Uso de embalagens feitas a partir de material sustentável, que permitirão ao cliente colecionar e posteriormente, ao fim do acúmulo de 5 embalagens, efetuar a troca por uma nova box com produtos, promovendo assim a reutilização das embalagens e um circuito de reaproveitamento de materiais;
- Priorização de venda de produtos com longa vida útil e feitos a partir de material biodegradável. O mercado erótico ainda é marcado por um grande consumo de plástico, mas cada vez mais as empresas investem na criação de produtos feitos a partir de materiais menos nocivos ao ambiente, que serão priorizados pela Safadeusa;
- Venda de produtos que possam ser recarregados ou com baterias (pilhas) que podem ser recarregadas, evitando o descarte excessivo;

- Produção de lixo 0, pois evitaremos o acúmulo de stock de materiais, apenas adquirindo conforme a demanda dos clientes;
- Parceria com empresas e instituições de tratamento de resíduos para o descarte correto dos materiais dispensados pelos clientes. Para incentivar o descarte correto, estabeleceremos um sistema de pontos, quanto mais o cliente contribuir para a reciclagem correta dos resíduos, mais pontos terá, até conseguir trocar por uma nova sexbox.

10.2. Potencial de impacto no âmbito do eco-empendedorismo (eco-inovação, eco-oportunidade e eco-compromisso).

Conforme referido anteriormente, o nicho mercadológico dos produtos eróticos ainda possui um grande caminho rumo à sustentabilidade. Todavia, de forma direta ou indireta, todos estamos sendo afetados pelos problemas decorrentes das mudanças climáticas e tudo que delas advém, potenciando a preocupação com a sustentabilidade. Por essa razão, é fundamental que as empresas que estão a iniciar seus percursos, tenham consciência de sua responsabilidade social e da importância da adoção de práticas eco-friendly.

É fundamental referir que eco empreendedorismo vai muito além da criação de novos produtos ecológicos, pois está vinculado a adoção de práticas de gestão sustentáveis e na capacidade de gerar comportamentos sociais ecológicos. Face a isto, a Safadeusa se propõe a ser uma empresa com um compromisso verde, pois teremos uma gestão direcionada para as práticas sustentáveis internamente, mas também influenciando todos os nossos clientes a fazer o mesmo. Nosso objetivo é comercializar nossos produtos de forma ecológica, priorizando o uso de embalagens sustentáveis, produtos feitos a partir de materiais biodegradáveis e produção zero de lixo e descarte correto de resíduos. Nessa perspectiva, nossas estratégias adotadas serão:

- **Embalagens sustentáveis e programa de reciclagem:**

A prioridade da Safadeusa será a utilização de embalagens produzidas a partir de materiais reciclados e biodegradáveis, que possam ser reutilizados pela própria empresa. Nosso objetivo é criar um sistema de acúmulo de pontos, em que as sexbox representem diferentes pontuações. A partir do momento em que o cliente assina uma das nossas propostas, e recebe em casa sua sexbox, iniciaremos a contagem de pontos, e a cada cinco caixas devolvidas, nosso cliente receberá em troca um bônus, que após algum tempo será convertido em uma nova box. Em termos económicos, é uma vantagem para a empresa pois, poderemos reaproveitar as embalagens que sejam devolvidas em perfeitas condições, as devoluções das embalagens

poderão ser feitas pelos clientes pelo correio. Pela ótica ambiental, é uma vantagem, visto que reduz o acúmulo de embalagens e evita o descarte incorreto dos resíduos. A expectativa é que para o futuro da empresa, sejam também adotadas embalagens artesanais, produzidas a partir de reaproveitamentos de resíduos, tais como madeira, que sejam colecionáveis, para reduzir significativamente o uso de embalagens de papel. Para as embalagens colecionáveis, o sistema de pontos não será aplicável.



Figura 50: Exemplo de embalagem a ser utilizada

Fonte: loja virtual de embalagens

Priorização de produtos com longa vida útil e materiais biodegradáveis:

Conforme observado no rol dos produtos atualmente distribuídos pelos sex shop, os produtos de longa vida útil, feitos a partir de material biodegradável é uma forte tendência. Por esta razão, a empresa priorizará a venda desta tipologia de produtos. Ainda que não sejam os convencionais

atualmente, visto que no mercado erótico, ainda é comum o uso excessivo de plástico, a Safadeusa buscará produtos fabricados com materiais menos nocivos ao ambiente, tendo um nicho especialmente direcionado para os consumidores eco-friendly. Além disso, a venda de produtos biológicos e veganos será incentivada, promovendo a adoção de práticas sustentáveis pelos clientes.

- **Produtos recarregáveis e recarregamento de baterias:**

Os itens descartáveis ainda são muito comuns no campo dos produtos eróticos, muitos por não terem ainda alternativas viáveis (como no caso dos preservativos), ou porque os clientes não sabem as técnicas corretas de armazenamento e reutilização. Ainda assim, nosso foco é a comercialização de produtos que possam ser recarregados, para evitar o descarte precoce e excessivo, ademais queremos também oferecer produtos que utilizem pilhas recarregáveis para reduzir a demanda por pilhas. E por fim, disponibilizar produtos que possam ser consertados e ter peças substituíveis, que prolongam a vida útil.

- **Produção de lixo zero:**

A Safadeusa adotará uma abordagem de produção de lixo zero, evitando o acúmulo de estoques de materiais. A empresa adquirirá produtos apenas conforme a demanda dos clientes, reduzindo o desperdício de materiais e promovendo uma gestão mais eficiente dos recursos.

- **Parceria com empresas de tratamento de resíduos:**

A empresa estabelecerá parcerias com empresas e instituições especializadas no tratamento de resíduos para garantir o descarte correto dos materiais dispensados pelos clientes. No sistema de pontos, os clientes também serão recompensados por contribuírem para a reciclagem correta dos resíduos, não apenas das embalagens, mas também dos próprios produtos quando não forem mais utilizáveis. Ao descartarem corretamente os materiais, em colaboração com as instituições de tratamento de resíduos, estarão promovendo a responsabilidade ambiental e a gestão sustentável dos resíduos.

Com a adoção dessas práticas, nossa expectativa é colaborar para a construção de uma mentalidade eco-empresendedora, e aproveitar a lacuna existente neste nicho para criar práticas sustentáveis inovadoras.

Desafios identificados

A priori, é importante reconhecer o progresso positivo na conscientização dos consumidores de produtos eróticos sobre a importância da sustentabilidade ambiental. O aumento da demanda por produtos eco-friendly dentro deste setor demonstra um desejo genuíno de contribuir para

práticas mais sustentáveis e reduzir o impacto ambiental negativo. No entanto, a persistência da barreira de preço representa um desafio significativo para a adoção generalizada de produtos eco-friendly. Produtos eróticos sustentáveis muitas vezes exigem tecnologias de produção mais avançadas, materiais orgânicos ou recicláveis e certificações ambientais, o que pode aumentar seus custos de fabricação. Como resultado, esses produtos tendem a ter um preço mais elevado em comparação com seus equivalentes convencionais.

Essa discrepância de preço cria um dilema para os consumidores, especialmente em um setor onde a sensibilidade ao preço e a acessibilidade são considerações importantes. Para muitos consumidores, o preço continua sendo um fator determinante na decisão de compra, especialmente quando se trata de produtos eróticos, que podem ser vistos como itens de luxo ou indulgências pessoais. Além disso, a falta de disponibilidade de produtos eróticos eco-friendly em uma faixa de preço acessível pode perpetuar a percepção de que a sustentabilidade é um privilégio reservado apenas para aqueles que podem pagar por ele. Isso pode criar disparidades socioeconômicas na adoção de práticas sustentáveis, marginalizando aqueles com recursos financeiros limitados.

Por outro lado, é importante reconhecer que os consumidores estão cada vez mais conscientes dos impactos ambientais de suas escolhas de consumo e estão dispostos a pagar um prêmio por produtos que consideram socialmente responsáveis e ecologicamente corretos. Isso sugere que, embora o preço possa ser uma barreira inicial, há potencial para um aumento na demanda por produtos eróticos eco-friendly à medida que mais consumidores reconhecem o valor da sustentabilidade. Em última análise, a questão do preço como uma barreira para a compra de produtos eróticos eco-friendly destaca a necessidade de uma abordagem holística para promover a sustentabilidade dentro do setor, garantindo que ela seja acessível e inclusiva para todos os consumidores.

Capítulo 11. Candidaturas à financiamentos

11.1. Programa Premier

Prémios: Mentorias + 2000 euros (ver anexo I)

Designação do projeto: Safadeusa

Informação geral do projeto

Apesar de ser um tema muitas vezes considerado delicado na sociedade, o sexo está gradualmente sendo abordado de uma perspetiva de saúde pública. A saúde sexual e o prazer agora fazem parte das metas de desenvolvimento sustentável e desempenham um papel crucial no bem-estar geral. Os estudos sobre a frequência das atividades sexuais têm despertado o interesse dos pesquisadores de saúde devido aos potenciais benefícios que podem trazer para a saúde. Pesquisas demonstraram que a participação regular em atividades sexuais pode contribuir para a saúde cardiovascular, reduzindo a pressão arterial e diminuindo o risco de doenças cardíacas. Além disso, o sexo regular fortalece o sistema imunológico e reduz o risco de certos tipos de câncer, como o câncer de próstata, por exemplo. Além dos benefícios físicos, o sexo também desempenha um papel positivo na saúde mental, aliviando o estresse, a ansiedade e a depressão, e promovendo sentimentos de felicidade e bem-estar. Ademais, a atividade sexual está associada a uma melhor qualidade do sono, maior intimidade e satisfação no relacionamento e, até mesmo, uma vida mais longa.

Nesse sentido, a Safadeusa é uma ideia de negócio que se propõe a ir além de um sexshop virtual comum, buscando proporcionar aos clientes uma experiência única de consumo, com um adicional de fator surpresa. Na Safadeusa, os clientes não saberão qual produto estão adquirindo até que recebam em casa a "sexbox". Para identificar o melhor produto para cada cliente, utilizaremos Inteligência Artificial, através de um algoritmo baseado num sistema de questionário-feedback, a fim de definir tipos de produtos adequados para diferentes perfis de consumidores. Para isso, a Safadeusa funcionará por meio de assinaturas bimensais, com diferentes tipos de pacotes, em que os produtos enviados corresponderão ao valor do pacote escolhido. Planejamos disponibilizar três tipos de pacotes de assinatura com diferentes valores, desde opções de baixo custo até pacotes mais abrangentes, a fim de atender ao maior público possível. Além disso, pretendemos também disponibilizar pacotes avulsos e pacotes comemorativos para indivíduos que não queiram assinar de imediato, sendo que os valores dos

pacotes avulsos também terão variação de valores a partir de dez euros. Para complementar o aspecto de saúde, a Safadeusa também disponibilizará para nossos clientes um acompanhamento especializado de profissionais da saúde sexual, nomeadamente sexólogos e terapeutas. Outro fator diferencial da Safadeusa será o seu Compromisso Verde, algo pouco observado no contexto dos sexshop. O objetivo é ser uma empresa ecológica, que prioriza não apenas o prazer e a saúde, mas também a proteção ambiental. Ao abrigo desse compromisso, a Safadeusa terá como característica:

- Uso de embalagens feitas a partir de material sustentável, que permitirão ao cliente colecionar e posteriormente, ao fim do acúmulo de 5 embalagens, efetuar a troca por uma nova box com produtos, promovendo assim a reutilização das embalagens e um circuito de reaproveitamento de materiais;
- Priorização de venda de produtos com longa vida útil e feitos a partir de material biodegradável. O mercado erótico ainda é marcado por um grande consumo de plástico, mas cada vez mais as empresas investem na criação de produtos feitos a partir de materiais menos nocivos ao ambiente, que serão priorizados pela Safadeusa;
- Venda de produtos que possam ser recarregados ou com baterias (pilhas) que podem ser recarregadas, evitando o descarte excessivo;
- Produção de lixo 0, pois evitaremos o acúmulo de stock de materiais, apenas adquirindo conforme a demanda dos clientes;
- Parceria com empresas e instituições de tratamento de resíduos para o descarte correto dos materiais dispensados pelos clientes. Para incentivar o descarte corretos, estabeleceremos um sistema de pontos, quanto mais o cliente contribuir para a reciclagem correta dos resíduos, mais pontos terá, até conseguir trocar por uma nova sexbox.

Em síntese, a Safadeusa pretende ser a perfeita junção entre o prazer, saúde sexual, uso de tecnologia e proteção ambiental, o que a torna diferente de todas as propostas presentes no mercado até o momento.

Proposta de valor

- Fator surpresa
- Compra feita de forma discreta e confortável;
- Diversos planos disponíveis;
- Preço acessível dos produtos;

- Personalização na compra;
- Produtos definidos por inteligência artificial;
- Acompanhamento por profissionais da saúde sexual

Dimensão do mercado de produtos eróticos

Mesmo com todas as sensibilidades suscitadas com a venda de produtos eróticos, é um mercado avaliado com valores muito expressivos. De acordo com dados obtidos pela (Research And Markets, 2022), atualmente estima-se que o mercado dos produtos eróticos está avaliado em 41,3 mil milhões de dólares, com uma previsão de crescimento exponencial até 2030, podendo chegar aos 75 mil milhões de dólares, o que representa uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 7,7% durante o período (Research And Markets, 2022). Esse crescimento é justificado por alguns fatores, nomeadamente o aumento do interesse de públicos mais velhos por produtos eróticos, e a desmistificação da imoralidade do sexo (Research And Markets, 2022). Ademais, ao contrário do que ocorreu com outras indústrias, a pandemia do Covid-19 estimulou o crescimento desse ramo mercadológico, sobretudo com o público das mulheres solteiras (Research And Markets, 2022).

Seguindo a tendência mundial, no cenário europeu, o mercado dos produtos eróticos foi avaliado em cerca de 8,5 mil milhões de dólares em 2021, com uma estimativa de crescimento anual de 7,6%, atingindo até 2030 o valor de 16,4 mil milhões de dólares (Spherical Insites, 2022). A desconstrução do tabu relacionado ao sexo na Europa é uma das principais motivações para o fortalecimento do mercado, ademais, a correlação entre o sexo a saúde e o bem-estar, influencia a aquisição de produtos que promovem o prazer (Spherical Insites, 2022). Dentre os países europeus que mais movimentam o mercado são a Alemanha, França, Reino Unido, Itália e Espanha, sendo que o conjunto dos demais representam ainda uma parcela muito inferior em relação aos anteriores (Spherical Insites, 2022).

Por sua vez, e graças ao constante avanço das novas tecnologias, o mercado dos produtos eróticos é atualmente muito movimentado através das lojas virtuais, pelo que se encontra em uma expectativa de crescimento significativo (Research And Markets, 2022). Efetivamente, a aquisição desses produtos de forma virtual é bastante mais discreta e acessível, mesmo para indivíduos que sintam muito constrangimento na compra, por esta razão, é expectável que haja uma forte transição ao longo das próximas décadas, das lojas presenciais para as virtuais (Research And Markets, 2022). A expectativa de crescimento anual desse nicho mercadológico supera a europeia e mesmo a mundial, visto que é esperado um crescimento de cerca de 15,52%,

visto que está atualmente estimado em 14 mil milhões de dólares e a expectativa é que atinja cerca de 44,4 mil milhões de dólares (Research And Markets, 2022).

Caracterização dos clientes

Conforme referido outrora, o mercado dos produtos eróticos está gradativamente a se tornar mais abrangente, atingindo os mais variados públicos, no entanto, alguns grupos são mais frequentemente observados no rol de clientes dos sexshop. Quanto as suas características principais os consumidores de produtos eróticos, são em sua maioria mulheres, com idade compreendida entre os 25 e os 45 anos (Rotili et al., 2017). Existe um certo grau de resistência generalizado em assumir o uso dessa gama de produtos, razão pela qual as pesquisas são por diversas vezes incompatíveis com a realidade.

Por sua vez, os homens ocupam um papel secundário no mercado, fundamentalmente em virtude dos tabus de substituição dos homens pelos sextoys, e também pela inexistência de tantas opções como ocorre para as mulheres (Rotili et al., 2017). Ademais, o público de pessoas acima dos 45 anos também não é muito expressivo no consumo de produtos eróticos, principalmente porque possuem maior resistência em adquirir tais produtos. Por fim, no que se refere ao tipo de produto, e de acordo com uma pesquisa realizada pela Strategy & (2021), nota-se que os destinados para o público feminino, tais como vibradores, dildo e sugadores de clítoris estão no topo da lista dos itens mais vendidos.

Perfil dos clientes da Safadeusa

A princípio, o foco da Safadeusa serão as mulheres, com idade entre os 25 e 45 anos que anseiam por se sentir mais confortáveis adquirindo produtos eróticos e melhorar suas vidas sexuais individuais e com parceiros. Posteriormente, esperamos expandir nosso público para os homens e também para pessoas idosas, pois estas são duas novas tendências do mercado erótico.

Potencial de inovação:

A comercialização de sextoys não é novidade, posto que os primeiros produtos começaram a ser vendidos desde meados do século XX. Todavia, não é porque um mercado já está consolidado, que não pode haver inovação, e a Safadeusa está justamente a ser criada para demonstrar que é possível inovar mesmo em segmentos consolidados. A Safadeusa possui três dimensões diferentes de inovação:

- Dimensão comercial:

Sob o ponto de vista comercial, a Safadeusa se propõe a entregar ao cliente uma experiência de consumo, através do fator surpresa. Na realidade, a maior parte das pessoas gosta de ser surpreendida e o que pretendemos é que todo o processo, desde o preenchimento do questionário até a entrega do produto provoque curiosidade e emoção nos clientes, instigando-os a se descobrir nesse universo do erótico;

- Dimensão tecnológica:

Para atingir a inovação comercial, precisaremos utilizar o melhor da tecnologia disponível. A tendência de evolução da inteligência artificial permite-nos explorar territórios ainda pouco observados. Comparando a Safadeusa com uma plataforma de streaming, Netflix, por exemplo, utilizaremos um sistema muito semelhante de algoritmo, mas ao invés de indicar filmes e séries, identificaremos produtos correspondentes ao perfil dos clientes. Em um questionário aplicado para identificação dos principais problemas relacionados a este mercado, verificamos que dentre os indivíduos respondentes, cerca de 30% afirmaram que têm dificuldade de comprar produtos, por não saberem qual a melhor opção. Esse é um dos motivos que nos impelem a usar a tecnologia que já é tantas vezes utilizada para nos sugerir produtos, séries, filmes, restaurantes, para produtos eróticos;

- Dimensão de saúde:

O sexo regular possui inúmeros benefícios, não apenas para a saúde sexual, mas para a saúde regular e mental. A prática sexual regular ajuda no combate a doenças cardiovasculares, controle da pressão arterial, fortalecimento do sistema imunológico, controle de ansiedade e tantos outros problemas de saúde. Todavia, esses benefícios nem sempre são conhecidos e divulgados e o sexo é relegado à reprodução ou ao prazer. Nesse sentido, a inovação da Safadeusa no contexto da saúde, será salientar os benefícios do sexo e do prazer sexual, como parte inerente do alcance da saúde global. Para atingir o objetivo de promover saúde sexual, a Safadeusa terá como fator diferencial o acompanhamento de profissionais da área da saúde e sexualidade, nomeadamente sexólogos e terapeutas.

- Dimensão ecológica:

No âmbito ecológico, os sexshop estão muito aquém de boa parte dos segmentos de mercado, pois está não é uma preocupação nesse contexto. Todavia, como a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável têm se tornado cada vez mais imprescindível no mundo dos negócios, é também necessário incluir esse objetivo na Safadeusa. Nosso diferencial será construir um compromisso verde e comercializar nossos produtos de forma ecológica,

priorizando o uso de embalagens sustentáveis, produtos feitos a partir de materiais biodegradáveis e produção zero de lixo e descarte correto de resíduos.

Adequação da ideia/projeto ao problema identificado

Um certo dia, sentada em um café, notei duas amigas sentadas próximas a mim, conversando sobre suas vidas. Apesar de não ser uma pessoa curiosa, não pude deixar de ouvi-las, pois estávamos muito próximas. As duas mulheres tinham cerca de 35 a 40 anos – penso, e conversavam tranquilamente, até que notei que uma das duas corou a face. Quando me dei conta, estavam falando sobre suas vidas sexuais. Uma das amigas narrava a outra sobre suas novas experiências com um “brinquedo” que seu marido trouxera, para agitar sua vida que andava monótona. A que ouvia os relatos, ficava mais e mais constrangida, notava-se pelo rubor de sua face o desconforto com o tema. No fim da conversa, a amiga que utilizara o brinquedo, convidou a outra para que fossem em um sex shop famoso da cidade, para que pudessem conhecer outros produtos. Na mesma hora, todos no café ouvem um grito: - Nunca na minha vida vou a um lugar de tal índole! Eu sou uma senhora de respeito!

Foi aí que me dei conta que eu, uma pessoa com 23 anos, em pleno século XXI, pensava exatamente como a amiga envergonhada. Eu sou uma moça de respeito, logo, não poderia ir a uma loja de produtos eróticos. Essa mentalidade é compartilhada por muitas pessoas, e foi possível confirmar essa teoria a partir da realização de um questionário, que demonstrou que cerca de 60% das pessoas que responderam não compram esses produtos por se sentirem constrangidas acerca do que os outros irão pensar. Para além de ser um problema interno, com a nossa própria consciência, é também um problema externo, relacionado à imagem que passamos para os outros. Não é estranho que isso ainda aconteça nessa altura do campeonato, depois de tantos anos de desconstrução do tabu relacionado ao sexo? Sim! É efetivamente estranho!

Essa é uma pequena demonstração do tipo de problema que a Safadeusa pretende resolver. Mesmo com uma vasta gama de opções de produtos eróticos, sites infinitos, máquinas automáticas de venda, e tantas outras formas de adquirir esses produtos, e mesmo assim, ainda existem pessoas que não utilizam, por receio, vergonha, incerteza, timidez e tantas outras razões. O problema que pretendemos resolver é a dificuldade das pessoas de comprarem produtos eróticos por vergonha e constrangimento, permitindo-lhes que não tenham de comprar nada, além de uma caixa misteriosa, e possam simplesmente usufruir de uma vida mais

empolgante e excitante. Assim resolvemos as questões da discricção na compra (externo) e da consciência interna.

Investimento e recursos necessários

Em relação ao investimento necessário para dar início ao negócio, é preciso considerar duas perspectivas. Em um primeiro momento, considerando nosso modelo de negócio planejado, o investimento necessário será mínimo, pois, o negócio é autossustentável. Isto é os produtos apenas serão encomendados pela Safadeusa e enviados para o cliente, após este ter pagado a assinatura ou o pacote avulso, apenas teremos custos com embalagens e com envio, pois o não teremos *stock*. No que se refere às vendas, serão de início feitas por meio de redes sociais (Instagram e WhatsApp), dispensando o desenvolvimento de um e-commerce inicialmente.

No entanto, em um estágio posterior da empresa, considerando as expectativas de crescimento, tornar-se-á necessária a criação de uma plataforma de vendas com o algoritmo (até o momento a estimativa é que seja necessário um investimento de 7000 euros), e a contratação de profissionais da área de marketing para fomentar o reconhecimento da empresa no mercado (1000 euros) e eventualmente a equipa deverá ser expandida.

Ademais, em nosso investimento inicial está prevista a criação da identidade visual da marca, atualmente em desenvolvimento, além de todo os aspectos visuais, o que está avaliado em cerca de 700 euros. Desse modo, denota-se que a criação da Safadeusa possui um investimento associado muito baixo, quando comparada a outras tipologias de negócios. No que se refere aos nossos lucros, a expectativa é que no primeiro ano tenhamos um volume de negócios de cerca de 300.000 euros, que resultará para a Safadeusa um lucro líquido anual de cerca de 80.000 euros no primeiro ano, se as vendas corresponderem ao expectável.

Tabela 3: Etapas necessárias para a implementação da Safadeusa

Etapas	Tempo Estimado
Pesquisas acerca do comportamento humano	3 meses
Desenvolvimento do questionário de perfilamento dos clientes	1 mês
Criação do algoritmo para perfilamento dos clientes	6 meses
Desenvolvimento do site e-commerce da empresa	6 meses

Recolha de dados para alimentar o algoritmo	12 meses
Construção da identidade visual da marca	3 meses
Passos jurídicos de abertura da empresa	2 meses
Entrada no mercado	Dependente dos anteriores
Período para atingir o break even	Dependente dos anteriores

(Fonte: elaboração própria)

11.2. Startup Nordeste

Sem premiação obtida

Nome do projeto: Safadeusa

Informação relativa ao projeto

A imoralidade atribuída ao sexo tem sido um forte tabu social, e como resultado, a aquisição de produtos eróticos está quase sempre associada a um grande estigma e constrangimento. Embora esse estigma tenha diminuído ao longo dos anos, ainda é uma realidade enfrentada por muitos, razão pela qual o consumo desses produtos nem sempre é fácil e acessível. É face a este contexto que surge a necessidade de implementar no mercado uma nova forma de promover a compra de produtos eróticos e desmistificar a ideia de que o sexo é sinônimo de imoralidade. Nesse sentido, a Safadeusa é uma ideia de negócio que se propõe a ir além de um sexshop virtual comum, buscando proporcionar aos clientes uma experiência única de consumo, com um adicional de fator surpresa. Na Safadeusa, os clientes não saberão qual produto estão adquirindo até que recebam em casa a "sexbox". Para identificar o melhor produto para cada cliente, utilizaremos Inteligência Artificial, através de um algoritmo baseado num sistema de questionário-feedback, a fim de definir tipos de produtos adequados para diferentes perfis de consumidores. Para isso, a Safadeusa funcionará por meio de assinaturas bimensais, com diferentes tipos de pacotes, em que os produtos enviados corresponderão ao valor do pacote

escolhido. Planejamos disponibilizar três tipos de pacotes de assinatura com diferentes valores, desde opções de baixo custo até pacotes mais abrangentes, a fim de atender ao maior público possível. Além disso, pretendemos também disponibilizar pacotes avulsos e pacotes comemorativos para indivíduos que não queiram assinar de imediato, sendo que os valores dos pacotes avulsos também terão variação de valores a partir de dez euros. Outro fator diferencial da Safadeusa será o seu Compromisso Verde, algo pouco observado no contexto dos sexshop. O objetivo é ser uma empresa ecológica, que prioriza não apenas o prazer e a saúde, mas também a proteção ambiental. Ao abrigo desse compromisso, a Safadeusa terá como característica:

- Uso de embalagens feitas a partir de material sustentável, que permitirão ao cliente colecionar e posteriormente, ao fim do acúmulo de 5 embalagens, efetuar a troca por uma nova box com produtos, promovendo assim a reutilização das embalagens e um circuito de reaproveitamento de materiais;
- Priorização de venda de produtos com longa vida útil e feitos a partir de material biodegradável. O mercado erótico ainda é marcado por um grande consumo de plástico, mas cada vez mais as empresas investem na criação de produtos feitos a partir de materiais menos nocivos ao ambiente, que serão priorizados pela Safadeusa;
- Venda de produtos que possam ser recarregados ou com baterias (pilhas) que podem ser recarregadas, evitando o descarte excessivo;
- Produção de lixo 0, pois evitaremos o acúmulo de stock de materiais, apenas adquirindo conforme a demanda dos clientes;
- Parceria com empresas e instituições de tratamento de resíduos para o descarte correto dos materiais dispensados pelos clientes. Para incentivar o descarte corretos, estabeleceremos um sistema de pontos, quanto mais o cliente contribuir para a reciclagem correta dos resíduos, mais pontos terá, até conseguir trocar por uma nova sexbox.

Em síntese, a Safadeusa pretende ser a perfeita junção entre uso de tecnologia e proteção ambiental, o que a torna diferente de todas as propostas presentes no mercado até o momento.

Dimensão do mercado de produtos eróticos

Mesmo com todas as sensibilidades suscitadas com a venda de produtos eróticos, é um mercado avaliado com valores muito expressivos. De acordo com dados obtidos pela (Research And Markets, 2022), atualmente estima-se que o mercado dos produtos eróticos está avaliado em

41,3 mil milhões de dólares, com uma previsão de crescimento exponencial até 2030, podendo chegar aos 75 mil milhões de dólares, o que representa uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 7,7% durante o período (Research And Markets, 2022). Esse crescimento é justificado por alguns fatores, nomeadamente o aumento do interesse de públicos mais velhos por produtos eróticos, e a desmistificação da imoralidade do sexo (Research And Markets, 2022). Ademais, ao contrário do que ocorreu com outras indústrias, a pandemia do Covid-19 estimulou o crescimento desse ramo mercadológico, sobretudo com o público das mulheres solteiras (Research And Markets, 2022).

Seguindo a tendência mundial, no cenário europeu, o mercado dos produtos eróticos foi avaliado em cerca de 8,5 mil milhões de dólares em 2021, com uma estimativa de crescimento anual de 7,6%, atingindo até 2030 o valor de 16,4 mil milhões de dólares (Spherical Insites, 2022). A desconstrução do tabu relacionado ao sexo na Europa é uma das principais motivações para o fortalecimento do mercado, ademais, a correlação entre o sexo a saúde e o bem-estar, influencia a aquisição de produtos que promovem o prazer (Spherical Insites, 2022). Dentre os países europeus que mais movimentam o mercado são a Alemanha, França, Reino Unido, Itália e Espanha, sendo que o conjunto dos demais representam ainda uma parcela muito inferior em relação aos anteriores (Spherical Insites, 2022).

Por sua vez, e graças ao constante avanço das novas tecnologias, o mercado dos produtos eróticos é atualmente muito movimentado através das lojas virtuais, pelo que se encontra em uma expectativa de crescimento significativo (Research And Markets, 2022). Efetivamente, a aquisição desses produtos de forma virtual é bastante mais discreta e acessível, mesmo para indivíduos que sintam muito constrangimento na compra, por esta razão, é expectável que haja uma forte transição ao longo das próximas décadas, das lojas presenciais para as virtuais (Research And Markets, 2022). A expectativa de crescimento anual desse nicho mercadológico supera a europeia e mesmo a mundial, visto que é esperado um crescimento de cerca de 15,52%, visto que está atualmente estimado em 14 mil milhões de dólares e a expectativa é que atinja cerca de 44,4 mil milhões de dólares (Research And Markets, 2022).

Caracterização dos clientes

Conforme referido outrora, o mercado dos produtos eróticos está gradativamente a se tornar mais abrangente, atingindo os mais variados públicos, no entanto, alguns grupos são mais frequentemente observados no rol de clientes dos sexshop. Quanto as suas características principais os consumidores de produtos eróticos, são em sua maioria mulheres, com idade compreendida entre os 25 e os 45 anos (Rotili et al., 2017). Existe um certo grau de resistência

generalizado em assumir o uso dessa gama de produtos, razão pela qual as pesquisas são por diversas vezes incompatíveis com a realidade.

Por sua vez, os homens ocupam um papel secundário no mercado, fundamentalmente em virtude dos tabus de substituição dos homens pelos sextoys, e também pela inexistência de tantas opções como ocorre para as mulheres (Rotili et al., 2017). Ademais, o público de pessoas acima dos 45 anos também não é muito expressivo no consumo de produtos eróticos, principalmente porque possuem maior resistência em adquirir tais produtos. Por fim, no que se refere ao tipo de produto, e de acordo com uma pesquisa realizada pela Strategy & (2021), nota-se que os destinados para o público feminino, tais como vibradores, dildo e sugadores de clítoris estão no topo da lista dos itens mais vendidos.

Perfil dos clientes da Safadeusa

A princípio, o foco da Safadeusa serão as mulheres, com idade entre os 25 e 45 anos que anseiam por se sentir mais confortáveis adquirindo produtos eróticos e melhorar suas vidas sexuais individuais e com parceiros. Posteriormente, esperamos expandir nosso público para os homens e também para pessoas idosas, pois estas são duas novas tendências do mercado erótico.

Potencial de inovação:

A comercialização de sextoys não é novidade, posto que os primeiros produtos começaram a ser vendidos desde meados do século XX. Todavia, não é porque um mercado já está consolidado, que não pode haver inovação, e a Safadeusa está justamente a ser criada para demonstrar que é possível inovar mesmo em segmentos consolidados. A Safadeusa possui três dimensões diferentes de inovação:

- Dimensão comercial:

Sob o ponto de vista comercial, a Safadeusa se propõe a entregar ao cliente uma experiência de consumo, através do fator surpresa. Na realidade, a maior parte das pessoas gosta de ser surpreendida e o que pretendemos é que todo o processo, desde o preenchimento do questionário até a entrega do produto provoque curiosidade e emoção nos clientes, instigando-os a se descobrir nesse universo do erótico;

- Dimensão tecnológica:

Para atingir a inovação comercial, precisaremos utilizar o melhor da tecnologia disponível. A tendência de evolução da inteligência artificial permite-nos explorar territórios ainda pouco observados. Comparando a Safadeusa com uma plataforma de streaming, Netflix, por exemplo, utilizaremos um sistema muito semelhante de algoritmo, mas ao invés de indicar filmes e séries,

identificaremos produtos correspondentes ao perfil dos clientes. Em um questionário aplicado para identificação dos principais problemas relacionados a este mercado, verificamos que dentre os indivíduos respondentes, cerca de 30% afirmaram que têm dificuldade de comprar produtos, por não saberem qual a melhor opção. Esse é um dos motivos que nos impelem a usar a tecnologia que já é tantas vezes utilizada para nos sugerir produtos, séries, filmes, restaurantes, para produtos eróticos;

- Dimensão ecológica:

No âmbito ecológico, os sexshop estão muito aquém de boa parte dos segmentos de mercado, pois está não é uma preocupação nesse contexto. Todavia, como a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável têm se tornado cada vez mais imprescindível no mundo dos negócios, é também necessário incluir esse objetivo na Safadeusa. Nosso diferencial será construir um compromisso verde e comercializar nossos produtos de forma ecológica, priorizando o uso de embalagens sustentáveis, produtos feitos a partir de materiais biodegradáveis e produção zero de lixo e descarte correto de resíduos.

Adequação da ideia/projeto ao problema identificado

Um certo dia, sentada em um café, notei duas amigas sentadas próximas a mim, conversando sobre suas vidas. Apesar de não ser uma pessoa curiosa, não pude deixar de ouvi-las, pois estávamos muito próximas. As duas mulheres tinham cerca de 35 a 40 anos – penso, e conversavam tranquilamente, até que notei que uma das duas corou a face. Quando me dei conta, estavam falando sobre suas vidas sexuais. Uma das amigas narrava a outra sobre suas novas experiências com um “brinquedo” que seu marido trouxera, para agitar sua vida que andava monótona. A que ouvia os relatos, ficava mais e mais constrangida, notava-se pelo rubor de sua face o desconforto com o tema. No fim da conversa, a amiga que utilizara o brinquedo, convidou a outra para que fossem em um sex shop famoso da cidade, para que pudessem conhecer outros produtos. Na mesma hora, todos no café ouvem um grito: - Nunca na minha vida vou a um lugar de tal índole! Eu sou uma senhora de respeito!

Foi aí que me dei conta que eu, uma pessoa com 23 anos, em pleno século XXI, pensava exatamente como a amiga envergonhada. Eu sou uma moça de respeito, logo, não poderia ir a uma loja de produtos eróticos. Essa mentalidade é compartilhada por muitas pessoas, e foi possível confirmar essa teoria a partir da realização de um questionário, que demonstrou que cerca de 60% das pessoas que responderam não compram esses produtos por se sentirem constrangidas acerca do que os outros irão pensar. Para além de ser um problema interno, com

a nossa própria consciência, é também um problema externo, relacionado à imagem que passamos para os outros. Não é estranho que isso ainda aconteça nessa altura do campeonato, depois de tantos anos de desconstrução do tabu relacionado ao sexo? Sim! É efetivamente estranho!

Essa é uma pequena demonstração do tipo de problema que a Safadeusa pretende resolver. Mesmo com uma vasta gama de opções de produtos eróticos, sites infinitos, máquinas automáticas de venda, e tantas outras formas de adquirir esses produtos, e mesmo assim, ainda existem pessoas que não utilizam, por receio, vergonha, incerteza, timidez e tantas outras razões. O problema que pretendemos resolver é a dificuldade das pessoas de comprarem produtos eróticos por vergonha e constrangimento, permitindo-lhes que não tenham de comprar nada, além de uma caixa misteriosa, e possam simplesmente usufruir de uma vida mais empolgante e excitante. Assim resolvemos as questões da discrição na compra (externo) e da consciência interna.

Potencial de impacto no âmbito do eco-empendedorismo (eco-inovação, eco-opportunidade e eco-compromisso).

Conforme referido anteriormente, o nicho mercadológico dos produtos eróticos não tem dado muita atenção até o momento para as questões ambientais. Todavia, de forma direta ou indireta, todos estamos sendo afetados pelos problemas decorrentes das mudanças climáticas e tudo que delas advém, potenciando a preocupação com a sustentabilidade. Por essa razão, é fundamental que as empresas que estão a iniciar seus percursos, tenham consciência de sua responsabilidade social e da importância da adoção de práticas eco-friendly.

É fundamental referir que eco empreendedorismo vai muito além da criação de novos produtos ecológicos, pois está vinculado a adoção de práticas de gestão sustentáveis e na capacidade de gerar comportamentos sociais ecológicos. Face a isto, a Safadeusa se propõe a ser uma empresa com um compromisso verde, pois teremos uma gestão direcionada para as práticas sustentáveis internamente, mas também influenciando todos os nossos clientes a fazer o mesmo. Nosso objetivo é comercializar nossos produtos de forma ecológica, priorizando o uso de embalagens sustentáveis, produtos feitos a partir de materiais biodegradáveis e produção zero de lixo e descarte correto de resíduos. Nessa perspectiva, nossas estratégias adotadas serão:

- Uso de embalagens feitas a partir de material sustentável, que permitirão ao cliente colecionar e posteriormente, ao fim do acúmulo de 5 embalagens, efetuar a troca por uma nova box com produtos, promovendo assim a reutilização das embalagens e um circuito de reaproveitamento de materiais;

- Priorização de venda de produtos com longa vida útil e feitos a partir de material biodegradável. O mercado erótico ainda é marcado por um grande consumo de plástico, mas cada vez mais as empresas investem na criação de produtos feitos a partir de materiais menos nocivos ao ambiente, que serão priorizados pela Safadeusa. Para além disso, teremos também como prioridade a venda de produtos bio e vegan, para incentivar a adoção dessas práticas;
- Venda de produtos que possam ser recarregados ou com baterias (pilhas) que podem ser recarregadas, evitando o descarte excessivo;
- Produção de lixo 0, pois evitaremos o acúmulo de stock de materiais, apenas adquirindo conforme a demanda dos clientes;
- Parceria com empresas e instituições de tratamento de resíduos para o descarte correto dos materiais dispensados pelos clientes. Para incentivar o descarte correto, estabeleceremos um sistema de pontos, quanto mais o cliente contribuir para a reciclagem correta dos resíduos, mais pontos terá, até conseguir trocar por uma nova sexbox. Em nosso sistema, o cliente poderá nos enviar as embalagens, e nós enviaremos para a instituição de tratamento de resíduos.

Com a adoção dessas práticas, nossa expectativa é colaborar para a construção de uma mentalidade eco-empresadora, e aproveitar a lacuna existente neste nicho para criar práticas sustentáveis inovadoras.

Investimento

Em relação ao investimento necessário para dar início ao negócio, é preciso considerar duas perspectivas. Em um primeiro momento, considerando nosso modelo de negócio planejado, o investimento necessário será mínimo, pois, o negócio é autossustentável. Isto é os produtos apenas serão encomendados pela Safadeusa e enviados para o cliente, após este ter pagado a assinatura ou o pacote avulso, apenas teremos custos com embalagens e com envio, pois o não teremos *stock*. No que se refere às vendas, serão de início feitas por meio de redes sociais (Instagram e WhatsApp), dispensando o desenvolvimento de um e-commerce inicialmente.

No entanto, em um estágio posterior da empresa, considerando as expectativas de crescimento, tornar-se-á necessária a criação de uma plataforma de vendas com o algoritmo (até o momento a estimativa é que seja necessário um investimento de 7000 euros), e a contratação de profissionais da área de marketing para fomentar o reconhecimento da empresa no mercado (1000 euros) e eventualmente a equipa deverá ser expandida.

Ademais, em nosso investimento inicial está prevista a criação da identidade visual da marca, atualmente em desenvolvimento, além de todos os aspectos visuais, o que está avaliado em cerca de 700 euros. Desse modo, denota-se que a criação da Safadeusa possui um investimento associado muito baixo, quando comparada a outras tipologias de negócios. No que se refere aos nossos lucros, a expectativa é que no primeiro ano tenhamos um volume de negócios de cerca de 300.000 euros, que resultará para a Safadeusa um lucro líquido anual de cerca de 80.000 euros no primeiro ano, se as vendas corresponderem ao expectável.

Motivação da equipe

Consideramos que é fundamental dar a conhecer a nossa ideia de negócio, e validar com especialistas se existe de fato um potencial de mercado e se as práticas de sustentabilidade que pretendemos implementar são suficientes para as necessidades atuais, sobretudo porque estamos muito próximos da fase de entrada no mercado. Além disso, estamos também em busca de financiamento para conseguir implementar nosso projeto de forma mais rápida e eficiente. Sob um ponto de vista mais pessoal, consideramos que é de suma importância promover a conscientização social acerca do prazer sexual como parte da saúde física e mental. Por essa razão, queremos que nossa empresa seja futuramente reconhecida como uma empresa que muda vidas e promove felicidade. Por último, queremos também promover práticas sustentáveis no contexto do mercado dos produtos eróticos e é por isso que vosso feedback é para nós essencial.

11.3. 9ª Edição do Encontro Internacional de Jovens Empreendedores (EIJE)

Prémio: 3º lugar na categoria Portugal

Nome da proponente: Gleidcy Helle dos Reis Rocha

Email: gleidcyreis@gmail.com

Nº telemóvel: 939137292

Orientadores: Vera Ferro Lebres e Ana Isabel Pereira

Instituição de ensino que frequenta/representa: Instituto Politécnico de Bragança

Resumo:

A ideia da Safadeusa é promover uma nova forma de pensar sobre sexo e de adquirir produtos eróticos. Não é um sexshop comum, pois se diferencia pelo fator surpresa! O objetivo não é vender produtos, mas proporcionar experiências de consumo.

Ideia de negócio:

A imoralidade associada ao sexo e ao uso de produtos eróticos permaneceu por muito tempo no imaginário social, resultando em um grande tabu, relacionado aos produtos sexuais. Com o passar dos anos, o estigma tem se reduzido, mas o constrangimento em adquirir este gênero de produtos ainda é uma realidade. Por essa razão surge a necessidade de criar uma nova forma de promover a compra de produtos eróticos e desmistificar a ideia de que o sexo é sinônimo de imoralidade. O objetivo da Safadeusa não é vender produtos eróticos como um sexshop virtual comum, mas sim proporcionar uma experiência de consumo para os clientes, utilizando como diferencial o fator surpresa. Isto é, os clientes não saberão qual o produto que estão a adquirir, até que recebam em casa a “*sex box*”. Para identificar o melhor produto para os clientes, será utilizada Inteligência Artificial, baseada em um sistema de questionário - feedback, para definir diferentes perfis de produtos para diferentes tipos de consumidores. Para tal, a Safadeusa funcionará por meio de uma assinatura mensal, sendo que os produtos enviados corresponderão ao valor do pacote assinado. O plano é disponibilizar três tipos diferentes de pacotes de assinatura mensal, com diferentes valores, desde um de baixo custo, até a um custo mais elevado para abranger o maior público possível.

Análise de Mercado

- **Dimensão do mercado**

O mercado de produtos eróticos foi durante muito tempo relegado a um papel muito negativo na sociedade, estando frequentemente associado a pessoas amorais. Todavia, a tendência à liberalização dos comportamentos, a quebra de tabus, e a consideração do sexo como parte fundamental da saúde e bem-estar, resultou em um impulsionamento do mercado dos sextoys. De acordo com dados obtidos pela Research and Markets (2022), estima-se que o mercado dos produtos eróticos está avaliado em 41,3 bilhões de dólares, com previsão de crescimento para 74,9 bilhões até 2030, o que representa uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 7,7% durante o período.

No cenário europeu, o mercado de brinquedos sexuais foi avaliado em 2021 em 8,5 bilhões de dólares, com a expectativa de crescimento de 7,6% até 2030, atingindo um valor de 16,4 bilhões

(Spherical Insights, 2021). Por sua vez, e mais especificamente direcionado para o mercado da Safadeusa, o mercado virtual dos produtos eróticos também se encontra em uma expectativa de crescimento significativo. Atualmente, a estimativa é que o mercado de sextoys online esteja avaliado em 14 bilhões de dólares, com a perspectiva de que em 2030 atinja o valor de 44,39 bilhões de dólares, o que representa uma CAGR de 15,52% (Research and Markets, 2023). Note-se que o foco inicial da Safadeusa é o mercado português, todavia não existem dados específicos para o país, pelo que optamos por considerar os valores do mercado europeu e virtual, pois são os que melhor representam o cenário da aplicação da ideia de negócio.

- **Concorrência**

Em relação à concorrência da Safadeusa, é possível identificar duas vertentes: direta e indireta. Considera-se como concorrência direta os principais sexshops virtuais em Portugal, sendo que pelo menos 10 foram identificados, nomeadamente Vibrare, Fruto Proibido, Vibra, Pecado Perfeito, Primor e Pimenta doce. Estes foram selecionados como concorrência direta por promoverem a venda de produtos eróticos de forma virtual e discreta, o que se aproxima da ideia da Safadeusa, no entanto não fornecem o mesmo serviço proposto, posto que vendem diretamente os produtos, e não vendem pacotes, ou experiências, não tem um perfil de clientes estabelecido e não conseguem fazer indicação de produtos para pessoas que queiram comprar pela primeira vez e não sabem por onde começar. Ademais, empresas tais como a Amazon e Aliexpress podem também ser consideradas concorrentes, visto que também promovem a venda de produtos eróticos, frequentemente a preços mais baixos se comparadas aos referidos sexshops.

Por sua vez, consideram-se como concorrentes indiretos, todos os sexshops físicos que vendem produtos de forma direta e presencial aos clientes.

- **Perfil dos clientes**

Por fim, em relação ao perfil de clientes ideais, consideram-se que as mulheres, com idade entre os 25 e os 44 anos são o maior público de venda online de produtos eróticos, razão pela qual são identificadas como mais fáceis de atingir com a proposta da Safadeusa, face a isto, as cerca de 1.300.000 portuguesas nessa faixa etária serão o foco inicial do negócio.

Tabela 4: Análise swot

<p>F O R Ç A S</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O tipo de produto é adequado de forma personalizada para cada cliente; • A entrega dos produtos é feita de forma muito prática e discreta; • Os clientes que nunca utilizaram produtos eróticos e não sabem por onde começar, recebem produtos adequados com base nos seus interesses; • A experiência do cliente de receber produtos sem ter a possibilidade de escolher gera curiosidade e interesse em adquirir os planos mensais; 	<p>F R A Q U E Z A S</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O tipo de produto é adequado de forma personalizada para cada cliente; • A identificação do perfil do cliente depende da sua disponibilidade de prestar informações pessoais acerca de seus gostos e afinidades; • A proteção dos dados pessoais sensíveis torna o perfilamento dos clientes algo complexo; • O fato de o cliente não saber o que esperar, pode gerar constrangimentos, fazendo com que não queiram os pacotes;
<p>O P O R T U N I D A D E S</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O mercado dos produtos eróticos está em uma tendência de forte crescimento; • Há um avanço tecnológico constante e o desenvolvimento de novos produtos para o mercado favorecem a inclusão de diferentes públicos; • A saúde sexual vem sendo encarada como parte fundamental da saúde e bem-estar geral; 	<p>A M E A Ç A S</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O estigma relacionado ao sexo, apesar de estar sendo substituído pelo liberalismo, ainda permanece muito forte em algumas sociedades e faixas etárias; • Existe uma grande quantidade de empresas que fornecem produtos eróticos em lojas online, que também possuem como característica a discrição e a comodidade para o cliente; • Os problemas econômicos causados pelos desafios sociopolíticos vivenciados em todo o mundo, podem afetar áreas econômicas consideradas menos relevantes;

(Fonte: elaboração própria)



Figura 51: Colocação da Safadeusa no Encontro Internacional de Jovens Empreendedores

(Fonte: Redes sociais do evento)

11.4. Poliemprende

(Ver anexo II) – sem premiação obtida

Capítulo 12. Lista de atividades

12.1. Workshops | Seminários

- ***Bootcamp Programa Premier – 19 e 20 de julho de 2023 (Anexo I)***
 - Canvas e dores (Vitor Ferreira) – 19 de julho
 - Sustentabilidade e novas tendências (Carla Rodrigues e Carla Tomás) – 19 de julho
 - As dores de aquisição de clientes (Bruno Pereira) – 19 de julho
 - Protótipos e testes de mercado (Francisco Aguiar) – 19 de julho
 - Treinamento de pitch (Luís Fonseca) – 19 de julho
 - Da ideia ao negócio – o que faz uma startup ter sucesso (Paulo Martins) – 20 de julho
 - Inovação na saúde (Filipe Martins) – 20 de julho
 - Do sonho ao financiamento (Hugo Venâncio) – 20 de julho
 - Do protótipo ao cliente (Diana Pires) – 20 de julho

- ***Workshops avulsos (Anexo V)***
 - Roteiros de Inovação Sub-25: U succeed – 11 de dezembro de 2022
 - Marketing digital e vendas online (Magno Brito e Felipe Mamede) – 28 de janeiro de 2023
 - Como ter vendas escaláveis através da internet (Felipe Mamede) – 24 de fevereiro de 2023
 - Como ser visto e ser lembrado através da internet (Felipe Mamede) – 24 de março de 2023
 - Marketing pessoal para jovens empreendedores (Solange Geraldês) – 05 de maio de 2023
 - Comunicação Assertiva (Solange Geraldês) – 12 de maio de 2023
 - Gestão de tempo e stress no mundo dos negócios (Solange Geraldês) – 19 de maio de 2023
 - Propriedade intelectual e patente (Cláudia Afonso) – 05 de junho de 2023
 - Ferramentas de Desenvolvimento pessoal (Solange Geraldês) – 24 de outubro de 2023

- Constrói o teu império: os primeiros passos para criar um empreendimento de sucesso (Vitor Freitas) –11 de dezembro de 2023
- Menos desculpas, mais competências (Pedro Silva) – 3 de outubro de 2023
- Empreendedorismo Jovem em territórios de baixa densidade – Coloca as tuas ideias em movimento (Jorge Meireles e Raquel Ribeiro) – 12 de janeiro de 2023

- ***EMDM – M2PI: Inspira-te***
 - Is this the best you can do with your idea? (Bill O’Gorman) – 22 de maio de 2023
 - Fire Up Your Entrepreneurial Spirit: A Dragon's Den Project for Brave Business Ventures parte I e II (Ian Fitzgerald e Petra Heugten) – 23 e 24 de maio de 2023

- ***Difuch***
 - Networking and innovation – 22 de junho de 2022
 - How to make a pitch (I e II) – 23 de junho de 2022

- ***Bootcamps InnovRise***
 - Validação de modelo de negócio (Tiago Gama Rocha) – 02 de novembro de 2022
 - Propriedade Intelectual, Plano financeiro e financiamento, Pitch e Go-to-Market Plan (Hugo Ramos, Raphael Stanzani) – 09 de janeiro de 2023.
 - Treino de pitch (Raphael Stanzani) – 03 de fevereiro de 2023

- ***Bootcamp YEB – 18 a 22 de julho de 2022 (Anexo III)***
 - Bussiness model canvas – 19 de julho de 2022
 - Construir um produto lean – 20 de julho de 2022
 - Digital Strategy for business impact – 21 de julho de 2022
 - Mecanismos de financiamento – 22 de julho de 2022
 - Preparação de pitch – 22 de julho de 2022

- ***Startup Portugal***
 - Sim Circuit (Startup Portugal) – 17 de abril de 2024

- ***Quarter course IMFAHE***
 - How do I start a business? Create a business plan (Javier Agüera) – 18 de janeiro de 2024
 - How to find your business ideia (Jonathan Thon) – 01 de fevereiro de 2024
 - Patent your ideias. Protect inventions (Marta López Rego Lage) – 08 de fevereiro de 2024
- ***Escola de Verão de Zamora***
 - 11 a 13 de julho de 2022

12.2. Mentorias individuais

Filomena Pereira: A mentoria com Filomena Pereira, especialista em sexualidade, foi crucial para validar aspetos técnicos da proposta e identificar áreas de melhoria. Com um enfoque particular nos preconceitos relacionados à sexualidade e ao inquérito do estudo de mercado, Filomena forneceu sugestões valiosas para ajustar a abordagem da Safadeusa e garantir maior sensibilidade no trato dos temas abordados. Ela também recomendou várias obras para aprofundar o entendimento sobre as nuances da sexualidade, ajudando a empresa a moldar uma comunicação mais inclusiva e informativa.

Jordi Garcia Castíllon: Durante a mentoria com Jordi Garcia Castíllon, o foco foi nos aspetos comerciais da Safadeusa. Ele demonstrou grande entusiasmo pela proposta e chegou a expressar interesse imediato em se tornar cliente. Seus feedbacks ajudaram a afinar a proposta de valor e a explorar potenciais oportunidades de mercado, fornecendo uma visão prática e experiente que permitiu à Safadeusa ajustar melhor suas estratégias comerciais e reforçar os pontos fortes do modelo de negócios.

Adriana Bastos: A mentoria com Adriana Bastos foi voltada para a validação da proposta de marketing da Safadeusa e para revisar o questionário do estudo de mercado. Adriana forneceu insights detalhados sobre como otimizar as estratégias de comunicação, além de sugestões para refinar as perguntas do questionário, visando extrair informações mais precisas e úteis dos consumidores. Seu apoio garantiu que a abordagem de marketing seja alinhada às necessidades do público-alvo e às tendências atuais do mercado.

Aniek Ouendag: Com vasta experiência em negócios, forneceu feedback essencial para o aprimoramento do projeto da Safadeusa. A mentoria ajudou a identificar pontos de melhoria na

proposta de valor e a explorar estratégias para fortalecer a posição da marca no mercado. Aniek incentivou uma análise crítica das operações e ofereceu direções para otimizar os processos, contribuindo para o crescimento sustentável do negócio.

Jorge Humberto e João Paulo Pereira: Durante seis sessões de mentoria com Jorge Humberto e João Paulo Pereira, o foco foi a preparação para o concurso de ideias Poliemprende. As sessões proporcionaram um suporte abrangente para refinar a proposta do projeto, desde a apresentação e posicionamento de mercado até aspectos técnicos e operacionais. Com essa preparação intensiva, a Safadeusa pôde estruturar uma abordagem mais robusta e convincente para a competição, aumentando suas chances de sucesso.

Zamora Cristina dos Santos: Zamora Cristina dos Santos realizou uma análise detalhada do estudo de percepção dos clientes da Safadeusa. Ela validou os dados obtidos e forneceu recomendações para ajustar as metodologias e interpretar os resultados com maior precisão. Essa mentoria foi essencial para alinhar as estratégias da Safadeusa às reais necessidades e expectativas dos consumidores, promovendo uma abordagem orientada para o cliente.

Tiago Gama Rocha: Tiago Gama Rocha ofereceu uma mentoria focada em fornecer feedback estratégico sobre o modelo de negócios da Safadeusa. Ele identificou áreas que poderiam ser fortalecidas, tanto na proposta de valor quanto nas operações, e apresentou sugestões para explorar novas oportunidades de mercado. Seu apoio foi determinante para ajustar a estratégia de crescimento e garantir a solidez do projeto.

12.3. Mentorias especializadas

António Dias – Estudo de Mercado (Pomegranate): As mentorias com António Dias, da Pomegranate, focaram no aprimoramento do estudo de mercado da Safadeusa. António forneceu uma análise crítica e detalhada, ajudando a identificar oportunidades de segmentação e a entender melhor os perfis de consumidores potenciais. Ele também ofereceu sugestões sobre como ajustar o questionário para obter *insights* mais precisos e recomendou abordagens para analisar os dados coletados, garantindo que o estudo de mercado fornecesse uma base sólida para a estratégia de negócio.

Francisco Tenente – Modelo de Negócio (3D Ways): Francisco Tenente, da 3D Ways, contribuiu com sua experiência para refinar o modelo de negócio da Safadeusa. Durante as mentorias, ele forneceu *feedbacks* sobre a estrutura de custos, fluxos de receita e a proposta de valor, ajudando a identificar áreas para otimização e inovação. Francisco destacou a importância de um modelo de negócio flexível, que possa se adaptar a mudanças no mercado e

na demanda dos consumidores, orientando a Safadeusa a explorar novas fontes de receita e formas de expansão.

Luís Fonseca – Plano de Marketing (Start-up Leiria): A mentoria com Luís Fonseca, da Start-up Leiria, focou na revisão e validação do plano de marketing da Safadeusa. Ele ofereceu insights valiosos sobre estratégias de comunicação, abordagens para a divulgação online e como maximizar o impacto das campanhas nas redes sociais. Luís também sugeriu ajustes para o posicionamento da marca e formas de melhorar a taxa de conversão de leads em clientes, contribuindo para a criação de um plano de marketing mais eficaz e orientado para resultados.

Tomás Caeiro – Modelos de Governança (Startup 23): Tomás Caeiro, da Startup 23, orientou a Safadeusa sobre práticas e modelos de governança adequados para startups em fase de crescimento. Durante a mentoria, ele abordou a importância de estabelecer uma estrutura de governança que seja ágil e eficaz, sugerindo práticas de gestão e controle que possam ser adaptadas conforme a empresa evolui. As recomendações de Tomás ajudarão a Safadeusa a desenvolver um modelo de governança que promoverá a transparência e facilitará a tomada de decisões estratégicas.

Eduarda Pereira Silva – Ideia de negócio (Open-Associação para oportunidades específicas de negócio): o foco esteve na ideia de negócio da Safadeusa. Eduarda analisou os principais aspectos da proposta, fornecendo insights sobre a viabilidade, diferenciação no mercado e potencial impacto da marca. Essa avaliação inicial contribuiu para refinar a estrutura do negócio e identificar pontos-chave para desenvolver ainda mais o modelo da Safadeusa.

12.4. Cursos | Formações (Anexo V)

Essentials of Entrepreneurship: Thinking & Action University of California e Coursera (2024)

Foundations of Project Management Google Inc. e Coursera (2024)

Formação em Gestão de projetos Associação Portuguesa de Gestão de Projetos - APOGP (2023)

12.5. Eventos de pitch

Feira 3C (2 e 3 de maio de 2023) – Anexo IV

Encontro internacional de jovens empreendedores – EIJE (23 e 24 de março de 2023)

Demoday programa premier (22 de setembro de 2023)

Perspetivas futuras

A Safadeusa tem ainda um longo caminho a percorrer para consolidar seu espaço no mercado e promover a mudança cultural necessária para ampliar a aceitação dos produtos eróticos. As próximas etapas incluem aprofundar a pesquisa e identificar novas linhas de produtos que atendam às necessidades de públicos diversos, abrangendo mulheres, homens, casais e pessoas mais velhas. A futura empresa planeja incorporar tecnologias emergentes, como inteligência artificial e dispositivos conectados, além de funcionalidades personalizáveis, para oferecer experiências de prazer adaptadas às preferências dos consumidores.

Entretanto, a exploração dessas tecnologias traz desafios significativos. A implementação de funcionalidades conectadas e personalizáveis exige um compromisso com a segurança dos dados dos clientes. Como a Safadeusa planeja coletar e analisar dados pessoais sensíveis para proporcionar uma experiência personalizada, o cumprimento do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) será essencial. A Safadeusa precisará garantir que todos os dados estejam devidamente criptografados e que haja uma política clara de transparência quanto ao uso das informações, assegurando que o consumidor sinta confiança e tenha controle sobre seus dados. Este aspecto é crucial, já que uma violação de segurança ou qualquer problema com a proteção de dados poderia afetar negativamente a imagem da marca e comprometer a confiança dos consumidores.

Outro aspecto importante será o aprimoramento das iniciativas de marketing e comunicação, onde a Safadeusa enfrentará o desafio de lidar com preconceitos persistentes em relação ao mercado de produtos eróticos. A safadeusa pretende desenvolver campanhas inclusivas e respeitadas, buscando uma abordagem que incentive discussões abertas sobre prazer e saúde sexual. As parcerias estratégicas com influenciadores, sexólogos, terapeutas e organizações de saúde serão ampliadas para reforçar a marca como promotora do bem-estar sexual. No entanto, alcançar esses parceiros e estabelecer um tom que ressoe de forma positiva e educativa com o público pode ser desafiador, especialmente considerando a possibilidade de censura ou restrições nas plataformas de redes sociais, que têm políticas rígidas sobre conteúdo relacionado à sexualidade.

A Safadeusa também tem planos de expandir para o mercado internacional, começando pela Espanha e posteriormente outros países europeus. Esse plano de expansão será desafiado por diferenças culturais e regulatórias entre os mercados, especialmente no setor de produtos eróticos. A futura empresa precisará adaptar sua estratégia de marketing para cada país,

mantendo a autenticidade da marca, enquanto ajusta a comunicação e a oferta de produtos às normas locais. A entrada em novos mercados exigirá também um cuidado com a conformidade com os regulamentos de privacidade e proteção ao consumidor de cada região, o que exigirá investimento em pesquisa de mercado e adequação jurídica.

No âmbito digital, o desenvolvimento do site e das redes sociais será essencial para a estratégia de comunicação e vendas da Safadeusa. O site está a ser projetado para proporcionar uma experiência de usuário personalizada, com funcionalidades como questionários de preferências e recomendações de produtos. As redes sociais desempenharão um papel central na interação com o público, permitindo à empresa divulgar conteúdo relevante e promover campanhas que incentivem a aceitação sem tabus. No entanto, a Safadeusa poderá enfrentar desafios com a censura de conteúdo e a limitação de alcance em plataformas populares devido à natureza do produto, o que demandará uma estratégia de marketing digital criativa e adaptável para contornar essas restrições.

Por fim, a diversificação do portfólio de produtos e serviços deverá incluir a oferta de experiências complementares, como consultorias de saúde sexual e workshops de educação sexual. Essas iniciativas colocarão a Safadeusa como uma referência em bem-estar sexual e promovem a mudança de mentalidade sobre o uso de produtos eróticos. Para consolidar essa posição, a empresa precisará estar atenta às mudanças nas expectativas do consumidor e às novas tendências de mercado, adaptando-se constantemente. Os desafios para atender a essas demandas de forma inovadora e inclusiva serão essenciais para garantir que a Safadeusa permaneça na vanguarda do setor, comprometida com a democratização do prazer e com a construção de um espaço de confiança e empoderamento para os consumidores.

Referências

- Albhirat, M. M., Rashid, A., Rasheed, R., Rasool, S., Zulkiffli, S. N. A., Zia-ul-Haq, H. M., & Mohammad, A. M. (2024). The PRISMA statement in enviropreneurship study: A systematic literature and a research agenda. *Cleaner Engineering and Technology*, 18(January), 100721. <https://doi.org/10.1016/j.clet.2024.100721>
- Albury, K., Stardust, Z., & Sundén, J. (2023). Queer and feminist reflections on sextech. *Sexual and Reproductive Health Matters*, 31(4), 2246751. <https://doi.org/10.1080/26410397.2023.2246751>
- Angulo, J., Eguizabal, J., & García, M. (2008). Sexualidad y erotismo en la Prehistoria. *Revista Internacional de Andrologia*, 6(2), 127–139. [https://doi.org/10.1016/S1698-031X\(08\)75681-4](https://doi.org/10.1016/S1698-031X(08)75681-4)
- Bataille, G. (1987). O erotismo. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Branco, L. C. (1983). *O que é erotismo*. Editora Brasiliense.
- Calisto Friant, M. (2019). Deliberating for sustainability: lessons from the Porto Alegre experiment with participatory budgeting. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 11(1), 81–99. <https://doi.org/10.1080/19463138.2019.1570219>
- Camargo, S. A. P. de, & Sampaio Neto, L. F. de. (2018). Sexualidade e gênero. *Revista Da Faculdade de Ciências Médicas de Sorocaba*, 19(4), 165. <https://doi.org/10.23925/1984-4840.2017v19i4a1>
- Chen, Y., Lee, B. F., & Lu, Y. C. (2021). Fitnesser’s Intrinsic Motivations of Green Eating: An Integration of Theory of Planned Behavior and Hedonic-Motivation System Adoption Model. *Frontiers in Psychology*, 12(May), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.670243>
- Dabhoiwala, F. (2013). *As origens do sexo: uma história da primeira revolução industrial* (1ª edição). Globo. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Faiza, N., Tohit, M., & Haque, M. (2024). *Forbidden Conversations: A Comprehensive Exploration of Taboos in Sexual and Reproductive Health*. <https://doi.org/10.7759/cureus.66723>
- Fellmann, F. (2016). Eroticism: Why It Still Matters. *Psychology*, 07(07), 976–983. <https://doi.org/10.4236/psych.2016.77098>
- Fellmann, F., Walsh, R., & Egloff, G. (2020). From sexuality to eroticism: The making of the human mind - implications for women’s psychosomatics. *Pre- and Postnatal Psychology*

- and Medicine, February*, 1–54.
- Gênesis 4 - NVI - Nova Versão Internacional - Bíblia Online. (n.d.). Retrieved November 8, 2020, from <https://www.bibliaonline.com.br/nvi/gn/4>
- Gonçalves, D. M., & Oliveira, J. A. de. (2017). Perspectivas sobre o consumo feminino de conteúdo erótico. *Políticas e Saúde Coletiva*, 2.
- Gregori, M. F. (2011). Usos de sex toys: A circulação erótica entre objetos e pessoas. *Mana: Estudos de Antropologia Social*, 17(2), 313–336. <https://doi.org/10.1590/S0104-93132011000200003>
- Jha, V. K., & Pande, A. S. (2024). Making sustainable development happen: Does sustainable entrepreneurship make nations more sustainable? *Journal of Cleaner Production*, 440, 140849. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2024.140849>
- Kautish, P., Sharma, R., Mangla, S. K., Jabeen, F., & Awan, U. (2021). Understanding choice behavior towards plastic consumption: An emerging market investigation. *Resources, Conservation and Recycling*, 174, 105828. <https://doi.org/10.1016/J.RESCONREC.2021.105828>
- Kyriazis, M. (2023). Eroticism as a hormetic stimulus in health and ageing. *Qeios*, 1–11. <https://doi.org/10.32388/5nzzt2>
- Lara, L. A. D. S. (2023). Sexual Wellness: A Movement Happening Worldwide. *RBGO Gynecology & Obstetrics*, 45(12), e745. <https://doi.org/10.1055/S-0043-1777700>
- Lieberman, H. (2017). *Buzz: A stimulating history of the sex toy*. Pegasus Book.
- Malta, M., & . (2018). Trepadas vibrantes: móveis de amor, brinquedos sexuais e como abordar objetos despudorados na história da arte. *Arte & Erotismo - Prazer e Transgressão Na História Da Arte*, 864–878. [http://www.cbha.art.br/coloquios/2018/anais/pdfs/06 Marize Malta.pdf](http://www.cbha.art.br/coloquios/2018/anais/pdfs/06%20Marize%20Malta.pdf)
- Nobre, P. (2024). *SHAPE - Questionário de avaliação das práticas e experiências em saúde sexual*. https://noticias.up.pt/fpceup/wp-content/uploads/sites/14/2024/10/SHAPE_1out_small.pdf
- OMS. (2015). *Saúde Sexual, Direitos Humanos e a Lei*. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/175556/9786586232363-por.pdf>
- OMS, O. M. da S. (2006). *Sexual health*. https://www.who.int/health-topics/sexual-health#tab=tab_1
- Platão. (2003). O banquete. In *Virutal Books* (Edição vir). M&M editores Lda.
- Rao, T. S. S., Tripathi, A., Manohar, S., & Tandon, A. (2024). Promoting sexual well-being.

- Indian Journal of Psychiatry*, 66, S262–S271.
https://doi.org/10.4103/INDIANJPSYCHIATRY.INDIANJPSYCHIATRY_612_23
- Research and Markets. (2022). *Relatório de análise de mercado de brinquedos sexuais 2022 : um mercado de US \$ 62 , 32 bilhões até 2030*.
- Research And Markets. (2022). *Brinquedos Sexuais : Relatório de Negócios Estratégicos Globais*.
- Ronen, S. (2021). Gendered morality in the sex toy market: Entitlements, reversals, and the irony of heterosexuality. *Sexualities*, 24(4), 614–635.
<https://doi.org/10.1177/1363460720914601>
- Rotili, L. B., Fabricio, A., Amaral-Oliveira, A., & Lopes, L. F. D. (2017). Toys for adults: Analysis of shopping behavior on erotic products costumers from lingerie stores. *Espacios*, 38(14). <https://www.researchgate.net/publication/316001006>
- Rubin, G. S. (2007). Thinking sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality. *Culture, Society and Sexuality: A Reader: Second Edition*, 150–187.
<https://doi.org/10.4324/9780203966105-21>
- Santos, F. D. (2021). *Alterações Climáticas*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Shantyr, Y. Y. (2023). Interpretation of Sexuality as Fundamental Socio-Psychological Conceptual Category. *PriMera Scientific Medicine and Public Health*, 2(5).
<https://doi.org/10.56831/psmph-02-062>
- Spherical Insites. (2022). *Tamanho do mercado de brinquedos sexuais na Europa*.
- van de Ven, D. J., González-Eguino, M., & Arto, I. (2018). The potential of behavioural change for climate change mitigation: a case study for the European Union. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 23(6), 853–886.
<https://doi.org/10.1007/s11027-017-9763-y>

RELATÓRIO DE PROJETO / PROTÓTIPO

Safadeusa



cofinanciado por:



1

PREMIER

Programa de Estímulo Empresarial

O projeto PREMIER – Programa de Estímulo Empresarial visa promover o empreendedorismo da Região Centro potenciando a adaptação das empresas e empreendedores à mudança, estimulando, através de metodologias colaborativas de promoção do espírito empresarial (mentoria e coaching), a criação de ideias inovadoras em áreas de elevado valor acrescentado, com potencial de sucesso no mercado e orientadas especialmente para as fileiras da Saúde e Bem-estar e de Engineering & Tooling, capazes de gerar a criação de novas empresas e negócios.

PRINCIPAIS ATIVIDADES:

- Estudo prospetivo de oportunidades de mercado nas fileiras da saúde e de Engineering & tooling
- Conhecimento de mercado - Criação de base de dados de entidades regionais nas cadeias de valor para as fileiras da saúde e em estar e de engineering & tooling
- Programa de ideação
- Rede de apoio ao Empreendedorismo para as fileiras da Saúde e Bem-estar e Engineering & Tooling
- Ações de Mentoring e Coaching - Empreendedorismo para as fileiras da Saúde e Bem-estar e Engineering & Tooling
- Comunicação do projeto
- Gestão técnica

Safadeusa

PREMIER 2023

2 DESCRIÇÃO DO PROJETO

premier 2023

A saúde sexual e o prazer têm sido gradualmente abordados de uma perspectiva de saúde pública e no papel crucial que desempenham no bem-estar geral. Estudos demonstraram que a participação regular em atividades sexuais pode contribuir para a saúde cardiovascular, reduzindo a pressão arterial e diminuindo o risco de doenças cardíacas; fortalecer o sistema imunitário e reduzir o risco de certos tipos de cancro, como o cancro de próstata, por exemplo. Além dos benefícios físicos, o sexo também desempenha um papel positivo na saúde mental, aliviando o stress, a ansiedade e a depressão, e promovendo sentimentos de felicidade e bem-estar. Para além disso, a atividade sexual está associada a uma melhor qualidade do sono, maior intimidade e satisfação no relacionamento e, até mesmo, uma vida mais longa.

Nesse sentido, a Safadeusa é uma ideia de negócio que se propõe a ir além de uma sexshop virtual comum, procurando proporcionar aos clientes uma experiência única de consumo, com um adicional de fator surpresa. Na Safadeusa, os clientes não saberão qual o produto que estão a adquirir até que recebam em casa a sua "sexbox". Para identificar o melhor produto para cada cliente, utilizaremos Inteligência Artificial, através de um algoritmo baseado num sistema de questionário-feedback, a fim de definir tipos de produtos adequados para diferentes perfis de consumidores. Para isso, a Safadeusa funcionará por meio de assinaturas bimensais, com diferentes tipos de pacotes, em que os produtos enviados corresponderão ao valor do pacote escolhido. Planeamos disponibilizar três tipos de pacotes de assinatura com diferentes valores, desde opções de baixo custo até pacotes mais abrangentes, a fim de atender ao maior público possível. Além disso, pretendemos também disponibilizar pacotes avulsos e pacotes comemorativos para indivíduos que não queiram assinar de imediato, sendo que os valores dos pacotes avulsos também terão variação de valores a partir de dez euros.

Para complementar o aspeto de saúde inerente ao projeto, a Safadeusa também disponibilizará aos seus clientes um acompanhamento especializado de profissionais da saúde sexual, nomeadamente sexólogos e terapeutas.

3 PRINCIPAIS OBJETIVOS

premier 2023

O problema que o projeto Safadeusa pretende resolver é a dificuldade demonstrada por muitas pessoas de comprar produtos eróticos por vergonha e constrangimento, permitindo-lhes adquirir uma caixa misteriosa, para que assim possam usufruir de uma vida mais empolgante e excitante. Resolvendo, assim, as questões da discrição na compra (externo) e da consciência interna.

Outro fator diferencial da Safadeusa será o seu Compromisso Verde, algo pouco observado no contexto das sexshop. O objetivo é ser uma empresa ecológica, que prioriza não apenas o prazer e a saúde, mas também a proteção ambiental. Ao abrigo desse compromisso, a Safadeusa terá como característica:

- Utilização de embalagens feitas a partir de material sustentável, que permitirão ao cliente colecionar as caixas e, posteriormente, uma vez acumuladas 5 embalagens, efetuar a troca por uma nova box com produtos, promovendo assim a reutilização das embalagens e um circuito de reaproveitamento de materiais;
- Priorização de venda de produtos com longa vida útil e feitos a partir de materiais biodegradáveis. O mercado erótico ainda é marcado por um grande consumo de plástico, mas cada vez mais as empresas investem na criação de produtos feitos a partir de materiais menos nocivos para o ambiente, que serão priorizados pela Safadeusa;
- Venda de produtos que possam ser recarregados ou com baterias (pilhas) que podem ser recarregadas, evitando o descarte excessivo;

3 PRINCIPAIS OBJETIVOS

premier 2023

- Redução do desperdício e excesso de produção, pois evitaremos a acumulação de stock de materiais, apenas adquirindo conforme a procura dos clientes;
- Parceria com empresas e instituições de tratamento de resíduos para o descarte correto dos materiais dispensados pelos clientes. Para incentivar o descarte corretos, estabeleceremos um sistema de pontos, quanto mais o cliente contribuir para a reciclagem correta dos resíduos, mais pontos terá, até conseguir trocar por uma nova sexbox.

Em síntese, a Safadeusa pretende ser a perfeita junção entre o prazer, saúde sexual, utilização de tecnologia e proteção ambiental, o que a torna diferente de todas as propostas presentes no mercado até o momento.

4 PROPOSTA DE VALOR

premier 2023

A proposta de valor da Safadeusa advém dos seguintes fatores:

- Processo de compra discreto e confortável;
- Fator surpresa associado ao produto;
- Oferta de diversos planos pensados para se adaptarem a diferentes perfis de consumidor e ocasiões;
- Preço acessível dos produtos;
- Personalização na compra através da utilização de inteligência artificial;
- Acompanhamento por profissionais da saúde sexual.

5 POTENCIAL DE INOVAÇÃO

premier 2023

A criação da Safadeusa demonstra que é possível inovar mesmo em segmentos consolidados. O projeto é constituído por três dimensões distintas de inovação:

- **Dimensão comercial:** Sob o ponto de vista comercial, a Safadeusa propõe-se a entregar ao cliente uma experiência de consumo, através do fator surpresa. Na realidade, a maior parte das pessoas gosta de ser surpreendida e o que pretendemos é que todo o processo, desde o preenchimento do questionário até a entrega do produto provoque curiosidade e emoção nos clientes, instigando-os a descobrir-se nesse universo do erótico;
- **Dimensão tecnológica:** Para atingir a inovação comercial, será necessário utilizar o melhor da tecnologia disponível. A tendência de evolução da inteligência artificial permite-nos explorar territórios ainda pouco observados. Comparando a Safadeusa com uma plataforma de streaming, Netflix, por exemplo, utilizaremos um sistema muito semelhante de algoritmo, mas ao invés de indicar filmes e séries, identificaremos produtos correspondentes ao perfil dos clientes. Num questionário aplicado para identificação dos principais problemas relacionados a este mercado, verificamos que entre os indivíduos respondentes, cerca de 30% afirmaram que têm dificuldade de comprar produtos por não saberem qual a melhor opção. Esse é um dos motivos que nos impelem a utilizar a tecnologia que já é tantas vezes utilizada para nos sugerir produtos, séries, filmes, restaurantes, para produtos eróticos;

5 POTENCIAL DE INOVAÇÃO

premier 2023

- **Dimensão de saúde:** O sexo regular possui inúmeros benefícios, não apenas para a saúde sexual, mas para a saúde geral e mental. A prática sexual regular ajuda no combate a doenças cardiovasculares, controlo da pressão arterial, fortalecimento do sistema imunitário, controlo de ansiedade e tantos outros problemas de saúde. Todavia, esses benefícios nem sempre são conhecidos e divulgados e o sexo é relegado à reprodução ou ao prazer. Nesse sentido, a inovação da Safadeusa no contexto da saúde, será salientar os benefícios do sexo e do prazer sexual, como parte inerente do alcance da saúde global. Para atingir o objetivo de promover saúde sexual, a Safadeusa terá como fator diferencial o acompanhamento de profissionais da área da saúde e sexualidade, nomeadamente sexólogos e terapeutas;
- **Dimensão ecológica:** No âmbito ecológico, as sexshop estão muito aquém de boa parte dos segmentos de mercado, pois esta não é uma preocupação nesse contexto. Todavia, como a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável têm ganho cada vez mais destaque no mundo dos negócios, é também necessário incluir esse objetivo na Safadeusa. O nosso diferencial será construir um compromisso verde e comercializar os nossos produtos de forma ecológica, priorizando a utilização de embalagens sustentáveis, produtos feitos a partir de materiais biodegradáveis, produção zero de lixo e descarte correto de resíduos.

6 PÚBLICO-ALVO

premier 2023

Enquanto público-alvo, o foco da Safadeusa serão as mulheres, com idade entre os 25 e 45 anos que anseiam por se sentir mais confortáveis adquirindo produtos eróticos e melhorar suas vidas sexuais individuais e com parceiros.

Posteriormente, ambicionamos expandir o nosso público para os homens e também para pessoas idosas, sendo estas duas novas tendências do mercado erótico.

7 RECURSOS NECESSÁRIOS

premier 2023

No investimento inicial está prevista a criação da identidade visual da marca, atualmente em desenvolvimento, além de todo os aspetos visuais, o que está avaliado em cerca de 700 euros.

Em relação ao investimento necessário para lançar o projeto Safadeusa, é necessário considerar duas perspetivas. Numa primeira fase, considerando o modelo de negócio planeado, o investimento necessário será reduzido, pois, o negócio é autossustentável. Isto é os produtos apenas serão encomendados pela Safadeusa e enviados para o cliente, após este ter pago a assinatura ou o pacote avulso, apenas teremos custos com embalagens e com envio, pois não teremos stock. No que se refere às vendas, serão de início feitas por meio de redes sociais (Instagram e WhatsApp), dispensando o desenvolvimento de um e-commerce inicialmente.

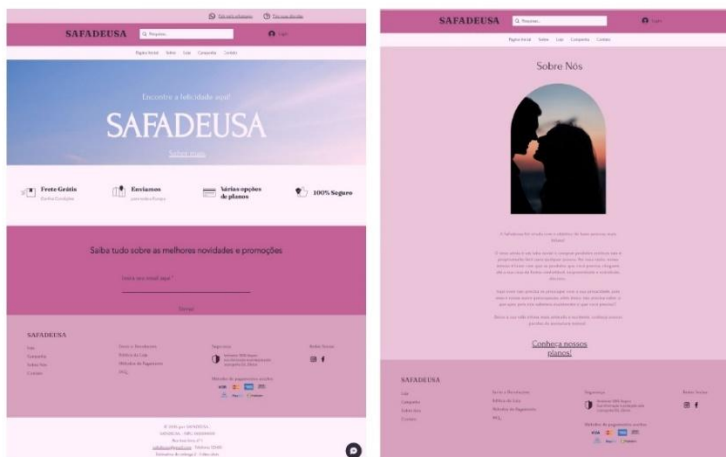
No entanto, em um estágio posterior da empresa, considerando as expectativas de crescimento, tornar-se-á necessária a criação de uma plataforma de vendas com o algoritmo (até o momento a estimativa é que seja necessário um investimento de 7000 euros), e a contratação de profissionais da área de marketing para fomentar o reconhecimento da empresa no mercado (1000 euros) e eventualmente a equipa deverá ser expandida.

No que se refere aos lucros, a expectativa é que no primeiro ano tenhamos um volume de negócios de cerca de 300.000 euros, que resultará para a Safadeusa um lucro líquido anual de cerca de 80.000 euros no primeiro ano, se as vendas corresponderem ao expectável.

8 PROTÓTIPO

premier 2023

Website/Loja Online:

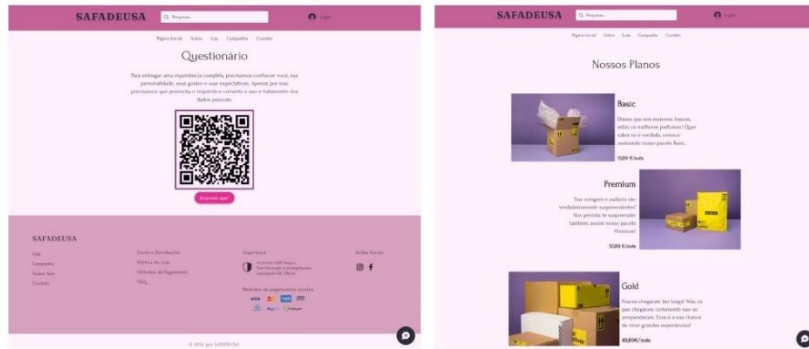


8

PROTÓTIPO premier 2023



Website/Loja Online:



Advance
Premier® business
innovation



Co-financiado por:



Projeto:

Especialista:

Data: 20 / 09 / 2023

Duração da consultoria: 4h

Descrição e análise do projeto

A Safadeusa é uma ideia de negócio que se propõe a ir além de uma sexshop virtual comum, procurando proporcionar aos clientes uma experiência única de consumo, com um adicional de fator surpresa. Na Safadeusa, os clientes não saberão qual o produto que estão a adquirir até que recebam em casa a sua "sexbox". Para identificar o melhor produto para cada cliente, utilizaremos Inteligência Artificial, através de um algoritmo baseado num sistema de questionário-feedback, a fim de definir tipos de produtos adequados para diferentes perfis de consumidores. Para isso, a Safadeusa funcionará por meio de assinaturas bimensais, com diferentes tipos de pacotes, em que os produtos enviados corresponderão ao valor do pacote escolhido. Além disso, pretende-se também disponibilizar pacotes avulsos e pacotes comemorativos para indivíduos que não queiram assinar de imediato, sendo que os valores dos pacotes avulsos também terão variação de valores a partir de dez euros.

Para complementar o aspeto de saúde inerente ao projeto, a Safadeusa também disponibilizará aos seus clientes um acompanhamento especializado de profissionais da saúde sexual, nomeadamente sexólogos e terapeutas.

A nossa avaliação:

Trata-se de uma ideia "fora da caixa", mas em que é necessário conhecer bem o perfil do cliente. Não estou certo que um cliente de uma sexshop desta natureza esteja disposto a responder a interrogatórios ou se prefere adquirir os seus produtos no anonimato.... Ideia a testar.

Assinatura empreendedores: 

Assinatura Especialista: 

Cofinanciado por:



Caro Empreendedor (ou futuro Empreendedor),

Boa tarde!

Espero que estejam bem!

Segue o programa para os dois dias.

Nota – cada sessão terá cerca de 20 minutos, seguido de mentoria/apoio a cada projeto, de forma colaborativa.

Nota - todas as refeições e almoços estão incluídos

19 de julho - WDay			20 de julho - IDay			
Hora	Tema	Convidado	Hora	Tema	Convidado	Info
9h30 - 10h	Welcome		9h30 - 10h	Welcome		
10h-11h	Canvas e Dores	Vitor Ferreira	10h - 11h	Da ideia ao negócio - o que faz uma startup ter sucesso	Paulo Martins – Incantaa/Empowered Startups	https://www.linkedin.com/in/paulo-g-martins/
Break						
11h15-12h15	Sustentabilidade e novas tendências	Carla Rodrigues e Carla Tomás	11h15 - 12h15	Inovação na Fileira da Tooling	Agostinho Carvalho - WeAdd	https://weadd.com/
12-15-13h	As dores de aquisição de clientes	Bruno Pereira				
13-14	Lunch		12h30-14h	Lunch		
14-15	Protótipos de testes de mercado	Francisco Aguiar	14h - 15h	inovação na saúde	Filipe Martins – LittHub	https://www.litthub.com/
15-16	Infraestrutura e Cibersegurança	Forefront	15h - 16h	Do sonho ao financiamento	Hugo Venâncio - Realta	https://www.realta.io/
Break						
16h15-17h15	Pitch	Luis Fonseca	16h15 - 17h15	Do protótipo ao cliente	Diana Pires - InCare	https://incarehealth.com/

Anexo II – Poliempreende

1.0 **PLANO DE NEGÓCIO** IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO



Poliempreende
Projetos de Vocação Empresarial

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO: Safadeusa

NOME DO RESPONSÁVEL: Gleidcynha

TELEFONE: 939137292

EMAIL: gleidcy@ipb.pt

01

1.1

IDEIA DE NEGÓCIO

DESCRIÇÃO SUMÁRIA DA IDEIA DE NEGÓCIO E SUAS CARACTERÍSTICAS INOVADORAS

(Descreva sumariamente a sua ideia de Negócio, destacando as principais características inovadoras (científica, tecnológica, de mercado), do produto/serviço, processo ou modelo de negócio. Entende-se por inovação qualquer aspecto considerado como novo pelo eventual utilizador/mercado, capaz de garantir diferenciação face aos concorrentes)

PRODUTO SERVIÇO

A Safadeusa é um projeto que visa promover saúde, bem-estar e felicidade através da venda de produtos eróticos. Diferente de um sexshop comum, nosso objetivo é utilizar o fator surpresa como diferencial, pois o cliente não sabe qual produto estará comprando até que chegue em sua casa. Para definir o tipo de produto mais adequado, utilizaremos a inteligência artificial para traçar o perfil dos clientes e entregar a melhor experiência de compra possível.

Enquadrado em:

- Saúde e Bem-Estar

Orientação:

- Para a Criação de Valor

02

2.0

PRODUTOS SERVIÇOS

DESCRIÇÃO DE PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

(Descrever, sucintamente, o produto/serviço que se pretende produzir/prestar, enunciando as suas principais características e o grau de desenvolvimento no momento)

O objetivo da Safadeusa é promover uma experiência de compra para o cliente, pois, não venderemos o produto diretamente, mas sim pacotes de assinatura mensal. Sumariamente, teremos três tipos de pacote: Basic; Premiun; Gold, além de termos também campanhas em datas comemorativas para clientes que não queiram realizar assinatura e pacotes avulsos também. Para conseguirmos entregar produtos que satisfaçam nossos clientes, utilizaremos um sistema de questionário-feedback, analisado por meio de uma algoritmo de inteligência artificial, que permitirá identificar gostos e interesses dos respondentes, nos permitindo selecionar tipos de produtos específicos, que serão enviados a cada dois meses. Não serão apenas enviados em nossas sexbox produtos de cariz erótico diretamente, também utilizaremos para experiências, alimentos, fantasias, jogos e outros materiais que são indiretamente sensuais.

Proporciona:

- Ganho/Acréscimo
- Solução de Problemas

Inovação:

- Incremental
- Contextual

03

2.1

PRODUTOS SERVIÇOS

DESCRIÇÃO DE PRODUTOS E/OU SERVIÇOS
CONCORRENTES / SUBSTITUTOS / COMPLEMENTARES

(Identificação de todos aqueles produtos que possam satisfazer a mesma necessidade para a qual foi criado o produto. Ao mesmo tempo, dever-se-ão identificar todos os produtos que lhe sejam complementares)

PRODUTOS E/OU SERVIÇOS		
CONCORRENTES	SUBSTITUTOS	COMPLEMENTARES
Pleasyplay	Vibradores; Lubrificantes; Dildos; Brinquedos eróticos com propostas inovadoras;	Fantasia; Vinhos; Pacotes de viagem romântica; Massageadores;

04

2.2

PRODUTOS SERVIÇOS

VANTAGENS / DESVANTAGENS COMPETITIVAS

(Entende-se por vantagem/desvantagem competitiva as características ou atributos possuídos (ou não) por um produto que lhe confere uma certa superioridade (ou limitação) sobre os seus concorrentes)

OFERTAS	VANTAGENS	DESVANTAGENS		
		CONCORRENTE 1	CONCORRENTE 2	CONCORRENTE 3
Seis diferentes tipos de sexbox surpresa - 3 nos pacotes de assinatura - 3 avulsas Diferentes sexbox surpresa em datas comemorativas	Definição do perfil do cliente por AI; A experiência do cliente provocada pelo fator surpresa; Conforto, praticidade e discrição na entrega dos produtos	Pleasyplay: Tem um foco muito restrito em casais; Não possuem muitas opções de pacotes; Não utilizam inteligência artificial para definir perfis dos clientes;	Amazon: -Não vendem exclusivamente produtos eróticos; -Não tem produtos especializados e nem ajuda para os clientes; -A gama de produtos é muito restrita; -A relação preço-qualidade não é a melhor;	Ponto G : Não fazem personalização dos produtos; Não possui experiências de compra; Não possui sistema de feedback; Não dão dicas de utilização para os clientes; Não possuem um site interativo;

05

3.0

MERCADO

PERFIL DOS CLIENTES-ALVO

(Entende-se por clientes-alvo aqueles que a empresa pretende servir e que poderão proporcionar os maiores ganhos. Caracterize-os, justificando com base em critérios comportamentais, demográficos, de localização geográfica, de benefícios procurados no produto, de necessidades a satisfazer ou padrões de utilização)

SEGMENTOS DE CLIENTES

Mulheres, com idade entre os 25 e 45 anos.

NECESSIDADES/EXPECTATIVAS

Querem se sentir mais confortáveis adquirindo produtos eróticos e melhorar suas vidas sexuais individuais e com parceiros

PERFIL DOS SEGMENTOS ALVO

Em um primeiro momento serão mulheres que se sentem constrangidas em adquirir essa gama de produtos, ou ainda que não sabem por onde começar.

06

3.2

MERCADO

PESQUISA DE MERCADO

(Refira as iniciativas tendentes a recolher e processar informação sobre o mercado, clientes e segmentação, bem como os contactos estabelecidos com potenciais clientes ou parceiros e as respectivas conclusões, no sentido de avaliar a aceitação do produto)

DESCRIÇÃO

Para conseguir identificar potenciais clientes, foi realizado um inquérito sobre os interesses e hábitos de uso de produtos eróticos. Obtivemos 60 respostas. A partir deste inquérito conseguimos identificar alguns pontos relevantes para a ideia de negócio:

- 1- O público feminino é muito mais propenso a aceitar esse nicho de negócio;
- 2- As mulheres com idade entre os 25 e 45 são as mais representativas;
- 3- Identificamos que 80% das pessoas que responderam estão interessadas em adquirir produtos eróticos de forma surpreendente;
- 4- Identificamos uma variabilidade de valores entre 10 e 60 euros para as sexbox;

08

4.0

CONCORRENTES

IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO

(Identificação dos concorrentes actuais e potenciais assim como a avaliação dos mesmos. Esta avaliação compreende a análise das linhas de produtos e serviços oferecidos, preços, publicidade e promoções desenvolvidas, canais de distribuição utilizados)

CONCORRENTES ATUAIS	PRODUTOS/SERVIÇOS	PREÇOS	COMUNICAÇÃO	CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
Pleasyplay	Sexbox direcionadas para casais	A partir de 10 dólares	Redes sociais (mais especificamente o instagram)	Vendas on-line
Ponto G	Produtos eróticos	A partir de 10 euros	Redes sociais	Vendas online

CONCORRENTES POTENCIAIS	PRODUTOS/SERVIÇOS	PREÇOS	COMUNICAÇÃO	CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
Vibrare	Produtos eróticos	A partir de 10 euros	Redes sociais	Venda online
Ponto G	Produtos eróticos	A partir de 10 euros	Redes sociais	Vendas online

09

4.1

CONCORRENTES

VANTAGENS/DESvantagens FACE À CONCORRÊNCIA

(Identifique as vantagens/desvantagens internas da empresa proposta em relação às empresas concorrentes, nas áreas de I&D, processo, distribuição, organização, vendas, serviço, ...)

TEMÁTICAS

- I&DIT
- Organização
- Logística
- Marketing
- Serviços
- TICE
- Design

VANTAGENS

O uso de tecnologia para definir qual o tipo de produto mais adequado para cada cliente;
 O fator surpresa que promove uma experiência de compra muito além do uso dos produtos;
 A facilidade e descrição da entrega dos produtos em casa;

DESvantagens

As pessoas podem não se sentir confortáveis em responder ao inquérito de perfilamento;
 A proteção dos dados pessoais ainda é uma questão muito sensível;
 Nem todos podem se sentir interessados em pacotes de assinatura mensal;

10

5.0

MEIO ENVOLVENTE

OPORTUNIDADES / AMEAÇAS

(As Oportunidades são possibilidades percebidas na envolvente externa, que, em resultado de ações empreendidas podem ser convertidas em benefícios para a empresa. Uma Ameaça refere-se a um desafio ou tendência desfavorável que poderá afectar negativamente a atividade da empresa se não forem adotadas ações defensivas)

OPORTUNIDADES

- Crescimento do mercado de produtos eróticos;
- Avanço tecnológico e desenvolvimento de novos produtos;
- Inclusão de diferentes tipos de públicos;
- A saúde sexual faz parte da saúde e bem-estar geral;

AMEAÇAS

O estigma relacionado ao sexo;
Existe uma grande quantidade de empresas que fornecem produtos eróticos;
A discrição e o conforto são características da maior parte dos sexshop online;

11

5.1

MEIO ENVOLVENTE

CENÁRIOS FUTUROS / TENDÊNCIAS

(Quais os cenários futuros expectáveis - económicos, políticos, legais, sociológicos, culturais, tecnológicos - a que empresa poderá ter que se adaptar)

CENÁRIOS IDENTIFICADOS

- Legais
- Sociais
- Culturais
- Tecnológicos
- Modas/Tendências

DESCRIÇÃO

As questões relacionadas ao prazer e ao sexo sempre foram um tabu social, mas essa tendência está gradativamente sendo substituída por uma maior liberdade e normalização dos comportamentos sociais. Assim sendo, é expectável que ao longo dos próximos anos, o sexo passe a ser cada vez mais natural e o prazer também. Além disso, o desenvolvimento de novas tecnologias também direcionadas para o prazer sexual, podem também potenciar o desenvolvimento do negócio.

12

6.1

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

POSICIONAMENTO

(O posicionamento visa definir a forma como a empresa pretende ser percebida pelos clientes face aos concorrentes - Valor, preço, qualidade, status, estética, facilidade de uso, rapidez...)

POSICIONAMENTO

- Valor
- Preço
- Qualidade
- Status
- Design
- Utilização

DESCRIÇÃO

O objetivo da Safadeusa é ser reconhecida como uma empresa tecnológica, e que se diferencia de um sexshop comum por proporcionar uma experiência de compra para os clientes. Não pretendemos ser uma loja erótica, mas uma loja elegante, inovadora e com produtos de qualidade. Para além disso, queremos que nossos clientes vivenciem surpresas que tornarão suas vidas sexuais (individuais ou em conjunto) muito mais interessantes e animadas. Sobretudo queremos tornar as pessoas mais felizes, entregando os melhores produtos para os clientes certos!

13

6.2

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

MARKETING-MIX PRODUTO

[Produto: que características físicas? Marca: como identificar e diferenciar? Embalagem: como proteger e aumentar a agressividade comercial? Serviço: como aumentar a performance? Garantia? Design?]

CARACTERÍSTICAS PRESENTES

- Produto:
- Características Físicas

DESCRIÇÃO

A forma de embalar nosso produto é nosso primeiro fator de diferenciação. Pretendemos utilizar caixas de material sustentável em nossas sexbox, e que permita ao nosso cliente reutilizar, como se fossem itens de coleção. Além disso, ressaltamos também a discrição da embalagem como ponto chave do nosso negócio.

14

6.3

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

MARKETING-MIX PREÇO

(O preço de um produto ou serviço deve estar situado entre o custo total (monetário, psicológico, tempo) e o valor que o cliente lhe atribui (status, desempenho, qualidade...) e está disposto a pagar. Será necessário justificar os critérios utilizados.)

PRODUTOS/SERVIÇOS	CUSTO TOTAL	PREÇO DA CONCORRÊNCIA	PREÇO ACEITE PELO CLIENTE	PREÇO DA EMPRESA	NOTAS
Sexbox basic	10	0	15	14.99	O preço foi definido com base no custo e na aceitação dos clientes
Sexbox premium	15	0	30	29.9	O preço foi definido com base no custo e na aceitação dos clientes
Sexbox gold	30	0	60	59.99	O preço foi definido com base no custo e na aceitação dos clientes

15

6.4

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

MARKETING-MIX CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

(Os canais de distribuição são os meios através dos quais os produtos ou serviços fluem das organizações onde são produzidos até ao ponto onde são adquiridos para utilização ou consumo final.)

PRODUTOS/SERVIÇOS	LOGÍSTICA	PONTOS DE VENDA	E-COMMERCE	NOTAS
Sexbox	Os produtos que compõem a sexbox serão adquiridos em fornecedores e depois enviados aos clientes.	Vendas online	Website e Instagram	Em um primeiro momento será usado o modelo de dropshipping, e posteriormente a logística das entregas serão por conta da Safadeusa.

16

6.5

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

MARKETING-MIX COMUNICAÇÃO

(A variável comunicação tem como principais funções influenciar o processo da decisão de compra e o comportamento do cliente fazendo-o tomar consciência dos benefícios da oferta para satisfação das suas necessidades. Assim, deverão ser apresentadas os métodos de comunicação através dos quais se pretende comunicar com o consumidor)

PRODUTOS/SERVIÇOS	MARKETING-MIX COMUNICAÇÃO	CANAIS
Sexbox	Temos o intuito de focar nas redes sociais, principalmente o Instagram para divulgar o propósito da marca.	Vendas online através de um site.

17

6.6

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

PREVISÕES DE VENDAS

(Quantidades e/ ou valores, apresentando os pressupostos em que se baseou para o respectivo cálculo)

PRODUTOS/SERVIÇOS	QUANTIDADE	PREÇO UNITÁRIO	VALOR	PRESSUPOSTOS
Sexbox sem assinatura (I)	1000	9,99	9.990,00	Os cálculos se basearam na definição do público-alvo e na percentagem de indivíduos que se dispuseram a comprar produtos nessa faixa de preço.
Sexbox sem assinatura (II)	740	14,99	11.092,60	Os cálculos se basearam na definição do público-alvo e na percentagem de indivíduos que se dispuseram a comprar produtos nessa faixa de preço.
Sexbox sem assinatura (III)	190	99,99	18.998,10	Os cálculos se basearam na definição do público-alvo e na percentagem de indivíduos que se dispuseram a comprar produtos nessa faixa de preço.
Sexbox com assinatura (Basic)	1110	119,99 por ano	133.188,90	Os cálculos se basearam na definição do público-alvo e na percentagem de indivíduos que se dispuseram a comprar produtos nessa faixa de preço.
Sexbox com assinatura (Premium)	450	179,99 por ano	80.995,50	Os cálculos se basearam na definição do público-alvo e na percentagem de indivíduos que se dispuseram a comprar produtos nessa faixa de preço.
Sexbox com assinatura (Gold)	230	359,99 por ano	82.797,70	Os cálculos se basearam na definição do público-alvo e na percentagem de indivíduos que se dispuseram a comprar produtos nessa faixa de preço.

18

7.0

EXEQUIBILIDADE DAS OPERAÇÕES

PROCESSOS E CAPACIDADE/ TECNOLOGIA

(Identifique os principais processos para a produção de produtos e/ou fornecimento de serviços e respectivas capacidades, bem como as tecnologias utilizadas no projecto, especificando a sua adequação para os objetivos do mesmo)

A criação da Safadeusa se divide em duas fases:

Na primeira fase, nosso trabalho será apenas identificar o perfil do cliente, selecionar o produto adequado e fazer a encomenda no fornecedor, que efetuará a entrega dos produtos para nossos clientes.

Na segunda fase, conforme haja o aumento do volume de negócios, a seleção do produto será feita de forma automática pelo nosso sistema de perfilamento, deixaremos o modelo dropshipping e passaremos a montar por nossa conta as sexbox.

19

7.1

EXEQUIBILIDADE DAS OPERAÇÕES

RECURSOS HUMANOS

(Número de colaboradores, perfil, qualificações, competências necessárias, regime de contratação...)

FUNÇÕES	QTD	ESPECIALISTAS (TIPO)	QTD	QUALIFICADOS (TIPO)	QTD	NÃO QUALIFICADOS (TIPO)
Gestão informática	1	Engenharia informática	0	00	0	0
Logística e operação	0	00	0	00	1	Operacional

20

7.2

EXEQUIBILIDADE DAS OPERAÇÕES

LOCALIZAÇÃO DAS INSTALAÇÕES

(Justifique a localização das instalações)

LOCALIZAÇÃO

De início utilizaremos um modelo de dropshipping, ou seja, não teremos armazenamento dos nossos produtos, pois serão enviados pelo nosso próprio fornecedor.

Eventualmente e na medida do crescimento do negócio, caso seja necessário a criação de um armazém, pretendemos que nossas instalações sejam em Bragança, Portugal.

JUSTIFICAÇÃO

Consideramos que o dropshipping é uma opção excelente para o plano inicial do negócio, visto que a necessidade de investimento será mínima e o trabalho inicial também.

Posteriormente, com a necessidade do armazém, Bragança foi selecionada por ser uma cidade na fronteira entre Portugal e o resto da Europa, é também uma cidade com potencial de crescimento e um número de pessoas mais flexíveis em relação ao tópico sensível do mercado.

21

8.0

IMPACTO SÓCIO-ECONÓMICO

(Comentar referindo-se às seguintes questões: geração de emprego qualificado; parcerias tecnológicas e de negócio; Sinergias com outras actividades e Potencial de crescimento)

EMPREGO QUALIFICADO	PARCERIAS TECNOLÓGICAS E DE NEGÓCIO	SINERGIAS COM OUTRAS ATIVIDADES	POTENCIAL DE CRESCIMENTO	OUTRO
Em um primeiro momento a expectativa é de que necessitaremos de apenas um empregado qualificado, mas posteriormente a intenção é expandir para outras áreas e gerar muitos empregos.	Faremos parcerias no futuro com empresas desenvolvedoras de tecnologias, tanto para melhorar nosso sistema de vendas, quanto para criar produtos novos no futuro.	N/D	A expectativa é que o negócio cresça exponencialmente com a normalização do sexo e do prazer sexual e em virtude de ser considerado também parte da saúde e do bem-estar.	N/D

22

9.0

IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES

PROMOTOR 1

(ANEXAR CURRICULUM VITAE)

INDIQUE O CURSO QUE TIROU OU ESTÁ A FREQUENTAR
N/D

DESCREVA SUMARIAMENTE A SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL
Bolseira de investigação

QUAL O GRAU DE ENVOLVIMENTO NA IMPLEMENTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DO PROJETO?

Sou licenciada em Solicitadoria, tenho concluído um Mestrado em Administração Autárquica e estou neste momento a cursar um novo Mestrado de Inovação de produtos e processos. Apesar de não ter nenhuma competência direta nas áreas de sexualidade humana e psicologia, tenho desenvolvido vários estudos na área para perceber a melhor estratégia de gestão do negócio. Além disso, tenho recebido mentorias nas áreas de sexologia, psicologia e gestão, para desenvolver novas competências que me tornarão apta.

DESCREVA AS SUAS PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E A SUA APLICAÇÃO NO PROJETO.

Considerando que de momento só existem duas pessoas na equipe, estou totalmente dedicada a colocar a ideia em prática.

23

9.1

IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES

COMPLEMENTARIDADE DOS PROMOTORES E FORMAS DE SUPRIMENTO DAS COMPETÊNCIAS EM FALTA

(ANEXAR CURRICULUM VITAE)

COMPETÊNCIAS EXTERNAS
A RECRUTAR

Gestão, Trabalho manual

COMPETÊNCIAS EXTERNAS
A CONTRATAR

Marketing, Finanças, Design

COMPETÊNCIAS PROMOTORES

- Estratégia
- Gestão
- Organização
- Comerciais

24

Anexo III – Bootcamp YEB

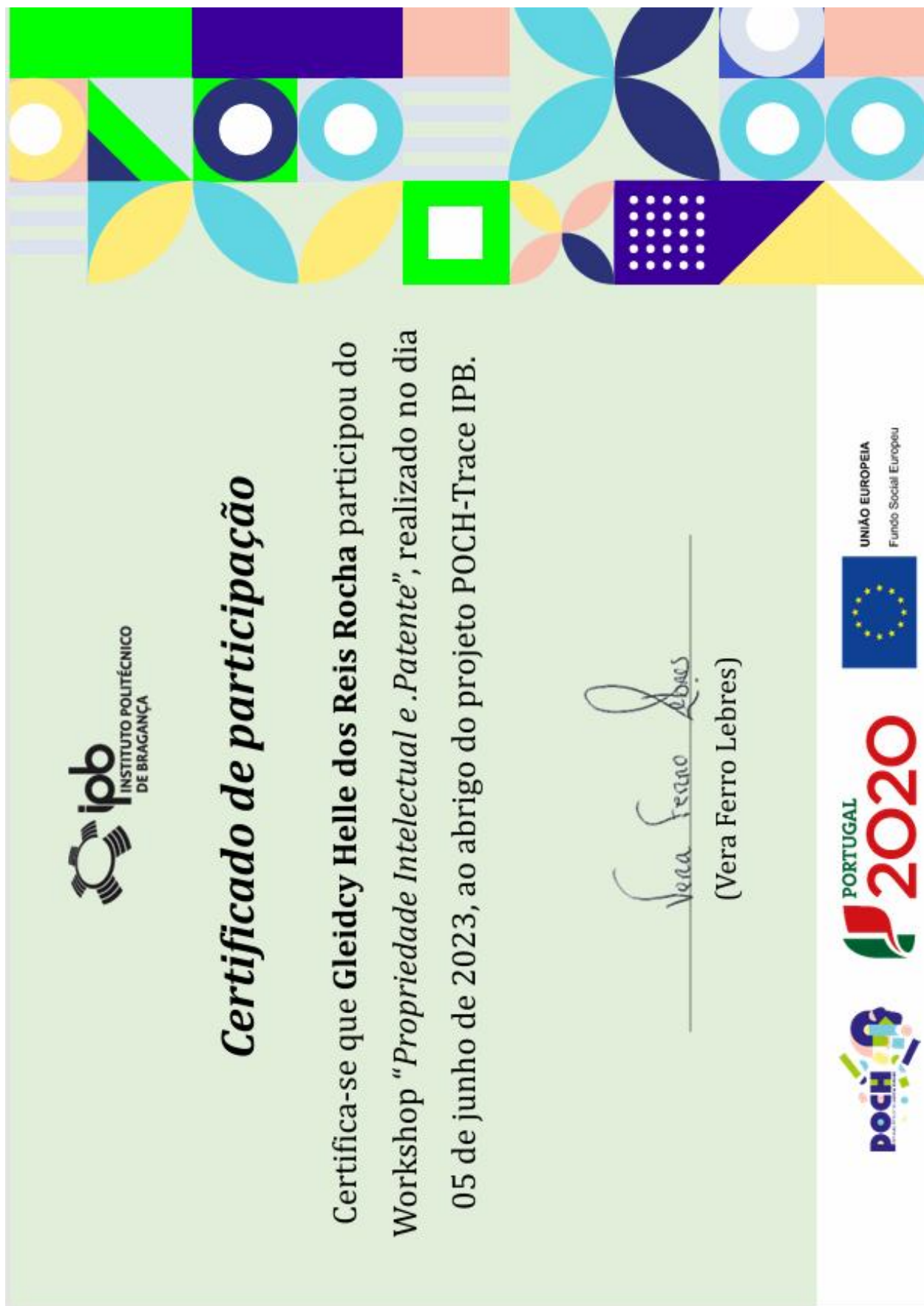


EMPREENDEDORES	Grau de intensidade em tecnologia/conhecimento e ou Indústrias criativas	Enquadramento nos setores definidos no projeto	Mobilização da inovação regional	Viabilidade e exequibilidade do projeto	Perfil dos empreendedores e envolvimento no projeto	TOTAL
	Média do júri	Média do júri	Média do júri	Média do júri	Média do júri	
Gabriel Noira e Gleidcy Rocha	10,00	23,33	13,33	12,22	6,67	65,56



Anexo IV – Feira 3C (Cocreation, Collaboration, Cooperation)





Certificado de participação

Certifica-se que **Gleidcy Helle dos Reis Rocha** participou do Workshop “*Propriedade Intelectual e .Patente*”, realizado no dia 05 de junho de 2023, ao abrigo do projeto POCH-Trace IPB.



(Vera Ferro Lebres)



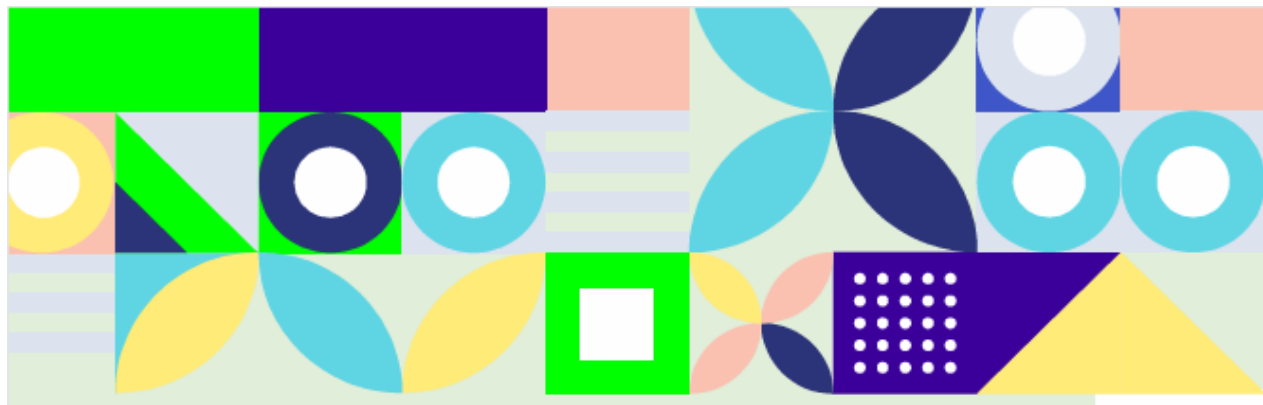
UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



Certificado de participação

Certifica-se que **Gleidy Helle dos Reis Rocha** participou do Workshop “*Constrói o teu império - os primeiros passos para construir um empreendimento de sucesso*”, realizado no dia 11 de dezembro de 2023, ao abrigo do projeto PRR-Impulso adultos.

(Vera Ferro Lebres)





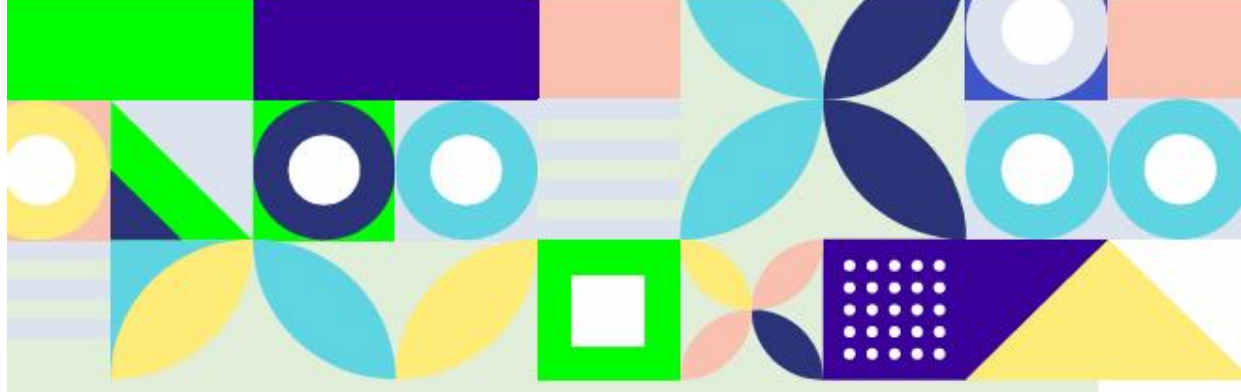
Certificado de participação

Certifica-se que **Gleidy Helle dos Reis Rocha** participou do Workshop “*Gestão de tempo e stress*”, realizado no dia 19 de maio de 2023, ao abrigo do projeto POCH-Trace IPB.

(Vera Ferro Lebres)



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu





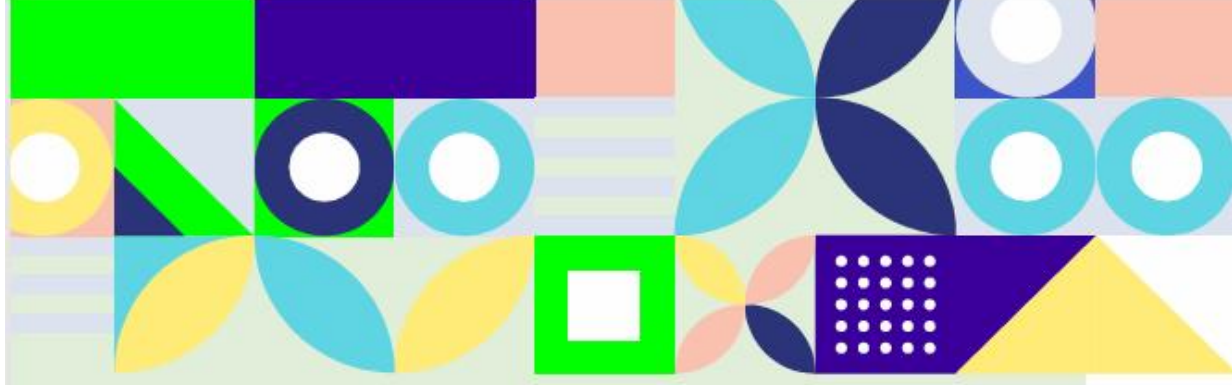
Certificado de participação

Certifica-se que **Gleidy Helle dos Reis Rocha** participou do Workshop “*Comunicação assertiva*”, realizado no dia 12 de maio de 2023, ao abrigo do projeto POCH-Trace IPB.

(Vera Ferro Lebres)



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu





INSTITUTO POLITÉCNICO
DE BRAGANÇA

ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE GESTÃO
DE PROJETOS

APOGEP

CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifica que

Gleidy Rocha

Esteve presente na Formação de Gestão de Projetos, com a duração de 16 horas, nos dias 03 e 04 de julho de 2023.

A formação foi promovida pelo Instituto Politécnico de Bragança (IPB) e Associação Portuguesa de Gestão de Projetos (APOGEP).

Bragança, 05 de julho de 2023

Assinado por: **Paulo Manuel Ferreira de Sousa**
Num. de Identificação: 07842903
Data: 2023.07.07 12:31:19+01'00'

Paulo Sousa
Presidente APOGEP

CERTIFICADO

Certifica-se que **Gleidcy Rocha** participou no curso Internacional de empreendedorismo realizado em Zamora entre os dias 11 de julho a 13 de julho de 2022, no âmbito do projeto **Link Me Up: 1000 ideias** promovido pelo Instituto Politécnico de Bragança e pela Fundação Rei Afonso Henriques.



(Vera Ferro Lebres)



Mar 3, 2024

Gleidcy Rocha

has successfully completed

Foundations of Project Management

an online non-credit course authorized by Google and offered through Coursera

Amanda Brophy
Global Director of Google Career Certificates

**COURSE
CERTIFICATE**



Verify at:
<https://coursera.org/verify/B2GNG5E3QYCI>

Coursera has confirmed the identity of this individual and their participation in the course.

UCI Division of
Continuing Education

Mar 4, 2024

Gleidcy Rocha

has successfully completed

Essentials of Entrepreneurship: Thinking & Action

an online non-credit course authorized by University of California, Irvine and offered through Coursera



David Standen, MBA
Instructor
University of California, Irvine Extension

**COURSE
CERTIFICATE**



Verify at:
<https://coursera.org/verify/WBP5GCGQKHLUZ>
Coursera has confirmed the identity of this individual and their participation in the course.



Certificate

It certifies that Gleidy Helle dos Reis Rocha was present at the seminar "Roteiros de Inovação Sub-25: U Succeed", organized within the scope of the Master's Degree in Innovation of Products and Processes, which took place in the auditorium Engº Alcínio Miguel of the Superior School of Technology and Management, on the 5th of December 2022.



Bragança, December 11, 2022



Vera Ferro Lebres



Funded by
the European Union



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE BRAGANÇA



Escola Superior de
Tecnologia de
Bragança
University



Hanzhohogeschool
Groningen
University of Applied Sciences



M2PI
Processes and Products Innovation
MAA/TER



Certificado de participação

Certifica-se que **Gleidy Helle dos Reis Rocha** participou do Workshop “*Ferramentas de Desenvolvimento pessoal*”, realizado no dia 24 de outubro de 2023, ao abrigo do projeto POCH-Trace IPB.

(Vera Ferro Lebres)



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu