



**ALINE IZABEL BARTH
ANA BEATRIZ OLIVEIRA TOKARSKI
LUANA KELLER TOLEDO**

CHERRY GLOW: LINGERIE E SEX SHOP

CURITIBA

2024



ALINE IZABEL BARTH
ANA BEATRIZ OLIVEIRA TOKARSKI
LUANA KELLER TOLEDO

CHERRY GLOW: LINGERIE E SEX SHOP

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração, da ESIC Business & Marketing School, orientado por Professora Heloisa Milena Modtkoski.

CURITIBA
2024

TERMO DE APROVAÇÃO

ALINE IZABEL BARTH
ANA BEATRIZ OLIVEIRA TOKARSKI
LUANA KELLER TOLEDO

CHERRY GLOW: LINGERIE E SEX SHOP

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel, em Administração da ESIC – *Business & Marketing School*, pela seguinte banca examinadora:

Orientador:

Professor (a): [Heloisa Milena Modtkoski](#)

Banca Avaliadora:

Professor(a): _____

Professor(a): _____

Professor(a): _____

Local e Data da banca: Curitiba, _____ de _____ de 2024.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – OCUPAÇÃO DE CARGOS DE LIDERANÇA	13
FIGURA 2 – CARGOS DE LIDERANÇA COM FILHOS MENORES DE IDADE	14
FIGURA 3 – ANÁLISE SWOT	23
FIGURA 4 – MODELO DE BUSINESS MODEL CANVAS.....	24
FIGURA 5 – BUSINESS MODEL CANVAS CHERRY GLOW	26
FIGURA 6 – DADOS CADASTRAIS CHERRY GLOW.....	38
FIGURA 7 - CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA.....	42
FIGURA 8 - FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO EM DOMICÍLIO.....	60
FIGURA 9 - FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO ONLINE	62
FIGURA 10 – CAPITAL INICIAL	63
FIGURA 11 - INVESTIMENTO INICIAL DA EMPRESA.....	64
FIGURA 12 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO I.....	65
FIGURA 13 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO II.....	65
FIGURA 14 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO III.....	65
FIGURA 15 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO IV	66
FIGURA 16 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO V	66
FIGURA 17 - PROJEÇÃO DE DESPESAS PARA 5 ANOS.....	67
FIGURA 18 - TABELA DE IMPOSTOS SIMPLES NACIONAL	67
FIGURA 19 - PROJEÇÃO SIMPLES NACIONAL CHERRY GLOW.....	68
FIGURA 20 - PRODUTOS COMERCIALIZADOS	68
FIGURA 21 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO I	70
FIGURA 22 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO II	70
FIGURA 23 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO III	70
FIGURA 24 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO IV	70
FIGURA 25 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO V	70
FIGURA 26 - PROJEÇÃO DE RECEITAS PARA 5 ANOS	70
FIGURA 27 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO I	71
FIGURA 28 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO II	71
FIGURA 29 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO III	72
FIGURA 30 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO IV	72
FIGURA 31 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO V	73
FIGURA 32 - RESUMO FLUXO DE CAIXA DOS 5 ANOS	74

FIGURA 33 - BALANÇO PATRIMONIAL - 5 ANOS	75
FIGURA 34 - DRE PARA 5 ANOS	76
FIGURA 35 - PONTO DE EQUILÍBRIO.....	76
FIGURA 36 – PAYBACK.....	78
FIGURA 37 – TIR	78
FIGURA 38 – VPL	78
FIGURA 39 – TAXA DE LUCRATIVIDADE	79
GRÁFICO 1 – QUAL É A SUA FAIXA ETÁRIA?	30
GRÁFICO 2 – COM QUAL GÊNERO VOCÊ SE IDENTIFICA?.....	30
GRÁFICO 3 – EM QUAL DAS OPÇÕES VOCÊ SE ENCONTRA ATUALMENTE? ..	31
GRÁFICO 4 – COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ COMPRA PRODUTOS ERÓTICOS (LINGERIE OU PRODUTOS DE SEX SHOP?.....	32
GRÁFICO 5 – QUAIS TIPOS DE PRODUTOS VOCÊ COSTUMA COMPRAR EM UM SEX SHOP?	32
GRÁFICO 6 – O QUE MAIS INFLUENCIA SUA DECISÃO DE COMPRA EM UM SEX SHOP?	33
GRÁFICO 7 – VOCÊ JÁ RECOMENDOU PRODUTOS DE SEX SHOP A AMIGOS OU CONHECIDOS?	34
GRÁFICO 8 – QUAIS CANAIS DE COMUNICAÇÃO VOCÊ COSTUMA UTILIZAR PARA OBTER INFORMAÇÕES SOBRE PRODUTOS DE SEX SHOP?	35
GRÁFICO 9 – COMO VOCÊ PREFERE ADQUIRIR PRODUTOS DE SEX SHOP?	36
GRÁFICO 10 – QUAL É A PRINCIPAL RAZÃO PELA QUAL VOCÊ COMPRA PRODUTOS DE SEX SHOP?.....	36
GRÁFICO 11 – CRESCIMENTO DE RECEITAS DE PRODUTOS	70
GRÁFICO 12 – CRESCIMENTO DE RECEITAS DE LINGERIE	70
GRÁFICO 13 - PONTO DE EQUILÍBRIO.....	78

RESUMO

O universo do empreendedorismo está se expandindo e algo que se pode destacar é o ousado cenário de lingerie e sex shop. A escolha de empreender nesse mercado é desafiadora, ainda são temas pouco tratados. O objetivo deste trabalho é investigar fatores socioeconômicos e culturais que impulsionam o mercado, desmistificando estigmas associados ao comércio sensual, enfocando respeito, inclusão e diversidade. Esse trabalho acadêmico visa trazer uma visão sobre sex shop voltado ao público feminino, analisando mercado e público-alvo por meio de pesquisa quantitativa realizada via *Google Forms*. A justificativa destaca o crescimento do mercado erótico, a influência da pandemia e a busca por preencher lacunas no conhecimento, com foco no empoderamento feminino. Finalizado o estudo de viabilidade a Cherry Glow obteve resultados positivos tendo um *payback* de 4,92 e uma boa taxa de retorno, embasando assim a viabilidade do projeto.

Palavras-chave: empreendedorismo, lingerie, sex shop, público feminino, mercado erótico.

RESUMEN

El mundo empresarial está en expansión y algo que destaca es el atrevido panorama de la lencería y los sex shops. La decisión de emprender en este mercado es todo un reto y todavía se habla poco del tema. El objetivo de este trabajo es investigar los factores socioeconómicos y culturales que impulsan el mercado, desmitificando los estigmas asociados al comercio sensual, centrándose en el respeto, la inclusión y la diversidad. Este trabajo académico pretende dar una visión de los sex shops dirigidos al público femenino, analizando el mercado y el público objetivo a través de una investigación cuantitativa realizada a través de un formulario de Google. La justificación destaca el crecimiento del mercado erótico, la influencia de la pandemia y la búsqueda de llenar lagunas de conocimiento, con enfoque en el empoderamiento femenino. Concluido el estudio de viabilidad, Cherry Glow obtuvo resultados positivos con un *payback* de 4,92 y una buena tasa de retorno, fundamentando así la viabilidad del proyecto.

Palabras clave: emprendimiento, lencería, sex shop, público femenino, mercado erótico.

ABSTRACT

The World of Business and Entrepreneurship is expanding and ranging many more business markets. In that regard, the bold sexual wellness market stands out. To engage in this market is challenging, mainly because it is a topic shrouded in taboo. The aim of this work is to investigate the socio-economic and cultural factors that boost the market, demystify the stigmas associated with the sensual trade, focusing on respect, inclusion and diversity. This academic work is a quantitative research carried out via Google Forms and the target population was Brazilian women. The significance of the study is based on the growth of the erotic market, the influence of the COVID pandemic in the absorption of this niche and the gaps in knowledge, connecting those topics with the female empowerment.

The feasibility study was completed and Cherry Glow obtained positive results with a *payback* of 4,92 and a good return on investments, thus supporting the viability of the project.

Keywords: entrepreneurship, lingerie, sex shop, female audience, sexual wellness market.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GERAL	10
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
3 JUSTIFICATIVA	10
3.1 ESTRUTURA DO PROJETO	11
4 REVISÃO TEÓRICA SOBRE O TEMA	11
4.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO	11
FIGURA 1 – OCUPAÇÃO DE CARGOS DE LIDERANÇA	13
4.2 EMPREENDEDORISMO SEX SHOP ATUAL.....	15
4.3 EMPREENDEDORISMO	17
4.4 PLANO DE NEGÓCIO	19
4.5 INÍCIO DO MERCADO DE SEX SHOP NO MUNDO	20
4.6 MERCADO DE SEX SHOP NO BRASIL	21
5 MODELO DE NEGÓCIO	22
5.1 ANÁLISE SWOT	22
5.2 BUSINESS MODEL CANVAS.....	23
6 PLANO DE PESQUISA	27
6.1 METODOLOGIA DA PESQUISA	27
6.2 DESCRIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO	28
6.3 LOCAL DA PESQUISA	29
6.4 RECURSOS NECESSÁRIOS PARA PESQUISA	29
6.5 RESULTADO DA PESQUISA	29
7 INFRAESTRUTURA DA EMPRESA	37
7.1 DADOS CADASTRAIS	37

7.2 LOCALIZAÇÃO	38
7.3 DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS	38
7.3.1 MISSÃO	38
7.3.2 VISÃO	39
7.3.3 VALORES	39
7.4 CONSTITUIÇÃO LEGAL	39
7.5 CONTROLE ACIONÁRIO DA EMPRESA.....	40
7.6 RESPONSABILIDADES E COMPETÊNCIAS DA EQUIPE DIRIGENTE.....	40
7.7 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....	41
7.7.1 RAMO DE ATIVIDADE DA EMPRESA	42
7.7.2 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS.....	42
7.7.3 PÚBLICO-ALVO.....	43
7.8 DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	43
8 PLANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL	44
9 PLANO DE MARKETING	45
9.1 ANÁLISE AMBIENTAL.....	45
9.2 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE	46
9.2.1 AMBIENTE DEMOGRÁFICO.....	47
9.2.2 AMBIENTE ECONOMICO	48
9.2.3 AMBIENTE CULTURAL E SOCIAL	48
9.2.4 POLÍTICA LEGAL	49
9.3 ANÁLISE DO MICROAMBIENTE	50
9.3.1 CLIENTES.....	51
9.3.2 CONCORRENTES.....	51
9.3.3 FORNECEDORES.....	52
9.4 ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	52
9.4.1 MIX DE MARKETING	53

9.4.2 AÇÕES DE MARKETING	54
10 PLANO ADMINISTRATIVO	55
11 PLANO OPERACIONAL	56
11.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	57
11.1.1 LOCALIZAÇÃO	57
11.1.2 INSTALAÇÕES	57
11.1.3 LOGÍSTICA	57
11.1.4 ATENDIMENTO AO CLIENTE	59
11.1.5 ADMINISTRAÇÃO	63
12 PLANO FINANCEIRO	63
12.1 INVESTIMENTO CAPITAL PRÓPRIO	63
12.2 DESPESAS	65
12.3 RECEITAS	69
12.4 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA	72
12.5 BALANÇO PATRIMONIAL	75
12.6 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	76
12.7 PONTO DE EQUILÍBRIO - PE	77
12.8 PAYBACK	78
12.9 TIR	79
12.10 VPL	79
12.11 TAXA DE LUCRATIVIDADE	79
13 CONCLUSÃO E ANÁLISE DE VIABILIDADE	80
REFERENCIAS	81

1 INTRODUÇÃO

O universo do empreendedorismo tem sido palco de transformações significativas, refletindo a capacidade de inovação e adaptação às demandas das pessoas. Sendo assim, setores considerados tabus têm sido alvo para empreendedores audaciosos, destacando-se entre eles o mercado de lingerie e sex shop. Este trabalho de conclusão de curso busca mostrar alguns caminhos pelos quais os empreendedores que decidem explorar este segmento, podem trilhar e explorar o tema que é tão ligado à intimidade e à expressão da sexualidade.

Ao longo das próximas páginas, será possível enxergar não apenas as razões por trás da escolha de empreender neste nicho específico da Cherry Glow, mas também os fatores socioeconômicos e culturais que contribuem para a consolidação e expansão desse mercado, vendo então estudos específicos desse nicho com maior foco no prazer feminino.

No decorrer desse trabalho, pretendemos desmistificar estigmas e preconceitos associados ao comércio de produtos relacionados à sensualidade, destacando a importância do respeito, da inclusão e da diversidade neste cenário empresarial. Por meio de pesquisas, estudos e análises de mercado, visamos contribuir para uma compreensão mais aprofundada dos desafios específicos enfrentados pelos empreendedores que buscam prosperar em um segmento aparentemente complexo, mas que revela potencialidades inexploradas.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste Trabalho de Conclusão de Curso é elaborar um plano de negócio e verificar sua viabilidade para uma empresa de lingerie e sex shop voltado ao público feminino e consumidores desses produtos.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar uma análise de mercado em Curitiba, do setor de produtos eróticos, identificando tendências, concorrentes e oportunidades de mercado.
- Compreender as necessidades, preferências e comportamentos do público feminino e consumidores de produtos de lingerie e sex shop.
- Analisar a viabilidade do modelo de negócio por meio de uma pesquisa quantitativa.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha de desenvolver um Plano de Negócios para uma empresa de lingerie e sex shop se dá por diversas razões de relevância e importância no contexto atual. Primeiramente, o mercado de produtos eróticos tem crescido de forma constante. Nos últimos anos, refletiu mudanças na sociedade e nas atitudes em relação à sexualidade, principalmente a da mulher. Este setor oferece oportunidades significativas de empreendedorismo, mas também apresenta desafios únicos que precisam ser enfrentados.

Além disso, a pandemia global de COVID-19 “uma infecção respiratória causada pelo novo coronavírus SARS-CoV-2. A doença é potencialmente grave, altamente transmissível e espalhou-se por todo o mundo” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021), teve um impacto profundo nos padrões de compra e comportamentos do consumidor, acelerando a migração para compras online e aumentando a demanda por produtos relacionados à intimidade, tornando esse momento de pós pandemia propício para explorar este nicho de mercado de nova forma.

Este trabalho tem como propósito fornecer uma visão abrangente e estratégica sobre o mercado erótico, focando no prazer feminino. A pesquisa quantitativa permitirá

uma avaliação objetiva da viabilidade do modelo de negócios proposto, fornecendo insights valiosos para a tomada de decisões estratégicas.

Portanto, considerando a relevância do mercado de produtos eróticos, a dinâmica atual do consumidor e a necessidade de orientação estratégica para empreendedores, este trabalho busca preencher uma lacuna no conhecimento e oferecer um recurso prático para aqueles interessados em empreender nesse setor, com um foco especial em empoderar as mulheres, seja como empreendedoras ou como consumidoras.

3.1 ESTRUTURA DO PROJETO

A equipe responsável pela execução desse trabalho, prezou pela organização, ciência e clareza das informações e dados apresentados. Para isso, a estruturação foi realizada conforme abaixo:

- Revisão teórica referente ao tema escolhido
- Modelo de negócio
- Plano de pesquisa
- Cronograma

4 REVISÃO TEÓRICA SOBRE O TEMA

4.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino é um movimento crescente em que há uma combinação de negócios determinado ou coordenado por mulheres. Esse tipo de empreendedorismo não se dirige somente ao negócio aberto por uma mulher, mas também é relacionado a mulheres em ocupações de liderança, exercendo funções de gestão do seu próprio empreendimento.

No Brasil, historicamente, as mulheres enfrentaram uma série de desafios em sua busca por igualdade de direitos. No passado, os papéis de gênero eram estritamente definidos, com os homens sendo os principais provedores financeiros e com uma autoridade dominante sobre as mulheres em suas vidas. Isso resultou em uma sociedade em que as mulheres eram frequentemente submissas e tinham poucas oportunidades para exercer sua autonomia.

No entanto, ao longo dos séculos, as mulheres brasileiras lutaram corajosamente por seus direitos. Elas se envolveram em greves, manifestações e

movimentos sociais para conquistar o direito de trabalhar fora de casa, o acesso à educação e o direito de participar ativamente na vida política e econômica do país. Essas conquistas marcaram importantes avanços na luta pela igualdade de gênero.

Olhando para os dias atuais, ainda há desafios significativos a serem superados. A presença masculina dominante em cargos de liderança é um exemplo disso. Embora as mulheres tenham demonstrado interesse e capacidade para empreender e assumir papéis de liderança, muitas vezes enfrentam barreiras sistêmicas e preconceitos de gênero que dificultam seu progresso. A disparidade salarial entre homens e mulheres persiste, e as mulheres ainda enfrentam obstáculos para acessar oportunidades de desenvolvimento profissional e ascensão nas organizações.

Segundo o relatório do SEBRAE, as mulheres estão ganhando força nos negócios, vide o trecho abaixo que mostra a porcentagem de mulheres empreendedoras no Brasil em 2022, “O percentual de empreendedoras em relação ao total de negócios chegou a 34% no Brasil em 2022: são mais de 10 milhões de mulheres donas de seus próprios negócios” SEBRAE (2023).

Além disso, a empresa Cortex Intelligence fornece dados relevantes que destacam uma tendência significativa no nosso setor de negócios. De acordo com seus estudos, “mais da metade (51,1%) das empresas de bem-estar sexual abertas no setor até o ano passado possuem mulheres como sócias” SEBRAE (2021). Essa estatística é profundamente reveladora e contribui para fortalecer ainda mais a nossa proposta de negócio.

Esses números demonstram que as mulheres estão conquistando uma presença notável em um setor historicamente marcado por turbulências e preconceitos. Esse aumento na representação feminina não apenas reflete a mudança de paradigma na indústria do bem-estar sexual, mas também ressalta a importância de abraçar a diversidade e a inclusão em nosso empreendimento.

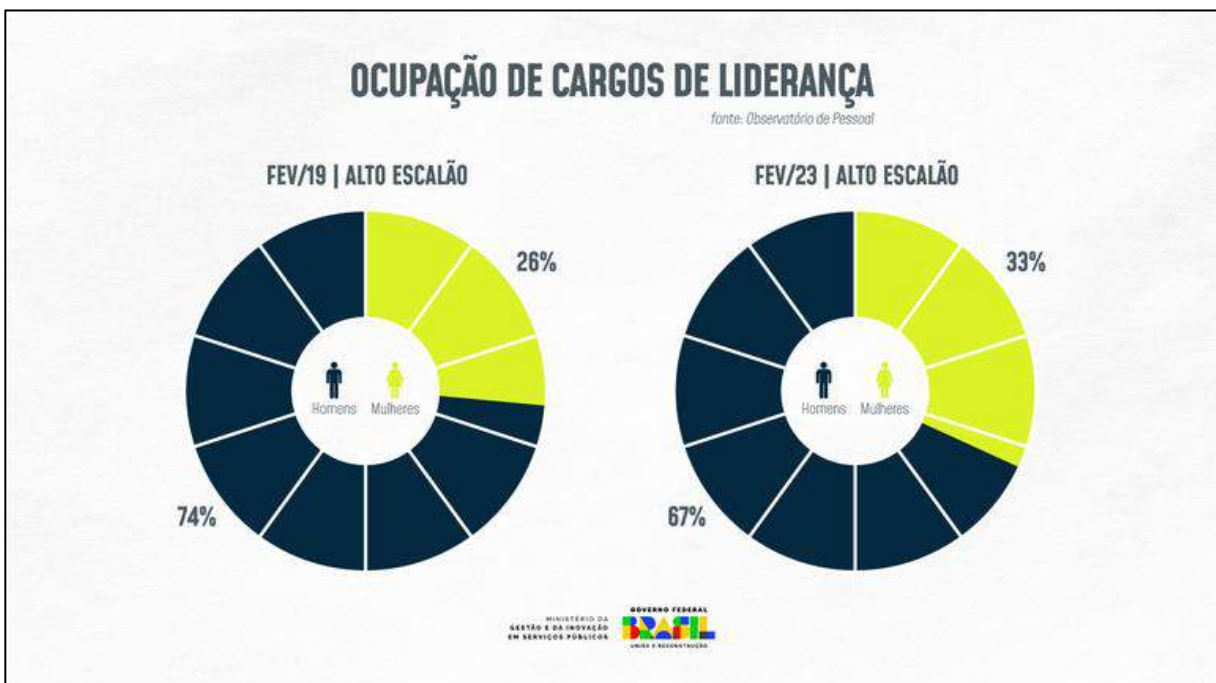
Mesmo com esses dados que destacam o crescimento das mulheres empreendedoras, é importante reconhecer que existem desafios que as mulheres enfrentam ao equilibrar suas responsabilidades profissionais com suas obrigações familiares e domésticas. Pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), (2023) reforçam essa realidade:

A divisão das tarefas domésticas permanece desigual mesmo entre os trabalhadores: em média, as mulheres ocupadas dedicaram 6,8 horas a mais do que os homens ocupados aos afazeres domésticos e/ou cuidado de pessoas em 2022 (IBGE, 2023).

Ainda existe a percepção de que as mulheres têm mais responsabilidades com suas famílias e lares, levando algumas organizações a preferirem nomear homens para cargos de liderança. Essa escolha muitas vezes é justificada pelo receio de possíveis 'interrupções' nos horários de trabalho das mulheres devido às suas responsabilidades familiares. Por outro lado, presume-se que os homens possam se dedicar a uma carga horária mais extensa e flexível a empresa.

Segundo pesquisa e levantamento realizado pelo Observatório de Pessoal do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (2023), no que se refere ao serviço público, apenas 26% dos cargos de direção eram ocupados por mulheres até fevereiro de 2019. Após organização realizada pelo Governo Federal entre os anos de 2019 e 2023, em fevereiro de 2023 o número subiu para 33%, como demonstra a figura abaixo:

FIGURA 1 – OCUPAÇÃO DE CARGOS DE LIDERANÇA



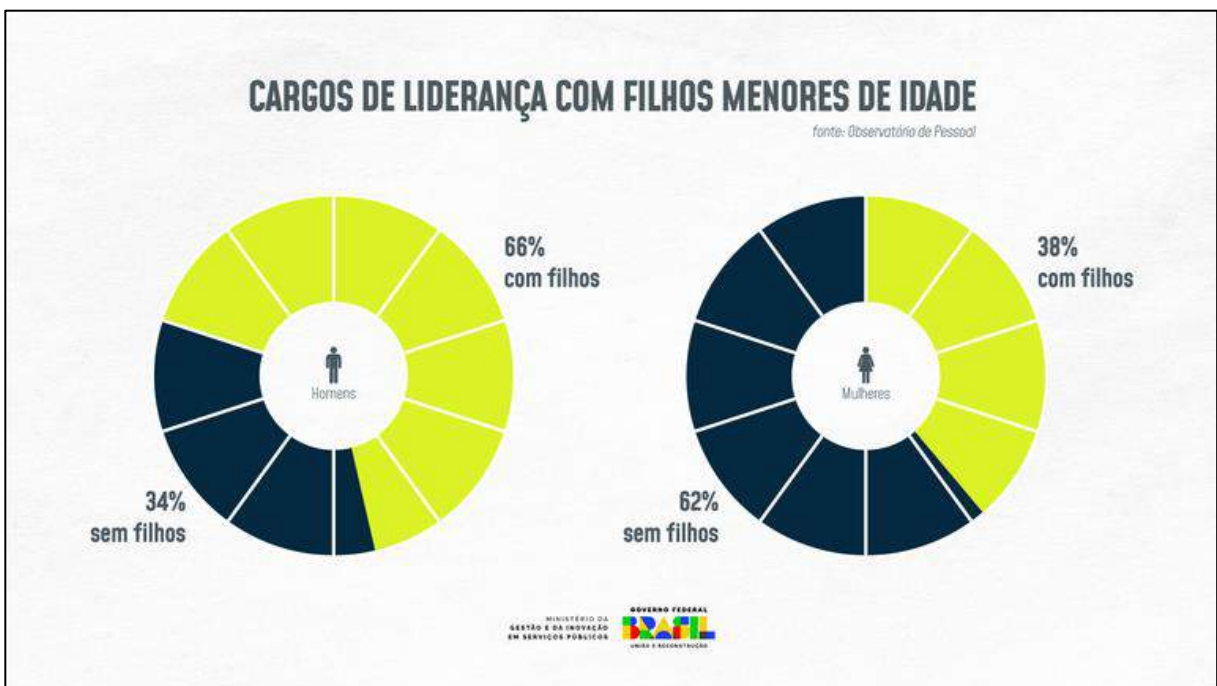
Fonte: observatório de Pessoal do Ministério da Gestão (2023)

Apesar do crescimento ocorrido até o início do ano atual, o número de mulheres em cargos superiores ainda é muito baixo. Esses dados destacam os desafios

significativos que as mulheres enfrentam ao tentar ingressar no mercado de trabalho e buscar oportunidades de empreendedorismo, bem como cargos de liderança. Isso reflete a persistente falta de inclusão de mulheres nas estruturas empresariais e pode ser considerado um tipo de preconceito de gênero profundamente enraizado em muitas organizações.

Outro obstáculo para a conquista feminina a cargos de liderança e direção dentro das organizações, tanto públicas quanto privadas, é para as mulheres mães. Ainda mais complicado, para aquelas que possuem filhos menores de idade, como evidencia a figura abaixo:

FIGURA 2 – CARGOS DE LIDERANÇA COM FILHOS MENORES DE IDADE



Fonte: observatório de Pessoal do Ministério da Gestão (2023)

A pesquisa também realizada pelo Ministério da Gestão (2023), cujos gráficos estão presentes acima, mostrou que os homens que têm filhos ocupam 66% dos cargos de liderança, enquanto apenas 38% das mulheres que possuem filhos tem a mesma oportunidade.

É importante ressaltar que as mulheres continuam a lutar contra esses estereótipos e obstáculos, demonstrando repetidamente sua capacidade e competência em diversos setores. A inclusão e a promoção da diversidade de gênero

nas empresas não apenas são essenciais para a equidade, mas também contribuem para a inovação, a criatividade e o sucesso empresarial.

4.2 EMPREENDEDORISMO SEX SHOP ATUAL

A ABEME (Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico e Sensual) que publicava dados voltados ao mercado erótico foi desativada, porém em contrapartida o SEBRAE (2023) agora usa informações do portal Mercado Erótico, o qual informa que “No período de lockdown, a plataforma de e-commerce Loja Integrada registrou um aumento de 421% na criação de sex shop Virtual. Nesse sentido, a tendência mostra que a atuação no ambiente digital é próspera, mas competitiva”.

Além disso, há dados colhidos pela Allied Market Research (2023), “O segmento já movimenta mais de US\$ 70 bilhões por ano ao redor do globo – e a expectativa é que alcance os US\$ 108 bilhões até 2027”. Com todas essas informações, percebe-se o quanto o mercado erótico cresce e tem previsão para crescer ainda mais, o que é algo considerável para quem tem a pretensão de entrar nesse nicho, e explorar o mercado como empreendedor.

O mercado de sex shop é um tabu para muitas pessoas, mas atualmente esse mercado está com grande aumento de procura e o ramo está em expansão. Em 2020 com a pandemia do vírus COVID-19, o mercado de sex shop teve um grande crescimento, devido ao isolamento e distanciamento social para proteção ao contágio do vírus, levou ao afastamento presencialmente de todos, isso acabou dividindo o povo e trazendo uma realidade totalmente diferente do que eram acostumados.

O próprio SEBRAE que utiliza o portal Mercado Erótico como fonte, nos traz a seguinte informação, “76% afirmam que venderam cerca de 10% a mais durante a pandemia (2020-2021)”. Esse crescimento inesperado nas vendas pode ser atribuído em grande parte ao isolamento social necessário para conter a propagação da epidemia. Com as restrições de movimento e a necessidade de evitar contatos sociais, as pessoas se viram confinadas em seus lares, muitas vezes com seus parceiros.

O confinamento prolongado levou muitos casais a enfrentarem uma nova dinâmica em seus relacionamentos. A rotina que antes era interrompida por atividades sociais e profissionais fora de casa começou a se estabelecer de forma mais intensa, levando à busca por maneiras de quebrar a monotonia. Foi nesse contexto que os produtos de sex shop ganharam destaque.

Casais, que anteriormente poderiam não ter considerado esses produtos como parte de sua vida íntima, começaram a explorá-los como uma forma de apimentar seu relacionamento e trazer novidades para o quarto. A privacidade de estar em casa permitiu que muitos casais se sentissem mais à vontade para experimentar novas experiências e produtos, proporcionando uma oportunidade de diversificação de produtos e aumento das vendas para empresas do setor de sex shop.

Para os solteiros, a aquisição de produtos de sex shop e brinquedos sexuais tornou-se uma alternativa essencial para enfrentar os desafios do distanciamento social e evitar o risco de contágio pelo COVID-19. À medida que as restrições de movimento e a necessidade de evitar interações sociais diretas se tornaram a nova norma, muitos indivíduos encontraram no mercado erótico uma saída para satisfazer suas necessidades e desejos íntimos.

O mercado erótico desempenhou um papel crucial ao oferecer soluções inovadoras que permitiram às pessoas explorarem e expressar sua sexualidade de forma segura e responsável. Com a impossibilidade de interações físicas, a busca por formas alternativas de prazer e intimidade se intensificou, e o mercado de produtos de sex shop respondeu prontamente a essa demanda crescente.

Os instrumentos sexuais, particularmente, ganharam destaque como ferramentas para a exploração individual do prazer. Eles ofereceram uma maneira segura e higiênica de satisfazer as necessidades sexuais sem a necessidade de contato físico com outras pessoas. A ampla variedade de produtos disponíveis, desde vibradores e estimuladores de diferentes tipos, permitiu que os consumidores escolhessem itens que se adequassem às suas preferências individuais.

Quando falamos sobre venda de produtos de sex shop e lingerie, Érica Rambalde, formada como educadora Sexual, comenta em um Workshop:

“É no momento da venda dos produtos que conseguimos entrar na intimidade do nosso cliente e ajudá-lo a ter uma vida sexual mais saudável e prazerosa. Venda de sex shop não é apenas uma venda, é uma conversa, é um conselho.” (ERICA RAMBALDE, 2021)

As empresas que entram no mercado de venda de produtos eróticos devem estar cientes da falta de conhecimento que muitas pessoas têm sobre sua própria sexualidade. Segundo a BBC News, a PubMed sob direção do David A Frederick realizou um estudo "onde com mais de 50 mil pessoas, 95% dos homens

heterossexuais disseram que geralmente ou sempre têm orgasmo em uma relação sexual, enquanto apenas 65% das mulheres heterossexuais disseram isso”. É um fato que muitas pessoas não compreendem completamente como alcançar o orgasmo, e algumas nem chegaram perto de experimentá-lo. Por isso, ao vender esses produtos, é essencial que as empresas estejam preparadas para lidar com dúvidas e preocupações dos clientes.

Muitos clientes podem ter dúvidas sobre como usar os produtos, se eles estarão confortáveis, se estão dispostos a experimentar algo novo ou se preferem algo mais simples. É crucial que os vendedores sejam compreensivos e pacientes ao responder a essas perguntas, especialmente quando se trata de clientes que não têm conhecimento prévio na área. A maneira como os vendedores agem pode ter um grande impacto na experiência dos clientes, que podem se sentir constrangidos ao discutir assuntos tão íntimos.

No entanto, é importante destacar que a indústria erótica cresceu significativamente no quesito de empoderar as mulheres e normalizar a exploração do prazer sexual feminino. Muitas mulheres costumavam ter receio de frequentar lojas ou adquirir produtos sexuais devido ao medo do julgamento social ou do estigma associado a essas escolhas. No entanto, à medida que a sociedade evolui e se torna mais inclusiva e aceitante, as mulheres estão se sentindo mais à vontade para buscar seu prazer e experimentar novas formas de intimidade, sem medo de serem julgadas. Em um estudo feito pela PubMed sob a direção de Debora Herbenick, diz que “mulheres que usam vibradores têm mais orgasmos”.

Bruna Leal, especialista no assunto, empreendedora e fundadora de uma marca de “brinquedos sexuais”, comenta em uma entrevista, a respeito do preconceito social contra aqueles que consomem no comércio erótico:

“A experiência de comprar em um sex shop sempre me pareceu algo clandestino. E a questão que mais me afeta é por quê? Já chegamos tão longe e conquistamos tantas coisas, não precisamos mais ir em uma rua escura ou em balcões escondidos atrás de uma loja discreta para comprar produtos eróticos. O prazer feminino precisa ser pluralizado.” (LEAL, Bruna. 2022)

4.3 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é o processo de empreender, é conseguir identificar no mercado novas oportunidades, sejam elas ideias inovadoras de produtos, novos

negócios ou diferentes projetos. Empreender também é assumir riscos, pois quando se inicia algo ou reinventa, é assumido o risco de transformar aquilo em realidade, mesmo sabendo que é uma tentativa, não tem como se ter certeza de que dará certo. Geralmente, são feitos muitos estudos antes de começar a empreender, isso reduz as chances de ter surpresas pelo caminho, mas não as anula.

Segundo Marcelo Marinho Aidar (2007, p.14) “Outro ponto em comum que caracteriza o empreendedor em qualquer época é sua capacidade de identificar 'brechas' e perceber oportunidades onde a maioria das pessoas enxerga apenas problemas.”

Isso nos faz pensar sobre o início do empreendedorismo, que aconteceu na idade antiga onde empreendedorismo ainda não era denominado assim, havia mercadores que viajavam para atender às crescentes demandas dos clientes da época e tudo isso continuou ao longo do tempo, se desenvolvendo, tendo novos estudos, novos métodos de empreender, mas a essência permanece a mesma. A história do empreendedorismo é algo que traz em todos os momentos, inovação, comprometimento e coragem para mudanças, ajustando e moldando o modo como vivemos e trabalhamos hoje.

Como apontado em vários canais, sendo um deles o SEBRAE, conseguimos ressaltar alguns aspectos e características importantes para se destacar no empreendedorismo, são eles:

1- Identificação de oportunidades: empreendedores conseguem identificar necessidades de mercado.

2- Inovação: a inovação no empreendedorismo é fundamental pois abrange novos modelos de negócios, produtos, serviços, processos, entregando novas propostas de valor aos clientes.

3- Risco e recompensa: os empreendedores estão interessados em investir tempo, dinheiro, recursos, com os riscos calculados para ter recompensas, sejam elas financeiras, pessoais ou sociais.

4- Visão e planejamento: ter um plano estratégico bem estruturado maximiza a visão do empreendedor para conseguir seguir os seus objetivos de forma mais eficiente.

5- Capacidade de execução: a habilidade de transformar ideias em realidade requer comprometimento e tomada de decisões assertivas.

6- Adaptação: o empreendedor precisa se adaptar a diferentes situações, estar sempre atento às mudanças de mercado e a satisfação dos clientes.

7- Persistência: não é fácil empreender, é um caminho difícil de trabalho árduo, requer muita persistência e paciência para superar os desafios.

Há vários modos de empreender, alguns já citados anteriormente, mas também há o empreendedor que detém o conhecimento, mas não consegue os meios financeiros para a execução, nesse caso existem os investidores anjo, segundo o SEBRAE:

O investidor-anjo é um profissional com uma certa bagagem de mercado, normalmente empresário, executivo ou profissional liberal, que entra na empresa para agregar valor, compartilhando seus conhecimentos, experiência e rede de relacionamentos além de recursos financeiros (SEBRAE, 2021).

Também há diversas motivações para empreender e nem sempre é o fato de encontrar uma lacuna no mercado, as vezes é a necessidade de trabalhar. O desemprego traz como opção empreender, mas o nicho que empreendem nem sempre é uma ideia nova, mas sim, uma adaptação de outras ideias. Dessa forma as pessoas buscam manter seu sustento e arcar com as despesas do dia a dia.

4.4 PLANO DE NEGÓCIO

Quando surge o interesse em iniciar um novo negócio, surgem também muitas dúvidas e incertezas, desde como começar até quais objetivos querem se alcançar. E para que tais questionamentos sejam solucionados, devem ser colocados à vista em um documento nomeado Plano de Negócios.

Segundo Dornelas (2013, p.95):

O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa [...]. Em primeiro lugar, uma empresa deverá lucrar mais, na média, se dispuser de um planejamento adequado. (DORNELAS, José. Empreendedorismo. 5ª edição, 2013. p.95).

Uma ferramenta de uso primário, primordial para a abertura de todo e qualquer empreendimento, que se compõe por várias questões a serem definidas, conforme objetivos e modelo/ramo do negócio. Como publicado pelo SEBRAE (2019):

À primeira vista, o plano de negócios pode parecer burocrático e cheio de detalhes. Mas depois de finalizado ele é capaz de materializar as suas ideias e mostrar um panorama geral do negócio que você deseja abrir. E é por isso que ele é tão importante. (SEBRAE, 2019).

O principal objetivo do plano de negócios, é a elaboração de todo o cenário da empresa, ainda sem que ela esteja funcionando, dando a oportunidade ao empreendedor de experimentar vários pontos até que se chegue no mais adequado ao seu negócio, tornando possível o grande sucesso, evitando erros futuros e diminuindo riscos (SEBRAE, 2022).

Os fatores fundamentais para a elaboração de um plano de negócios eficiente e positivo, são, análise de mercado; pesquisas relacionadas e clientes e público-alvo; estrutura organizacional, considerando tudo que é necessário para o funcionamento da organização; os profissionais que darão seguimento aos processos; fatores financeiros; análise de riscos e ferramentas como Análise SWOT e Estrutura Canvas.

4.5 INÍCIO DO MERCADO DE SEX SHOP NO MUNDO

O mercado erótico mundial, iniciou por volta de 1945 após o fim da Segunda Guerra Mundial, na Alemanha, por Beate Uhse, a partir de um empreendimento de comercialização de "tabelinhas" junto a um guia, para o público feminino, que era utilizado para controlar seu período menstrual e de fertilidade. Por conta do pós-guerra, era comum que os maridos, ao retornarem às suas casas, quisessem "matar" a saudade de suas esposas, e por desinformação e despreocupação acabavam engravidando-as, o que nessa época e momento era uma preocupação entre as mulheres. Disse BEATE UHSE (1998): "Independentemente do aspecto sexual, é importante que ambos os parceiros tenham os mesmos interesses e desejos. Caso contrário, a sexualidade também "morreu" em algum momento."

Essas "tabelinhas" e guias de informações nomeadas posteriormente por Schrif X, eram vendidas pelo sistema de correios, e por volta de 1947 já haviam sido vendidas cerca de 32 mil cópias, transformando o negócio que de início era domiciliar, em um domínio do novo mercado.

Em 1951, deu abertura às vendas de preservativos e livros sobre "higiene conjugal", termo utilizado na época para se referir a sexualidade dentro dos casamentos.

Depois de muitos processos envolvendo "moral e bons costumes", em 1970 quando as leis se tornaram mais flexíveis na Alemanha, com mais de 200 funcionários, a empresa de Beate Uhse, deixou a nomenclatura "higiene conjugal" e passou a se concentrar no prazer sexual. Nesse período já não eram apenas vendidos os guias e preservativos, foram incluídos ao catálogo de produtos pomadas, brinquedos sexuais, lingerie e excitantes. Nos anos de 1975, com a permissão e legalização da pornografia no país, Uhse também inaugurou a comercialização de filmes adultos em formato de videocassete.

Quando já se dava o fim de sua vida, Beate Uhse recebeu em 1989, a "Cruz Federal de Honra ao Mérito da Alemanha", e após foi convidada a assinar o "Livro de Ouro de Flensburg", por seu pioneirismo no empreendimento do sex shop, um mercado novo.

Por influência e visível crescimento do mercado erótico, vários países, até os considerados conservadores, como China e Rússia, e outros como Estados Unidos e França deram liberação e autorização para a comercialização dos produtos.

É notável que a importância e necessidade de ser ter um mercado que tem como objetivo controlar, informar, e satisfazer questões relacionadas às mulheres, sua saúde e seu prazer sexual, vem desde os primórdios, porém somente a mais de seis décadas foi iniciada a jornada, com grande impacto em um mercado que vem crescendo cada vez mais ao longo do tempo.

4.6 MERCADO DE SEX SHOP NO BRASIL

O sex shop brasileiro, deu início na década de 70, com a pioneira *Complement* que dominava o ramo, e chegou a possuir mais de vinte lojas localizadas em diversas regiões do país. Desde então, outros empreendedores aderiram a ideia, e investiram também na abertura de mais lojas de artigos eróticos, confiando no crescimento do mercado, e proporcionando aos consumidores prazer e satisfação.

Pela grande fama e alcance do público que o mercado erótico adquiriu em todo seu tempo de atuação e existência, no momento presente possui-se muitos sex shops espalhados pelo Brasil.

A pandemia do vírus Covid 19 "infecção respiratória aguda, transmissível e potencialmente grave" (MS, 2020), que atacou com força no Brasil no início de 2020, fez com que a maior parte da população, tanto do Brasil quanto do restante do mundo, obrigatoriamente cumprisse isolamento em suas casas. Esse isolamento despertou

nas mulheres e casais a necessidade de incluir algo em suas vidas que fizessem sair da rotina, ou não se deixassem cair nela.

Um dos métodos adotados para tal problema que surgiu repentinamente, foi a procura de produtos e instrumentos sexuais para aqueles que não faziam seu uso ainda. Com essa procura exacerbada por prazer e novas experiências fez com que o mercado erótico e sexual alavancasse seus números chegando em um valor estimado em dois bilhões em vendas em 2020.

“Em 2020, o valor estimado de vendas neste mercado foi de R\$ 2 bilhões no Brasil, segundo levantamento da ABEME (Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual)”. (ABEME, 2023).

Por tamanha demanda, conseqüentemente os pontos de venda, vendedores e fornecedores aumentaram consideravelmente.

[...] A estimativa é que existam 100 fornecedores, entre indústrias nacionais, importadores e distribuidores, além de 9 mil pontos de vendas e 50 mil vendedores porta a porta. A pesquisa foi realizada em fevereiro de 2021 e ouviu 135 empresários, de diversos tipos de negócios no mercado erótico. [...] Ainda, uma pesquisa da Loja Integrada (LI), plataforma para criação de lojas virtuais, apontou aumento de 146,53% em 2021 na demanda de clientes das sex shops registrados no sistema da plataforma, na comparação com o ano imediatamente anterior. (MERCADO ERÓTICO TRIPLICA EM NÚMERO DE EMPREENDEDORES NA PANDEMIA, GRATÃO, 2021)

5 MODELO DE NEGÓCIO

5.1 ANÁLISE SWOT

A Análise SWOT é feita para ajudar os empreendedores nas tomadas de decisões de forma muito mais assertiva. Segundo o SEBRAE (2023) “A ferramenta Análise SWOT é uma matriz que identifica as forças (strengths), fraquezas (weaknesses), oportunidades (opportunities) e ameaças (threats) de um negócio”.

Especificando cada item citado anteriormente, forças (Strengths) representam aspectos internos positivos que a empresa possui, como recursos, competências ou vantagens competitivas. Fraquezas (Weaknesses) aspectos internos negativos que podem prejudicar a empresa, como deficiências em recursos, processos ou habilidades. Oportunidades (Opportunities) fatores externos positivos que a empresa pode aproveitar para seu benefício, como tendências de mercado, mudanças regulatórias ou lacunas na concorrência. Ameaças (Threats) fatores externos

negativos que podem representar desafios para a empresa, como concorrência intensa, mudanças na economia ou avanços tecnológicos dos concorrentes.

Essa análise crítica mostra o que pode estar impedindo o crescimento e o faturamento da empresa, sejam eles problemas internos ou externos.

Há problemas que a empresa pode enfrentar, devido a falta da análise ignorando ameaças potenciais, onde deixa a empresa vulnerável a eventos adversos, como mudanças no mercado ou ações da concorrência.

Sendo assim a Cherry Glow, também tem a sua própria análise SWOT, vide a figura abaixo:

FIGURA 3 – ANÁLISE SWOT



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

5.2 BUSINESS MODEL CANVAS

O Canvas é uma ferramenta usada por empresas para ajudar na visualização do modelo de negócio de forma mais clara e objetiva. Existem alguns modelos de desenvolvimento do Canvas, mas nesse documento o mais importante é conseguir visualizar o público-alvo, a proposta de valor que será oferecida aos clientes, canais de venda, fontes de receita, recursos que irá utilizar, atividades do negócio, estrutura de custos, parceiros chaves e viabilidade financeira. Com isso, consegue detalhar e

visualizar o modelo de negócio como um todo de forma rápida e estratégica. (SEBRAE, 2021)

Esse modelo foi criado por Alex Osterwalder e Yves Pigneur no livro “Business Model Generation” (2013) e ao longo dos anos foi sendo utilizado nos mais diversos tipos de negócios. No artigo “Aplicação do Modelo Canvas para o Modelo de Negócios do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal” os autores contam parte da história da necessidade de criação do Canvas, que envolve falta de clareza nos planos de negócios por conterem muitas informações. Então os autores citam, “Na tentativa de construir um mapeamento de modelo de negócios, chamado de Canvas, Osterwalder e Pigneur (2013) utilizaram conceitos de Design Thinking.”. Esse modelo é composto por nove blocos, citados anteriormente, que nos ajudam a ter clareza na ideia de negócio. Abaixo, o modelo de Business Model Canvas (2013):

FIGURA 4 – MODELO DE BUSINESS MODEL CANVAS



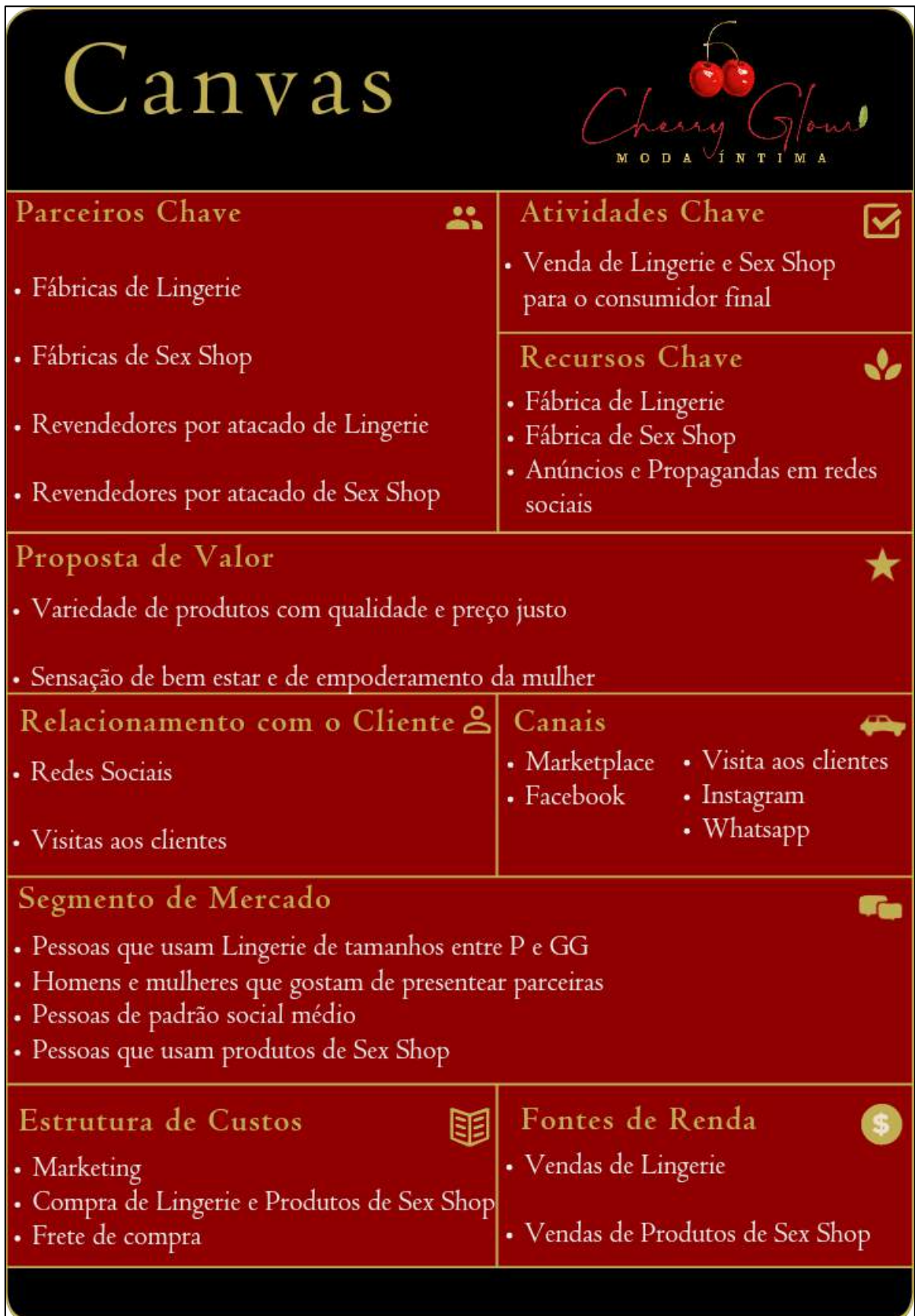
Fonte: (Business Model Canvas, p.44, 2013)

Preenchendo o modelo, é possível visualizar e discutir com as partes interessadas sobre o negócio e sua viabilidade de forma dinâmica e precisa.

O Canvas também pode ter outras funções, como por exemplo inovação ou criação de um novo produto, passar por um momento de crise na empresa, entre outros.

Existe o SEBRAE Canvas, é um modelo muito utilizado por micro e pequenos empreendedores, pois permite fazer todo o preenchimento de forma online e visual. O SEBRAE é um Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que disponibiliza ferramentas e informações para esses pequenos negócios. No site do SEBRAE, consta que mais de 2 milhões de empreendedores utilizam o SEBRAE Canvas. O número é alto e o site é fácil de entender, por conta disso o SEBRAE virou referência com o documento "SEBRAE Canvas". Abaixo, a estruturação completa do Canvas da empresa Cherry Glow:

FIGURA 5 – BUSINESS MODEL CANVAS DA CHERRY GLOW



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

6 PLANO DE PESQUISA

6.1 METODOLOGIA DA PESQUISA

Segundo GIL (2008, p. 26) “O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. A realização de pesquisas acerca de determinado tema, traz resultados positivos quanto à obtenção e exploração de novos conhecimentos no âmbito social (GIL, 2008).

Para a construção do presente trabalho, e o desempenho da pesquisa realizada, foi utilizada a *pesquisa exploratória*, que tem como finalidade segundo GIL (2008, p.27):

(...) desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias (...), desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Esse tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (GIL, 2008, p.27).

Buscando a efetividade, clareza e conhecimento, a pesquisa exploratória foi expressamente ideal para a obtenção dos dados esperados. Visto que o tema do trabalho em questão não possui grande quantidade de levantamentos, indagações e/ou análises anteriores, a pesquisa proporcionou o entendimento das opiniões do público entrevistado.

Para garantir ainda mais a qualidade e propriedade dos dados e retornos, utilizou-se também a *pesquisa descritiva*, que segundo GIL (2008):

As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. (GIL, 2008, p.28).

A pesquisa descritiva, proporcionou a identificação das características do nosso público-alvo e entender melhor a relação do mesmo com o empreendedorismo e com a compra de produtos de sex shop.

Para que toda a pesquisa seja executada baseando-se em fatos, estudos e pesquisas existentes, transformando o trabalho e o negócio em questão algo possível, verídico e estudado, foi utilizada como *pesquisa bibliográfica*, livros, sites, artigos, revistas e entrevistas. Segundo GIL (2008):

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material á elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. (...) A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permiti ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (GIL, 2008, p.50)

Para que os dados coletados, se transformassem em informações úteis e verdadeiras quanto a viabilidade do negócio, foi utilizada a *pesquisa quantitativa* elaborada através de um formulário contendo dez questionamentos sobre o tema, desenvolvido pelas autoras do trabalho. Segundo SEBRAE:

A pesquisa quantitativa é um método de pesquisa que trabalha com indicadores numéricos e segue critérios estatísticos. (...) é apropriada para medir opiniões, atitudes e preferências, estimar o potencial ou volume de vendas de um negócio e para medir o tamanho e a importância de segmentos de mercado (SEBRAE, 2013).

Ainda sobre os métodos de pesquisa, utilizou-se também a *pesquisa qualitativa*, que segundo SEBRAE (2013) “usado para conhecer a percepção dos entrevistados sem quantificá-los. (...) visa identificar percepções sobre produtos, serviços e empresas, a fim de apontar comportamentos e tendências.”

Para acesso aos dados, foi disposto da *amostra por acessibilidade*, disponibilizando os formulários da pesquisa para o público que apresenta maior convergência, e que participam do público-alvo definido.

6.2 DESCRIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Buscando inclusão e empoderamento, junto à atenção às necessidades, opções, e sentimento das mulheres, o público-alvo definido para o presente trabalho foi o público feminino.

A escolha foi realizada, baseando-se na baixa existência de pesquisas e estudos com objetivos de alcançar resultados acerca do prazer, interesses e vontades das mulheres. Além de que, definindo-se o público feminino como público-alvo do plano de negócio em questão e elaborar uma empresa comandada por uma equipe feminina com objetivos de atender a necessidade do mesmo público, permite que os resultados sejam alcançados com maior precisão e eficiência.

O negócio, mesmo que voltado às mulheres, também adiciona e alcança todos os outros públicos, ou seja, por se tratar de um empreendimento de comercialização de produtos de sex shop a satisfação dos desejos femininos envolve também o público

masculino pelo fato de que em muitas das vezes se tratando de um relacionamento afetivo, um proporciona o prazer ao outro, se tornando útil ter acesso às informações relevantes.

6.3 LOCAL DA PESQUISA

Com o propósito de alcançar os públicos-alvo desta pesquisa, as autoras disponibilizaram o formulário por meio de suas próprias contas no Instagram e WhatsApp, abrangendo os mais variados públicos para uma pesquisa mais eficaz.

Ao utilizar as plataformas populares citadas, as autoras buscaram assegurar a participação e representatividade de diferentes grupos, promovendo assim a obtenção de dados mais abrangentes e representativos para a análise proposta.

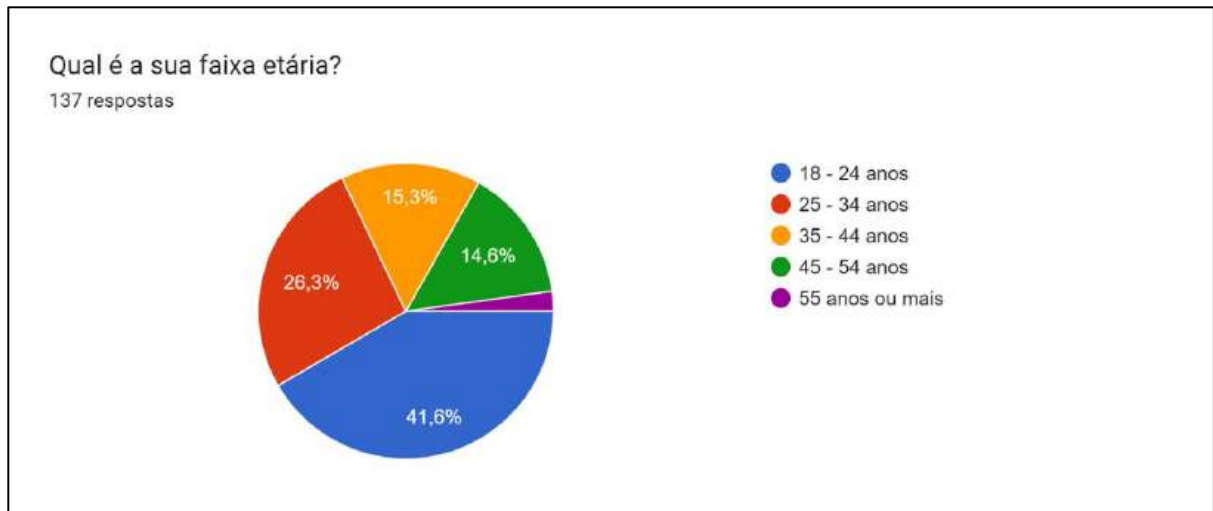
6.4 RECURSOS NECESSÁRIOS PARA PESQUISA

O formulário de pesquisa foi criado utilizando o “Google Forms” e para a análise das respostas obtidas foi utilizado o “Microsoft Word”.

6.5 RESULTADO DA PESQUISA

A pesquisa realizada obteve 137 respostas de 150 disparos diretos, todas direcionadas para o público de maior idade, ou seja, com 18 anos ou mais. As perguntas foram respondidas integralmente por pessoas residentes em Curitiba/PR, pelo fato de que o negócio elaborado no presente trabalho tem como objetivo sediar na capital paranaense. O gráfico abaixo, mostra as respectivas porcentagens referente às idades das pessoas entrevistadas, sendo a maior do público jovem, entre 18 e 24 anos de idade, atingindo 41,6% do total das respostas para essa pergunta:

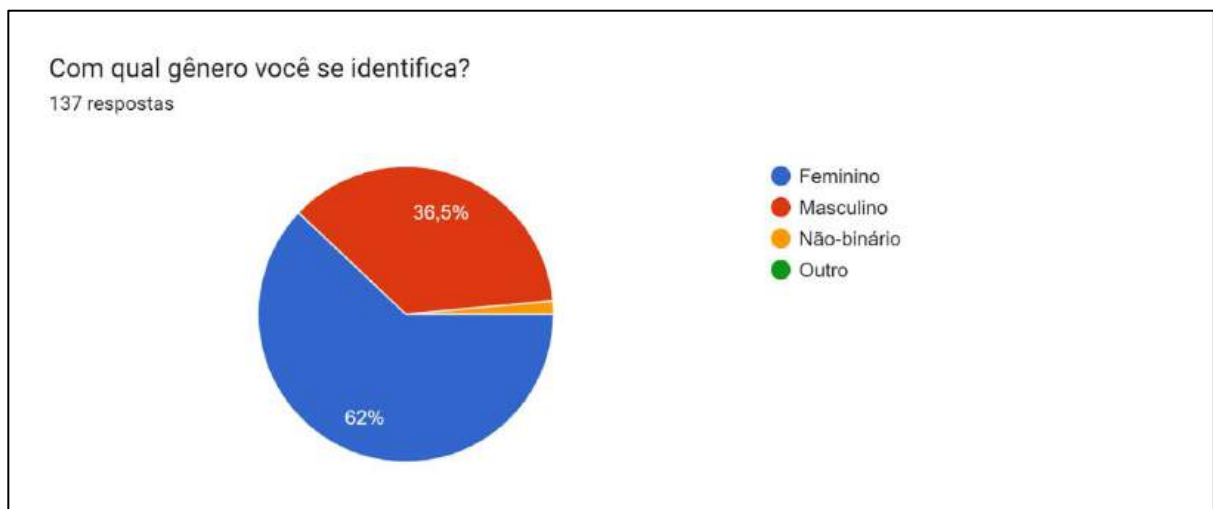
GRÁFICO 1 – QUAL É A SUA FAIXA ETÁRIA?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

As primeiras perguntas contidas no questionário, foram relacionadas a faixa etária, como mostra o primeiro parágrafo. Em seguida, o gênero (feminino, masculino, não-binário e outro) em que o inquirido se identifica, a qual obtivemos 85 respostas do público feminino, 50 respostas do público masculino e 2 respostas do público não-binário, como mostra o gráfico abaixo:

GRÁFICO 2 – COM QUAL GÊNERO VOCÊ SE IDENTIFICA?

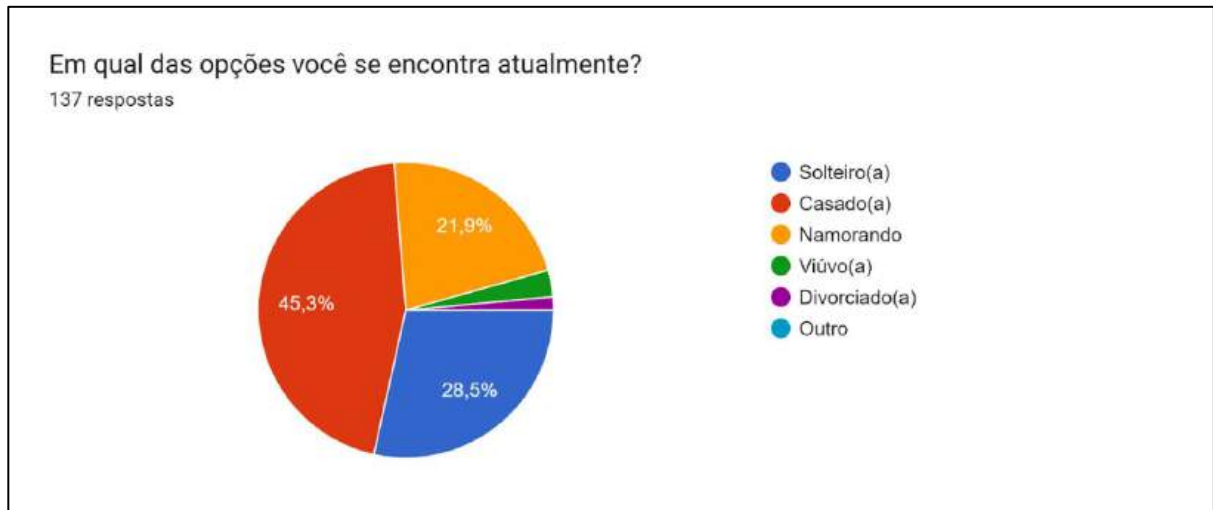


Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

Com o intuito de identificar parte dos objetivos pelos quais as pessoas se interessam pelo consumo de produtos de sex shop e lingerie, foi questionado a

respeito do estado civil, ou situação atual relacionado a um parceiro(a). Para essa pergunta, a resposta com maior percentual foi dos entrevistados que atualmente se encontram casados, com 62 respostas, sendo 45,3% da pergunta, como demonstra o gráfico abaixo:

GRÁFICO 3 – EM QUAL DAS OPÇÕES VOCÊ SE ENCONTRA ATUALMENTE?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

Visando compreender o giro no mercado de venda de lingerie e produtos de sex shop, formulou-se a pergunta relacionada a frequência de compra do entrevistado. A maior porcentagem, o equivalente a 32,1% das respostas foram para “Nunca comprei produtos de sex shop”, e na sequência, com porcentagem muito próxima, 31,4% dos respondentes selecionaram a resposta “raramente”. Enquanto somente 8% das pessoas compram frequentemente. O gráfico abaixo, ilustra os dados:

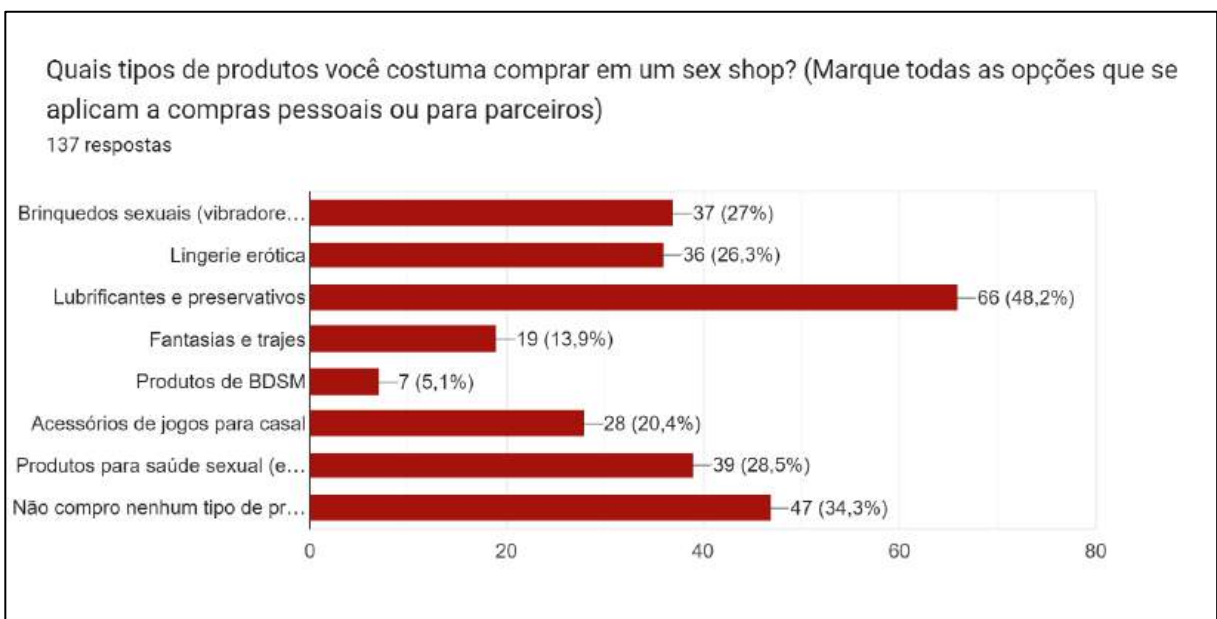
GRÁFICO 4 – COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ COMPRA PRODUTOS ERÓTICOS (LINGERIE OU PRODUTOS DE SEX SHOP)?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

Em seguida, enfatizando aqueles que costumam consumir os produtos eróticos, questionou-se quais os tipos de produtos de sex shop consomem. O gráfico abaixo mostra os resultados:

GRÁFICO 5 – QUAIS TIPOS DE PRODUTOS VOCÊ COSTUMA COMPRAR EM UM SEX SHOP?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

A liderança já era esperada, com 48,2%, “lubrificantes e preservativos” foram os mais selecionados entre as respostas, possivelmente por se tratar de itens comumente usados, para além de diminuir as probabilidades de gravidez não desejada, também evitar o contágio de ISTs (Infecções Sexualmente Transmissíveis), mesmo existindo dados que apontam que grande parcela da população brasileira não utiliza preservativos durante as relações sexuais, de acordo com a Pesquisa Nacional da Saúde (PNS), apenas 22,8% das pessoas com maioridade utilizam preservativos em todas as relações (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2023). E na sequência, “*Produtos para saúde sexual (estimulantes, cremes, etc.)*” resultou em 28,5% das respostas, logo após “*brinquedos sexuais*” com 27%, isso mostra que a diante do maior consumo de itens que podem ser denominados “necessários”, ou seja, os preservativos e estimulantes, vem o uso dos adereços estimuladores de prazer.

A próxima pergunta enfatizada, teve como objetivo, coletar informações a respeito da influência na decisão de compra dos inquiridos, na qual, a “*qualidade dos produtos*” liderou com 27% das respostas. A qualidade nos produtos, capacidade de proporcionar prazer e a entrega daquilo que o produto promete, realmente tem grande importância para aqueles que consomem. O gráfico a seguir, demonstra os resultados obtidos:

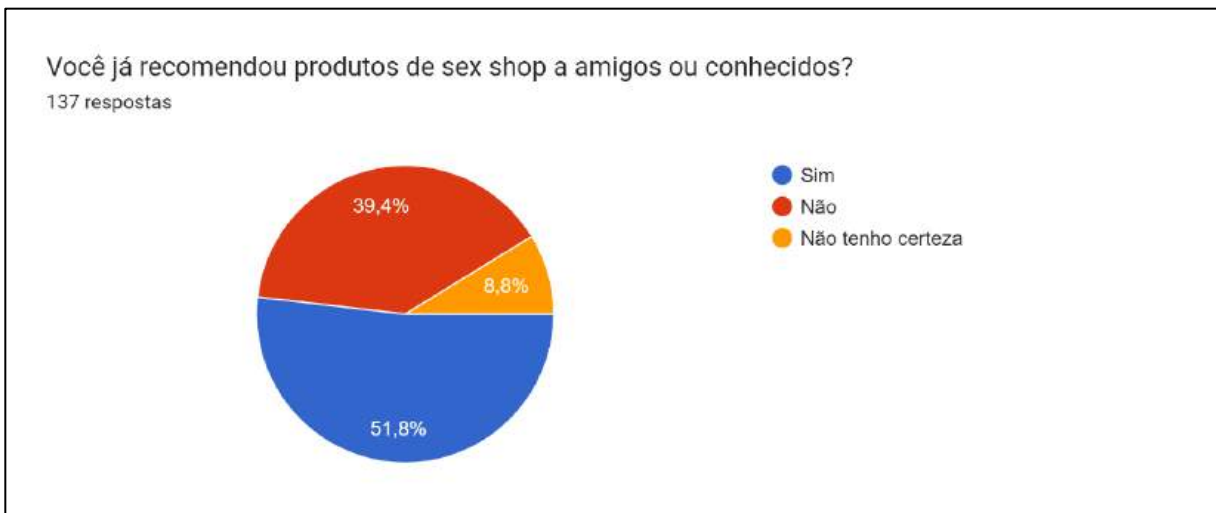
GRÁFICO 6 – O QUE MAIS INFLUENCIA SUA DECISÃO DE COMPRA EM UM SEX SHOP?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

Para obter retorno a respeito de prospecção entre consumidores, formulou-se a pergunta “ *você já recomendou produtos de sex shop a amigos ou conhecidos?*”, e o maior número de respostas foi “*não*”. Se tratando de um tema ainda visto com um certo preconceito, e/ou conciliado com discrição e sigilo, muitas pessoas que já fazem o uso não costumam comentar sobre o assunto, e aqueles que ainda não consomem, muitas das vezes tem vergonha de perguntar ou demonstrar interesse entre amigos e conhecidos, com o receio do julgamento. O gráfico abaixo apresenta os resultados:

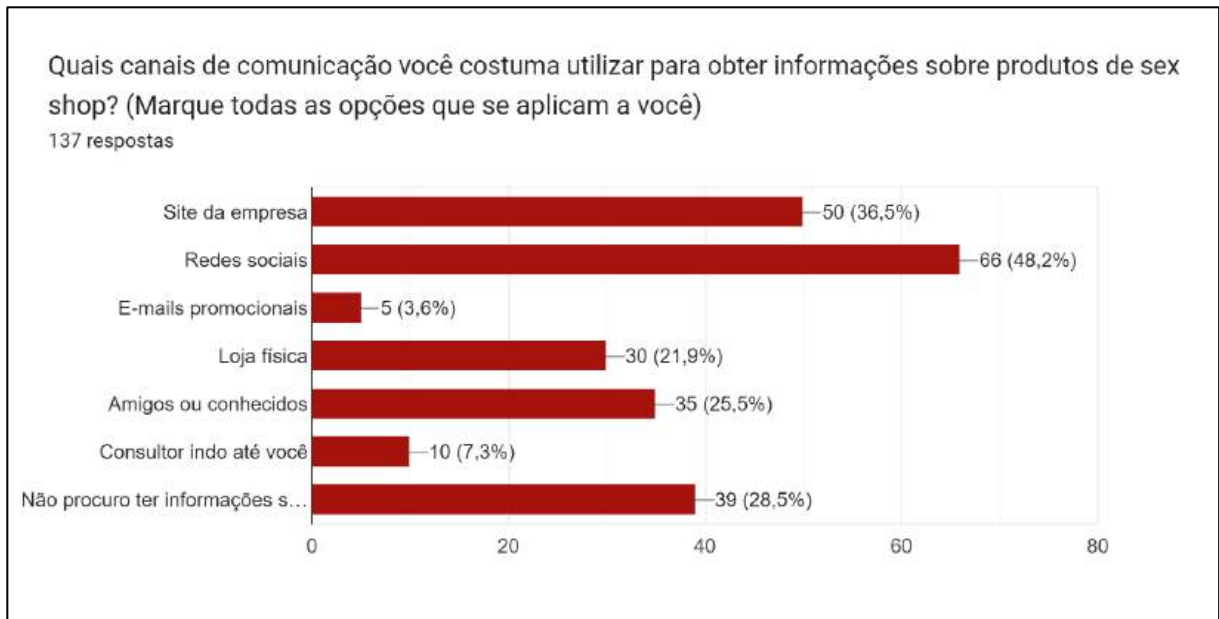
GRÁFICO 7 – VOCÊ JÁ RECOMENDOU PRODUTOS DE SEX SHOP A AMIGOS OU CONHECIDOS?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

Pensando em entender como as pessoas se sentem mais confortáveis em obter informações sobre produtos ligados ao comércio de lingerie e sex shop, foi elaborada a pergunta abaixo:

GRÁFICO 8 – QUAIS CANAIS DE COMUNICAÇÃO VOCÊ COSTUMA UTILIZAR PARA OBTER INFORMAÇÕES SOBRE PRODUTOS DE SEX SHOP?

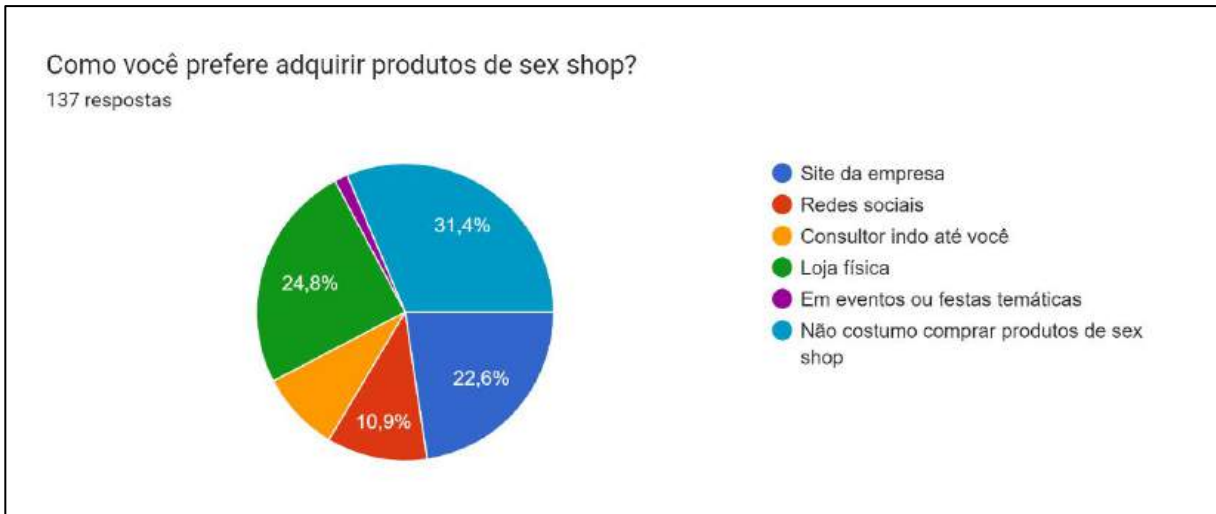


Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

Com os resultados foi possível ver que as redes sociais se destacam no quesito comunicação, dando uma direção de onde investir em marketing para obter melhores resultados.

A pergunta representada no gráfico abaixo serve para que seja possível entender qual o melhor local para compras de produtos de lingerie e sex shop pensando nesse nicho de mercado. Das pessoas que consomem esses produtos, em sua maioria compram em loja física. Isso mostra que, por mais que o online seja um grande concorrente, ainda não supera a experiência que a loja física proporciona.

GRÁFICO 9 – COMO VOCÊ PREFERE ADQUIRIR PRODUTOS DE SEX SHOP?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

A pergunta realizada e demonstrada no gráfico abaixo, tem como objetivo entender melhor a razão pela qual os consumidores adquirem os produtos em questão:

GRÁFICO 10 – QUAL É A PRINCIPAL RAZÃO PELA QUAL VOCÊ COMPRA PRODUTOS DE SEX SHOP?



Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

É possível ver que a maioria das pessoas que buscam comprar produtos eróticos é para “melhorar a intimidade com o parceiro (a)”, totalizando 34,3% das respostas para essa pergunta. Com esse levantamento, a Cherry Glow, consegue identificar com clareza, e direcionar suas vendas para aqueles com tal interesse.

7 INFRAESTRUTURA DA EMPRESA

A Cherry Glow atua no ramo de lingerie e sex shop, unindo a praticidade das compras online com um toque personalizado por meio de visitas a domicílio. Para manter as operações e garantir a satisfação dos clientes, a empresa investe em uma estrutura robusta e integrada, abrangendo tanto os aspectos digitais quanto operacionais do negócio.

1- Infraestrutura digital: plataforma de e-commerce intuitiva e segura, permite aos clientes navegarem e adquirir produtos facilmente.

2- Segurança cibernética: medidas rigorosas são adotadas para proteger informações confidenciais dos clientes.

3- Visitas domiciliares: os clientes têm a comodidade de agendar visitas pelas redes sociais.

4- Logística eficiente: roteamento otimizado garante entregas pontuais.

5- Atendimento personalizado: uma equipe treinada e dedicada está sempre pronta para atender às necessidades e preferências dos clientes, proporcionando uma experiência de compra única e satisfatória.

A infraestrutura da Cherry Glow desempenha um papel crucial no sucesso e na competitividade da empresa no mercado de lingerie e sex shop. Ao unir tecnologia com processos operacionais eficazes, a Cherry Glow consegue oferecer aos clientes uma experiência de compra online conveniente, segura e personalizada, ao mesmo tempo em que mantém um serviço diferenciado e de alta qualidade nas visitas domiciliares. Essa abordagem integrada à infraestrutura da empresa destaca a Cherry Glow em um mercado altamente competitivo e em constante transformação.

7.1 DADOS CADASTRAIS

Dados cadastrais de uma empresa são informações básicas e essenciais sobre a identidade e a estrutura da empresa. Segundo o site do governo federal:

“O Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) é um banco de dados gerenciado pela Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB), que armazena informações cadastrais das pessoas jurídicas e outras entidades de interesse das administrações tributárias da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”.

Esses dados permitem identificar e caracterizar legalmente a empresa.

FIGURA 6 – DADOS CADASTRAIS CHERRY GLOW

Razão Social	Cherry Glow Lingerie e Sex Shop ME
Nome Fantasia	Cherry Glow
CNPJ	00.000.000/0001-00
Logradouro	Rua Dr. Pamphilo D'Assumpção
Número	505
Bairro	Rebouças
CEP	80220-040
Cidade	Curitiba
UF	Paraná
E-mail	contato@cherryglow.com.br
Telefone	(41) 99755-5149
Nome do Contato	Luana Keller Toledo

Fonte: elaborado pelas autoras (2023)

7.2 LOCALIZAÇÃO

A empresa trabalha de forma online e com visitas domiciliares, tendo seu estoque localizado na Rua Dr. Pamphilo D'Assumpção, 505, bairro Rebouças, CEP 80220-040 em Curitiba-PR. Nessa região, a distribuição dos produtos vendidos online e a mobilidade pela cidade e regiões próximas para atendimento ficam mais fáceis.

7.3 DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS

As diretrizes organizacionais da Cherry Glow são os princípios fundamentais que sustentam o negócio, estabelecendo uma base robusta para alcançar sua missão e visão, trazendo sempre os valores junto e direcionando todas as ações e projetos rumo ao sucesso e à qualidade. Isso reflete o compromisso da empresa em promover o empoderamento feminino, a sexualidade saudável e o bem-estar das mulheres, enquanto incentiva uma cultura de respeito e inclusão.

7.3.1 MISSÃO

Empoderar mulheres a explorarem sua sensualidade e expressarem sua individualidade, oferecendo produtos de lingerie e sex shop cuidadosamente selecionados para promover o prazer, o autoconhecimento e a autoconfiança.

7.3.2 VISÃO

Ser a principal fonte de inspiração e empoderamento para mulheres, tornando-se referência no mercado de lingerie e produtos eróticos ao oferecer uma experiência única e inclusiva que valorize a sexualidade feminina e promova o bem-estar emocional e físico.

7.3.3 VALORES

Empoderamento Feminino: acreditamos no direito das mulheres de desfrutarem sua sexualidade e autonomia, promovendo uma abordagem positiva e respeitosa em relação ao prazer feminino.

Integridade: compromisso com a honestidade, transparência e ética em todas as nossas interações, garantindo a confiança e a credibilidade de nossos clientes e parceiros.

Respeito e Empatia: valorizamos a diversidade e a inclusão, promovendo um ambiente online acolhedor e seguro para todas as mulheres, independentemente de sua origem, identidade de gênero ou orientação sexual.

Prazer e Bem-Estar: priorizamos o prazer e o bem-estar das mulheres em todas as nossas iniciativas, oferecendo produtos de qualidade que contribuam para sua realização pessoal, felicidade e autoestima.

7.4 CONSTITUIÇÃO LEGAL

A empresa será nomeada como Cherry Glow e estabelecerá sua sede na Rua Dr. Pamphilo D'Assumpção, 505, no bairro Rebouças, CEP 80220-040, em Curitiba-PR. O capital inicial será de R\$30.000,00, dividido e devidamente integralizado em moeda corrente do país entre as três sócias, cada uma detendo 33,33% das cotas. As sócias afirmam que a empresa se enquadra como Microempresa, conforme estabelecido na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Para iniciar as atividades, será redigido um Contrato Social que conterá informações detalhadas sobre a empresa, como as identidades das sócias e suas respectivas responsabilidades, endereço, setor de atuação, atividades e porte. Todas as sócias deverão assinar o documento, que será então registrado na Junta Comercial ou órgão competente. Após o registro, será emitido um CNPJ, possibilitando a condução das operações comerciais.

Com o registro na Junta Comercial e na Receita Federal concluído, a empresa deverá ser inscrita na Prefeitura Municipal de Curitiba para obter o registro municipal. Esse procedimento é essencial para a obtenção do alvará de funcionamento, necessário para a operação do negócio.

7.5 CONTROLE ACIONÁRIO DA EMPRESA

A Cherry Glow, uma microempresa fundada por três sócias, opera sob um modelo de controle acionário no qual todas as sócias possuem o mesmo poder de decisão. Esta abordagem democrática permite que cada sócia contribua igualmente para as decisões estratégicas da empresa, garantindo um ambiente colaborativo, equitativo e justo. Com isso, todas as decisões cruciais são deliberadas em conjunto, valorizando as perspectivas e habilidades individuais de cada sócia. Essa estrutura reforça a coesão e a eficiência na administração da Cherry Glow, fomentando um ambiente de trabalho inclusivo e participativo.

7.6 RESPONSABILIDADES E COMPETÊNCIAS DA EQUIPE DIRIGENTE

Na Cherry Glow, a equipe dirigente desempenha um papel fundamental no sucesso da empresa, que opera como uma loja online de venda de lingerie e sex shop, além de oferecer o serviço de vendas diretas por meio de visitas aos clientes. A equipe dirigente é composta pelas sócias fundadoras, que assumem papéis essenciais na gestão e operação do negócio. Abaixo está detalhado o compilado das principais responsabilidades e competências atribuídas à equipe dirigente. Para mais informações e um melhor entendimento, no item 11 deste trabalho, serão explicadas as funções separadas por sócia.

1- Planejamento estratégico: a equipe dirigente é responsável por elaborar e implementar o plano estratégico da Cherry Glow, tanto para o comércio eletrônico quanto para as vendas diretas, estabelecendo metas e objetivos claros para impulsionar o crescimento e a expansão do negócio.

2- Gestão de marketplace: as sócias têm a responsabilidade de gerir a plataforma de marketplace da Cherry Glow, garantindo uma experiência de compra online suave e satisfatória para os clientes. Além disso, devem coordenar as atividades de vendas diretas, agendando visitas aos clientes e garantindo uma apresentação profissional dos produtos.

3- Marketing digital e presencial: a equipe dirigente é encarregada de desenvolver e implementar estratégias de marketing eficazes tanto para o ambiente online quanto para as vendas presenciais. Isso inclui o uso de mídia social, email marketing, SEO e publicidade online, bem como a promoção das visitas aos clientes por meio de materiais de marketing e redes de contatos.

4- Atendimento ao cliente: as sócias assumem a responsabilidade de fornecer um atendimento ao cliente excepcional tanto no ambiente online quanto nas vendas diretas. Devem estar disponíveis para responder a dúvidas, solucionar problemas e garantir a satisfação do cliente em todas as interações.

5- Gestão financeira: a equipe dirigente é responsável por gerir as finanças da Cherry Glow, monitorando as receitas e despesas, otimizando os investimentos em marketing e publicidade, e garantindo a rentabilidade e a saúde financeira do negócio como um todo.

6- Identificação da tendência de produtos e serviços: a equipe dirigente é responsável por identificar tendências de mercado, selecionar novos produtos e serviços, e otimizar continuamente a oferta da Cherry Glow para atender às necessidades e preferências dos clientes.

7- Gestão de parcerias: as sócias devem estabelecer e manter parcerias estratégicas com fornecedores, influenciadores e outras empresas do setor, visando ampliar a variedade de produtos, alcançar novos públicos e fortalecer a posição da Cherry Glow no mercado.

Através do comprometimento e da excelência operacional, a equipe da Cherry Glow quer se consolidar como referência no mercado, oferecendo aos clientes uma experiência excepcional tanto online quanto pessoalmente.

7.7 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A Cherry Glow é uma empresa que atua no ramo de lingerie e sex shop, oferecendo uma ampla gama de produtos sensuais e íntimos, voltados ao prazer feminino, com sede em Curitiba. A empresa se destaca por fornecer uma experiência de compra discreta, conveniente e personalizada, tanto através da plataforma online quanto por meio de visitas a domicílio.

7.7.1 RAMO DE ATIVIDADE DA EMPRESA

Atuando no ramo de comércio varejista especializado em produtos eróticos, lingerie e acessórios sensuais, a Cherry Glow tem o foco principal na promoção do prazer feminino e no empoderamento das mulheres, e daquelas que se identificam com o gênero, oferecendo uma ampla variedade de produtos cuidadosamente selecionados para atender às necessidades e desejos das clientes.

A empresa combina elementos do setor de moda íntima com o segmento de sex shop, proporcionando uma experiência de compra única e inclusiva que valoriza a sensualidade, a autoexpressão e o bem-estar pessoal das mulheres. Após realizar uma pesquisa no CONCLA (Comissão Nacional de Classificação) do IBGE, o CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas da Cherry Glow será referenciada pelo código 5249-3/99 - Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente (sex shop, artigos de loja; comércio varejista).

FIGURA 7 - CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA

Seção:	G COMERCIO; REPARAÇÃO DE VEICULOS AUTOMOTORES, OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS
Divisão:	52 COMÉRCIO VAREJISTA E REPARAÇÃO DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS
Grupo:	52.4 Comércio varejista de outros produtos, em lojas especializadas
Classe:	52.49-3 Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente
Subclasse:	5249-3/99 Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente

Fonte: CONCLA (2024)

Complemento de código e descrição:

5249-3/99 SEX SHOP, ARTIGOS DE LOJA; COMERCIO VAREJISTA
--

Fonte: CONCLA (2024)

7.7.2 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

A Cherry Glow é uma microempresa que atua no ramo de lingerie e sex shop, com foco principal em atender às necessidades dos clientes de forma discreta, conveniente e personalizada. A empresa busca não apenas satisfazer, mas também empoderar nossos clientes, garantindo que cada pessoa se sinta confiante e confortável em explorar sua sexualidade de maneira positiva e segura.

7.7.3 PÚBLICO-ALVO

A empresa concentra-se principalmente em atender ao público feminino e àqueles que se identificam com o gênero, buscando proporcionar uma experiência única e satisfatória no que diz respeito ao prazer e à sexualidade. Além disso, a Cherry Glow também visa atender os clientes que desejam fortalecer sua conexão emocional e física, encontrando produtos que estimulem a sensualidade feminina e a cumplicidade entre eles.

Entre os principais públicos-alvo da empresa estão:

1- Mulheres empoderadas: mulheres modernas e independentes que buscam explorar sua sexualidade, valorizando produtos que promovam o prazer e a autoconfiança.

2- Público LGBTQIA +: indivíduos que se identificam com o gênero feminino dentro da comunidade LGBTQIA + e que buscam produtos inclusivos e que atendam às suas necessidades específicas de prazer e intimidade.

3- Indivíduos em busca de autoconhecimento feminino: pessoas que estão em uma jornada de auto exploração e descoberta de sua sexualidade feminina, buscando produtos que as ajudem a se conhecer melhor e a satisfazer seus desejos pessoais.

4- Casais que priorizam o prazer feminino: compostos por mulheres e seus parceiros, esses casais estão em busca de produtos e experiências que contribuam para uma intimidade mais satisfatória e centrada no prazer feminino.

A Cherry Glow está comprometida em compreender as necessidades específicas desse público-alvo e em oferecer produtos e serviços que promovam o prazer feminino de maneira inclusiva, respeitosa e satisfatória, além de proporcionar experiências memoráveis individuais ou para casais que desejam fortalecer sua conexão por meio da intimidade.

7.8 DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

A empresa Cherry Glow oferece uma variedade de serviços personalizados para atender às necessidades de seus clientes, proporcionando uma experiência única e satisfatória no que diz respeito ao prazer feminino e à intimidade. Entre os principais serviços oferecidos pela empresa estão:

1- Consultoria personalizada: a empresa oferece consultoria personalizada para ajudar os clientes a encontrarem os produtos ideais que atendam às suas preferências e necessidades específicas. Os clientes podem receber orientação

especializada sobre diferentes produtos disponíveis, bem como dicas sobre como utilizá-los de forma segura e eficaz.

2- Plataforma online de Marketplace: a empresa trabalha com plataformas online intuitivas e seguras, onde os clientes podem navegar por uma ampla gama de produtos sensuais e íntimos no conforto de suas casas. O Marketplace oferece uma experiência de compra discreta e conveniente, permitindo que os clientes façam seus pedidos com facilidade.

3- Visitas a domicílio: para aqueles que preferem uma abordagem mais personalizada, a Cherry Glow oferece visitas a domicílio, onde uma das consultoras especializadas levam uma seleção de produtos diretamente aos clientes. Essas visitas proporcionam uma experiência de compra exclusiva, permitindo que os clientes explorem os produtos em um ambiente confortável e discreto.

4- Serviço de entrega discreta: a empresa garante uma entrega discreta de todos os pedidos, protegendo a privacidade dos clientes e garantindo que os produtos cheguem às suas mãos de forma segura e confidencial.

A Cherry Glow está comprometida em oferecer serviços de alta qualidade que promovam o prazer feminino e contribuam para uma experiência de compra satisfatória e empoderada para todos os clientes.

8 PLANO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

Reconhecendo sua responsabilidade como empresa em contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, inclusiva e sustentável, a Cherry Glow é pautada por valores éticos e pela consciência do impacto que gera no meio ambiente e na comunidade onde atua.

O compromisso ambiental começa na seleção de fornecedores que adotam práticas sustentáveis em suas cadeias produtivas, priorizando materiais de baixo impacto ambiental e processos de produção responsáveis. A Cherry Glow busca constantemente reduzir o desperdício nas operações, seja através da minimização de embalagens desnecessárias ou da otimização do uso de recursos naturais.

A empresa também investe em programas de educação e conscientização, tanto para a equipe quanto para os clientes, abordando temas como saúde sexual, empoderamento feminino e sustentabilidade. A Cherry Glow também se engaja ativamente em iniciativas de apoio à comunidade local, seja por meio de doações a

instituições de caridade, patrocínio de eventos comunitários ou voluntariado corporativo.

A Cherry Glow mantém uma política de transparência em todas as operações, estando sempre aberta ao diálogo e receptivos a feedbacks que possam contribuir para aprimorarmos as práticas da empresa. Este plano reflete o compromisso em fazer a diferença positiva no mundo, enquanto continua a oferecer produtos e serviços de qualidade que promovem o prazer feminino e o bem-estar geral.

9 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing da Cherry Glow visa posicionar a marca como líder na indústria de sex shop e lingerie. Segundo o SEBRAE, o plano de negócio é como, “um documento com todas as estratégias de marketing, objetivos e indicadores de análise para um período determinado.”

Com uma abordagem centrada no cliente, criatividade e compromisso com a excelência, a Cherry Glow está determinada a caminhar para o sucesso. Por meio de campanhas provocativas, que tragam potenciais clientes, como por exemplo, promoções no mês da mulher, Dia dos Namorados, que tragam o desejo do consumidor em ter a experiência de adquirir produtos da empresa.

O plano de marketing, também proporciona a análise da viabilidade das interações dinâmicas nas mídias sociais, onde serão realizados conteúdos específicos voltados ao prazer feminino, onde será moldado ativamente o diálogo em torno da sexualidade e do prazer, celebrando a diversidade e promovendo a autoexpressão.

9.1 ANÁLISE AMBIENTAL

A análise ambiental concentra-se nos fatores externos que estão além do controle direto da empresa, mas que têm um impacto significativo em suas operações e estratégias de negócios. No universo do empreendedorismo o processo estratégico visa entender o contexto externo em que a empresa está inserida, considerando fatores ambientais, sociais, econômicos e tecnológicos que podem influenciar as operações e estratégias a serem seguidas.

Ao conduzir uma análise ambiental, deve ser avaliado tanto os aspectos macro ambientais quanto os micro ambientais. No contexto das empresas de sex shop e lingerie, a análise ambiental pode revelar uma série de insights importantes. Por

exemplo, tendências sociais e culturais relacionadas à sexualidade e ao empoderamento feminino podem influenciar as preferências do consumidor e as oportunidades de mercado.

As mudanças na legislação ou regulamentação relacionadas à saúde sexual e aos produtos eróticos podem impactar as estratégias de marketing e as operações comerciais da empresa. Da mesma forma, aspectos tecnológicos, como o crescimento do comércio eletrônico e o uso de redes sociais para marketing, podem oferecer novas oportunidades de alcance e engajamento do cliente. É fundamental que a Cherry Glow esteja atenta a essas tendências e adapte suas estratégias de marketing de acordo.

9.2 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

Ao examinar o macroambiente, é essencial considerar uma variedade de fatores, como tendências sociais, econômicas, políticas, tecnológicas, legais e ambientais. O site SEBRAE, em 2023, fez uma publicação de uma matéria onde diz:

O macro ambiente é a composição de muitas variáveis externas que podem interferir no funcionamento da empresa, seja para melhor, seja para pior. Ele envolve fatores econômicos, demográficos, socioculturais, políticos e legais, tecnológicos e ambientais.

Esses fatores fornecem contexto e influenciam o ambiente em que a empresa opera, moldando as oportunidades e desafios que ela enfrenta. Por exemplo, as tendências sociais em relação à sexualidade, saúde sexual e empoderamento feminino podem afetar as preferências do consumidor e a demanda por produtos e serviços específicos oferecidos pela Cherry Glow.

Da mesma forma, mudanças econômicas, como recessões ou períodos de crescimento econômico, podem impactar o poder de compra dos consumidores e consequentemente, as vendas da empresa. No âmbito político e legal, regulamentações governamentais relacionadas à saúde sexual, publicidade de produtos eróticos e questões de privacidade online podem influenciar as operações da empresa e suas estratégias de marketing.

Os avanços tecnológicos, como o comércio eletrônico e o uso de mídias sociais para marketing, oferecem novas oportunidades de alcance e engajamento do cliente. Questões ambientais, como a sustentabilidade e a responsabilidade social, também estão cada vez mais presentes no macroambiente. Os consumidores estão mais

conscientes sobre a origem dos produtos que consomem e seu impacto ambiental, o que pode influenciar suas decisões de compra e a imagem da marca. O uso de plataformas de e-commerce e mídias sociais é crucial para alcançar novos públicos. A implementação de tecnologias como inteligência artificial para personalização de ofertas e chatbots para atendimento ao cliente pode melhorar significativamente a experiência do usuário. Além disso, a realidade virtual e aumentada pode proporcionar novas maneiras de experimentar produtos antes da compra, especialmente no setor de lingerie.

Atualmente, há uma crescente aceitação e valorização da diversidade sexual e de gênero, bem como movimentos globais em prol ao empoderamento feminino e à saúde sexual positiva. Essas tendências sociais podem impulsionar a demanda por produtos que atendam a uma ampla gama de necessidades e preferências, desde brinquedos sexuais inclusivos até lingeries projetadas para todas as identidades de gênero. Ao integrar essas considerações ao planejamento estratégico da Cherry Glow pode-se ajudar a empresa a navegar pelos desafios e aproveitar as oportunidades em um mercado em constante mudança, mantendo-se relevante e competitiva.

9.2.1 AMBIENTE DEMOGRÁFICO

Ao analisar o ambiente demográfico, é essencial compreender o perfil do público-alvo em termos de idade, gênero, localização geográfica, nível de renda, estado civil e outros fatores relevantes. Essa compreensão permite segmentar o mercado de forma eficaz, identificando nichos demográficos específicos com necessidades e preferências distintas.

Entretanto, o ambiente demográfico também apresenta desafios. A competição acirrada no mercado exige diferenciação por meio de uma compreensão profunda do público-alvo. Além disso, as mudanças demográficas imprevisíveis requerem uma adaptação ágil para garantir a relevância contínua dos produtos.

Com essas informações a Cherry Glow optou pelo método de venda com loja virtual, pelo alcance que a loja online oferece e também pela discrição e sigilo que os clientes preferem, com um diferencial de venda em domicílio em Curitiba e região, para aqueles que preferirem uma experiência personalizada presencialmente.

9.2.2 AMBIENTE ECONOMICO

A análise econômica desempenha um papel crucial no empreendedorismo da Cherry Glow, pois influencia diretamente suas operações, estratégias de precificação, investimentos e tomadas de decisão. Ao examinar o ambiente econômico em que a empresa opera, diversos aspectos devem ser considerados para entender o impacto das condições econômicas na saúde financeira e no crescimento do negócio.

Em primeiro lugar, é essencial analisar o cenário macroeconômico, incluindo fatores como o crescimento do PIB, taxas de inflação, desemprego e políticas monetárias adotadas pelo governo. Esses indicadores fornecem uma visão geral da saúde da economia como um todo e podem influenciar o poder de compra dos consumidores, afetando diretamente a demanda por produtos e serviços oferecidos pela Cherry Glow.

É importante considerar as tendências de consumo e os padrões de gastos dos consumidores. Em períodos de recessão econômica, por exemplo, os consumidores podem reduzir seus gastos discricionários, o que pode impactar as vendas de produtos de luxo, como lingerie e produtos eróticos. Por outro lado, em momentos de crescimento econômico, pode haver uma maior disposição para gastos com itens considerados supérfluos, impulsionando as vendas da empresa.

A análise econômica também envolve a compreensão dos custos operacionais da empresa, incluindo custos de produção, logística, marketing e despesas gerais. O monitoramento desses custos e sua relação com as receitas da empresa são essenciais para garantir uma gestão financeira eficiente e a manutenção da rentabilidade do negócio. Por fim, a empresa tem que estar atenta às mudanças regulatórias e políticas que possam afetar o ambiente econômico em que a empresa opera. Alterações nas políticas fiscais ou comerciais podem ter impactos significativos nos custos de importação/exportação e nas operações comerciais da Cherry Glow.

9.2.3 AMBIENTE CULTURAL E SOCIAL

Ao examinar o ambiente cultural, é essencial considerar os tabus e estigmas associados à sexualidade em diferentes sociedades e comunidades. A atitude em relação ao sexo e à intimidade varia significativamente de uma cultura para outra, e compreender essas diferenças culturais é crucial para desenvolver campanhas de marketing que façam sentido para o público-alvo da Cherry Glow.

As análises do ambiente social envolvem a compreensão das mudanças nas dinâmicas sociais e nos padrões de comportamento que podem impactar as preferências do consumidor. Por exemplo, o movimento de empoderamento feminino tem influenciado as expectativas das mulheres em relação à sua sexualidade e ao consumo de produtos eróticos e de lingerie, exigindo uma abordagem mais inclusiva e empoderada por parte da empresa. Também é importante considerar as tendências de estilo de vida e os valores emergentes da sociedade, como sustentabilidade, diversidade e inclusão. Os consumidores estão cada vez mais conscientes do impacto ambiental e social de suas escolhas de consumo, o que pode influenciar suas decisões de compra e a imagem da empresa Cherry Glow.

Com a análise cultural e social pode revelar oportunidades para a Cherry Glow se envolver em iniciativas de responsabilidade social. Por exemplo, apoiar causas relacionadas à saúde sexual, combate à violência de gênero ou promoção da diversidade pode não apenas fortalecer a reputação da empresa, mas também criar conexões mais profundas com os clientes e comunidades.

9.2.4 POLÍTICA LEGAL

A Cherry Glow, uma empresa que atua no mercado de sex shop e lingerie, enfrenta uma série de desafios únicos decorrentes do complexo cenário político e legal em que opera. Como empreendedoras, as fundadoras da Cherry Glow precisam equilibrar a inovação e o crescimento com a conformidade regulatória e a sensibilidade às questões políticas que permeiam seu setor de atuação. No âmbito legal, a Cherry Glow se deparará com uma série de regulamentações que regem a venda e publicidade de produtos de cunho adulto. Restrições de idade para compra, normas de rotulagem e exigências de privacidade são apenas algumas das preocupações legais que a empresa deve abordar para operar de maneira ética e eficiente.

Há algumas considerações políticas significativas que afetam as operações da Cherry Glow. Em muitas sociedades, as questões relacionadas à sexualidade e intimidade são frequentemente alvo de debate político e social. Como empresa do setor adulto, a Cherry Glow pode se encontrar no centro desses debates, sujeita a críticas e pressões de grupos com diferentes visões morais e ideológicas. No entanto, ao adotar estratégias proativas de conformidade legal e ética, como garantir a

qualidade e segurança de seus produtos e aderir às regulamentações de publicidade, a empresa se posiciona como um exemplo de integridade no setor.

A Cherry Glow aproveitará as oportunidades para engajar-se de maneira construtiva com os aspectos políticos de sua indústria, defendendo uma abordagem mais aberta e inclusiva à sexualidade e intimidade. A empresa buscará não apenas cumprir as leis, mas também promover mudanças positivas na percepção pública sobre seu setor. A Cherry Glow exemplifica o empreendedorismo em um contexto desafiador e complexo, onde considerações políticas e legais estão diretamente ligadas ao sucesso e à sustentabilidade do negócio. Ao enfrentar esses desafios a Cherry Glow irá prosperar, redefinindo os padrões da indústria e promovendo uma cultura mais aberta e inclusiva em torno da sexualidade e intimidade.

9.3 ANÁLISE DO MICROAMBIENTE

Essa análise é uma parte essencial do processo de empreendedorismo para a Cherry Glow. Em uma matéria publicada pelo SEBRAE em 2023 é comentado que:

“O microambiente são as forças próximas à empresa que interferem na sua capacidade de servir os clientes. Afetam a própria empresa e seus departamentos, os fornecedores, as empresas parceiras do canal de marketing, os clientes, os concorrentes e público-alvo.”

Este aspecto do ambiente de negócios concentra-se nos fatores específicos que afetam diretamente a operação da empresa e as interações com o ambiente imediato ao seu redor. Ao examinar o microambiente, é fundamental considerar diversos elementos, como concorrentes diretos e indiretos, fornecedores, clientes, parceiros de negócios e outros stakeholders relevantes. Entender a dinâmica desses atores é crucial para o desenvolvimento de estratégias eficazes e a tomada de decisões informadas.

Os concorrentes diretos, por exemplo, podem influenciar a estratégia de precificação, a oferta de produtos e serviços e as iniciativas de marketing da empresa. Observar suas práticas e identificar pontos fortes e fracos pode ajudar a empresa a posicionar-se de forma mais competitiva no mercado. Da mesma forma, os fornecedores desempenham um papel crucial no sucesso da empresa. Avaliar sua confiabilidade, qualidade dos produtos e termos de negociação é fundamental para garantir uma cadeia de suprimentos eficiente e sustentável.

Ao compreender as necessidades e preferências dos clientes é essencial para a Cherry Glow a coleta de feedback e a análise de dados de vendas, que podem fornecer visões claras do andamento do negócio. Por fim, estabelecer parcerias estratégicas com influenciadores, organizações sem fins lucrativos e órgãos governamentais, podem abrir em um futuro novas oportunidades de crescimento e fortalecer a posição da empresa no mercado.

9.3.1 CLIENTES

A Cherry Glow destina-se a promover o prazer sexual das mulheres, oferecendo uma ampla gama de produtos acessíveis a qualquer pessoa maior de 18 anos, disponíveis para compra no site ou através de visitas personalizadas em domicílio, conforme a preferência do cliente. O compromisso da Cherry Glow é proporcionar uma experiência discreta, segura e satisfatória, garantindo a privacidade e o conforto dos clientes em todas as interações.

9.3.2 CONCORRENTES

Explorando os principais concorrentes da Cherry Glow, suas estratégias, pontos fortes e fracos, bem como as oportunidades e ameaças que representam para o negócio, encontramos empresas estabelecidas e marcas emergentes que competem em diversos segmentos do mercado erótico.

Entre eles, destaca-se a empresa Pimenta Cayenne, que oferece o serviço de delivery de lingerie e lojas físicas, onde os clientes que se sentem à vontade vão até ela adquirir os produtos. Uma das principais forças dos concorrentes é a presença física mais ampla, com lojas físicas localizadas em áreas estratégicas que atraem clientes que valorizam a experiência de compra presencial.

No entanto, apesar dessas vantagens, os concorrentes da Cherry Glow também enfrentam seus próprios desafios e vulnerabilidades com outras empresas. Algumas marcas podem enfrentar dificuldades para se adaptar às mudanças nas preferências e comportamentos dos consumidores, ou podem ser menos ágeis e inovadoras em sua abordagem de marketing e produto. Além disso, algumas empresas podem enfrentar desafios em termos de reputação e imagem de marca devido a questões como qualidade do produto, serviço ao cliente ou práticas comerciais éticas.

Para a Cherry Glow, analisar os concorrentes não é apenas uma questão de identificar ameaças, mas também de identificar oportunidades. Ao compreender as lacunas no mercado e as áreas onde os concorrentes podem estar atendendo as necessidades dos clientes, a empresa pode se posicionar estrategicamente e fortalecer a vantagem competitiva.

9.3.3 FORNECEDORES

Os fornecedores da Cherry Glow são empresas que atendem apenas clientes com CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) e estabelecem um valor mínimo de compra, seguindo um modelo similar ao de um “atacadão”. Essa abordagem permite à empresa obter melhores preços e condições de compra, garantindo que os benefícios sejam repassados aos clientes, tornando os produtos acessíveis a todos. Assim, a Cherry Glow busca garantir uma oferta competitiva e de qualidade, mantendo o compromisso com a satisfação e a acessibilidade dos produtos.

9.4 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

No competitivo ramo do empreendedorismo, a Cherry Glow pretende manter uma abordagem centrada no cliente e uma visão estratégica de marketing que impulse a empresa no mercado.

Segundo o SEBRAE:

“Uma estratégia de marketing é um plano de ação que tem como objetivo alcançar determinado público-alvo, promovendo seus produtos ou serviços. O plano de marketing é um documento essencial que orienta a empresa na definição das estratégias, incluindo o tipo de conteúdo, as plataformas, a linguagem e o orçamento que a empresa irá investir para atrair novos clientes.”

Para alcançar o sucesso neste cenário, é necessário ter uma compreensão que nos permita não apenas antecipar e atender às demandas do mercado, mas também estabelecer conexões duradouras com o público, construindo relações de confiança e lealdade que tragam segurança para o consumidor.

É necessário também reconhecer que vivemos em uma era digital, onde a presença online é essencial para o sucesso de qualquer negócio. A estratégia, não apenas aumenta a conscientização sobre a empresa, mas também maximiza as

oportunidades de conversão, permitindo que os clientes interajam com a empresa de maneiras que melhor se adequem às suas preferências individuais.

Priorizar a inovação e a criatividade em todas as iniciativas de marketing é essencial, ir atrás de colaborações inovadoras com influenciadores e artistas, ter uma constantemente busca em novas maneiras de surpreender e encantar os clientes, faz com que a empresa se destaque no mercado. No entanto, o ponto chave do marketing é a transparência e a autenticidade. Reconhecendo isso, compartilhando abertamente os valores e missão de promover a autoexpressão, o empoderamento e a liberdade sexual, não apenas fortalece os laços emocionais com a comunidade, mas também solidifica a posição como líderes de pensamento no setor, moldando ativamente o diálogo e as normas sociais relacionadas à sexualidade e ao prazer.

Por fim, a estratégia de marketing da Cherry Glow é muito mais do que apenas promover produtos, é uma relação de proximidade que convida os clientes a se juntarem à empresa em uma jornada de autodescoberta e empoderamento.

9.4.1 MIX DE MARKETING

O mix de marketing será usado pela Cherry Glow, para cativar os clientes e moldar a experiência de compra. Serão explorados os elementos fundamentais do mix de marketing - produto, preço, praça e promoção. Em primeiro lugar, o produto é o ponto de partida de toda a estratégia de marketing da empresa. A Cherry Glow oferecerá uma ampla gama de produtos de alta qualidade, que vão desde lingerie até brinquedos eróticos. Serão feitos investimentos em pesquisa para garantir que os produtos atendam não apenas aos mais altos padrões de qualidade, mas também às necessidades e desejos de nossos clientes e à sexualidade feminina.

No que diz respeito ao preço, a Cherry Glow adotará uma abordagem estratégica que equilibra o valor percebido dos produtos com a acessibilidade para uma ampla gama de consumidores. O preço é um componente crucial na tomada de decisão do cliente, especialmente em um mercado tão sensível quanto o de produtos eróticos. Por isso, serão realizadas análises de preços competitivas e estratégicas para garantir que os produtos ofereçam uma excelente relação custo-benefício, ao mesmo tempo em que será preservada nossa margem de lucro e sustentabilidade financeira.

Quanto à praça, a Cherry Glow adota uma abordagem de atendimento rápido e fácil para garantir a conveniência e acessibilidade dos produtos para os clientes.

Além das vendas online, que oferecem uma experiência de compra intuitiva e segura, também será expandido para atendimento em domicílio, onde o contato com o cliente será maior, em um ambiente totalmente acolhedor e seguro para o consumidor. Esta presença multicanal permite alcançar e engajar os clientes em diversos pontos de contato, proporcionando a eles a conveniência de escolher o canal de compra que melhor se adapte às necessidades e preferências individuais.

A promoção desempenha um papel crucial na ampliação da conscientização sobre a marca e na geração de interesse e engajamento por parte dos consumidores. A Cherry Glow adotará uma abordagem integrada para a promoção de seus produtos, combinando estratégias de marketing digital, como mídias sociais, marketing de conteúdo e publicidade online. Essa combinação de canais e estratégias permite o alcance efetivo do público-alvo proposto e comunica a mensagem da empresa de forma coerente e envolvente, criando assim uma conexão duradoura com os clientes. Dessa forma, o mix de marketing da Cherry Glow é uma junção de produto, preço, praça e promoção, que pretende criar uma experiência de compra memorável que vai muito além da simples transação comercial.

9.4.2 AÇÕES DE MARKETING

Ao explorar como as ações de marketing podem posicionar a Cherry Glow como uma potência no ramo comercial de sex shop e lingerie, entende-se que a empresa deve estar sempre impulsionando e engajando o cliente, dessa forma conseguirá ampliar a conscientização da marca.

Desde o lançamento dos produtos até a promoção de eventos especiais, como mês da mulher, dia dos namorados, entre outros, cada campanha deve ser cuidadosamente planejada para capturar a atenção do público-alvo. Utilizar uma combinação de imagens sedutoras e mensagens cativantes, nessas campanhas não apenas geram interesse e curiosidade, mas também podem reforçar os valores e a identidade da empresa Cherry Glow.

Ao investir em marketing de conteúdo para construir um ambiente saudável e relacionamentos significativos com os clientes, as redes sociais com vídeos e guias abordam uma variedade de tópicos relacionados à sexualidade, bem-estar e autoestima, oferecendo informações valiosas que vão além dos produtos que vende. Ao fornecer conteúdo relevante e útil, não apenas fortalece a conexão com os clientes

existentes, mas também atrai novos públicos interessados nessa abordagem inclusiva e educativa.

Entendendo a importância da interação e do engajamento nas mídias sociais para construir uma comunidade forte em torno da Cherry Glow, essas plataformas de mídia social se transformam em espaços onde os clientes podem se conectar, compartilhar experiências e expressar sua individualidade livremente. Por fim, não se pode subestimar o impacto do atendimento a domicílio e parcerias estratégicas em ações de marketing. Essas interações cara a cara são oportunidades para compartilhar a missão em construir relacionamentos duradouros e transformar clientes em verdadeiros defensores da marca. As ações de marketing que a empresa Cherry Glow pretende utilizar são voltadas a criar experiências sensoriais memoráveis e promover o empoderamento feminino.

10 PLANO ADMINISTRATIVO

Inicialmente, a Cherry Glow terá uma estrutura organizacional definida da seguinte forma:

- Ana Beatriz Oliveira Tokarski - Sócia fundadora: responsável pela gestão financeira e administrativa.
- Luana Keller Toledo - Sócia fundadora: encarregada das operações e logística.
- Aline Izabel Barth - Sócia fundadora: responsável pelo marketing e vendas dos produtos.

Cada sócia atuará de forma mais eficaz dentro de suas especialidades, mas todas darão suporte umas às outras no que for necessário. Abaixo, veja algumas divisões da empresa e como elas funcionarão:

Recursos humanos: as sócias fundadoras assumirão as principais responsabilidades administrativas, dividindo tarefas de acordo com suas habilidades e experiências. Contratação de assistentes administrativos ou freelancers, conforme necessário, para tarefas específicas, como suporte ao cliente ou gerenciamento de redes sociais. Dependendo da área de atuação dos futuros contratados, será a sócia responsável pelo setor que irá contratar.

Operações: utilização de plataformas de e-commerce estabelecidas para a loja online, com as sócias fundadoras responsáveis pela gestão e atualização dos

produtos. Estabelecimento de procedimentos eficientes para processamento de pedidos, embalagem e envio, com a sócia Luana supervisionando a logística.

Marketing e vendas: desenvolvimento de uma estratégia de marketing digital, com a sócia Aline encarregada das campanhas nas redes sociais e e-mail marketing. Exploração de oportunidades de marketing offline, como participação em eventos locais ou parcerias com influenciadores, lideradas pela responsável pela área.

Finanças: a sócia Ana será responsável pela gestão financeira, incluindo controle de despesas, elaboração de orçamentos e análise de fluxo de caixa. Estabelecimento de práticas financeiras sólidas, como controle rigoroso de estoque e negociação de termos favoráveis com fornecedores.

Gestão de riscos: identificação e avaliação contínua de riscos potenciais, com as sócias colaborando para desenvolver planos de contingência eficazes. Monitoramento regular do ambiente de negócios e do desempenho financeiro para identificar e responder rapidamente a quaisquer mudanças ou desafios.

Tecnologia e inovação: investimento em tecnologia para automatizar processos operacionais sempre que possível, aumentando a eficiência e reduzindo o trabalho manual. A sócia Luana ficará responsável por pesquisar e incorporar novas tendências e inovações relevantes ao negócio, garantindo a competitividade da Cherry Glow.

Monitoramento e avaliação: estabelecimento de KPIs para acompanhar o desempenho em áreas-chave, como vendas, satisfação do cliente e eficiência operacional. Reuniões regulares entre as sócias fundadoras para discutir estratégias, e revisar o progresso, conforme necessário.

Este plano administrativo traz uma estrutura sólida para a Cherry Glow, permitindo que cada uma das sócias administre eficazmente o negócio e trabalhem juntas para alcançar os objetivos estabelecidos.

11 PLANO OPERACIONAL

Pensando no dia a dia da Cherry Glow, é fundamental estabelecer um plano operacional sólido que guie as atividades diárias e permita que a empresa atinja os objetivos com eficiência e excelência. Segundo EXACT business intelligence, “O plano operacional define como a empresa irá desenvolver ou comercializar seus produtos e serviços. Descreve o processo para produzir, vender ou executar serviços”.

Este plano pode ser ajustado conforme necessidade, visando manter-se constantemente alinhado com as estratégias, convertendo metas em resultados.

11.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura organizacional da Cherry Glow está sendo cuidadosamente planejada para garantir a eficiência e o sucesso de todas as operações. Contará com toda a estrutura online para atendimento e estrutura física organizada para que todos os processos que antecedem a compra se cumpram da melhor forma. Lembrando apenas que a estrutura física da empresa não é um local de atendimento e sim estoque dos produtos.

11.1.1 LOCALIZAÇÃO

A empresa trabalha de forma online e com visitas domiciliares, tendo seu estoque localizado na Rua Dr. Pamphilo D'Assumpção, 505, bairro Rebouças, CEP 80220-040 em Curitiba-PR. Nessa região, a distribuição dos produtos vendidos online e a mobilidade pela cidade e regiões próximas para atendimento ficam mais fáceis.

11.1.2 INSTALAÇÕES

Levando em consideração que a Cherry Glow foca na venda online e a domicílio, a empresa contará com instalações físicas adequadas para o recebimento de produtos comprados, espaço suficiente para que a logística dos produtos seja eficiente desde o momento da compra, rede de internet, equipamentos, banheiros, sala de reunião, acessibilidade, local para fotografar produtos, um pequeno refeitório com mesas, cadeiras e filtro de água e estrutura com espaço para receber futuros colaboradores onde caberão mesas, cadeiras e equipamentos para eles. Dessa forma, a empresa estará preparada para dar início a operação de forma gradual, adequando conforme necessidade.

11.1.3 LOGÍSTICA

Dentro da logística da Cherry Glow há algumas vertentes importantes são elas: recebimento de produtos, armazenamento e gestão de estoque, processamento de pedidos, embalagem e preparação para envio, logística de entrega, logística reversa, gerenciamento de crises e contingências e logística de visitas a domicílio. Tendo como base essas vertentes, os pontos principais dentro delas são:

Recebimento de produtos: todos os produtos recebidos dos fornecedores serão verificados quanto à qualidade e quantidade. Será mantido um registro detalhado de todos os produtos recebidos, incluindo informações sobre data de recebimento, fornecedor, quantidade e estado do produto.

Armazenamento e gestão de estoque: os produtos serão devidamente organizados e armazenados em áreas designadas no armazém, de acordo com categorias e demanda. Será sempre monitorado o fluxo de produtos, garantindo o reabastecimento oportuno e evitando estoques excessivos ou insuficientes.

Processamento de pedidos: os pedidos dos clientes serão processados de forma rápida e precisa assim que forem recebidos. Será utilizado um sistema integrado de gestão de pedidos para registrar, rastrear e processar cada pedido, desde a confirmação até o envio.

Embalagem e preparação para envio: cada produto será cuidadosamente embalado de acordo com os padrões de embalagem da Cherry Glow, garantindo proteção durante o transporte. Os pedidos serão preparados para envio de forma eficiente, garantindo que estejam prontos para serem despachados dentro dos prazos estabelecidos.

Logística de entrega: será estabelecida uma parceria com serviços de entrega confiáveis e eficientes para garantir que os pedidos sejam entregues aos clientes de forma rápida e segura. O monitoramento contínuo das entregas será realizado para garantir a satisfação do cliente e resolver quaisquer problemas que possam surgir durante o processo de entrega.

Logística reversa: um procedimento de logística reversa será implementado para lidar com devoluções de produtos e trocas por parte dos clientes. Os clientes serão fornecidos com instruções claras sobre como devolver produtos e um sistema de registro de devoluções será mantido para rastrear e processar cada solicitação de retorno. Produtos devolvidos serão inspecionados quanto à condição e se possível, reintegrados ao estoque. Caso contrário, serão descartados ou encaminhados para reciclagem, de acordo com as políticas da empresa.

Gerenciamento de crises e contingências: um plano de contingência será desenvolvido para lidar com emergências, como atrasos na entrega, problemas com fornecedores ou desastres naturais. Isso irá garantir a mínima interrupção nas operações logísticas.

Logística de visitas em domicílio: os clientes poderão agendar visitas através das redes sociais da empresa ou por telefone. A responsável pela área de logística irá gerenciar as solicitações de visita e organizar as rotas de atendimento com a ajuda de ferramentas do sistema operacional utilizado pela empresa. Os produtos serão transportados de forma segura e discreta para o local da visita, em malas de demonstração, garantindo a privacidade e o conforto do cliente. Após a visita, os produtos serão cuidadosamente recolhidos e registrados no sistema de gestão de estoque, garantindo a precisão dos registros e a reposição de produtos, se necessário. Feedback dos clientes será solicitado após a visita para avaliar a qualidade do serviço e identificar áreas de melhoria.

Desse modo a Cherry Glow garantirá uma gestão logística eficiente de todas as atividades relacionadas à movimentação de produtos, desde o recebimento até a entrega final aos clientes, incluindo a logística reversa para lidar com devoluções e trocas de produtos e logística de visitas a domicílio, garantindo que as necessidades dos clientes sejam atendidas.

11.1.4 ATENDIMENTO AO CLIENTE

O atendimento ao cliente é uma prioridade absoluta na Cherry Glow, refletindo o compromisso da empresa em oferecer uma experiência excepcional e personalizada para cada pessoa que entrar em contato. Será feito um trabalho cuidadoso em todas as etapas de atendimento, desde treinamentos aos consultores de venda, canais de comunicação facilitados, rápida resolução de problemas e recebimento de feedback dos clientes. Foram feitos dois fluxogramas de atendimento, um para atendimento em domicílio e outro para atendimento online.

Nos fluxogramas é possível entender todo o processo de atendimento ao cliente de forma macro, desde o desejo de compra do consumidor até a etapa de efetivação da venda. Acompanhando o fluxograma de atendimento em domicílio abaixo, temos que após a demonstração de interesse pelo cliente, a equipe de atendimento da Cherry Glow prontamente busca entender qual produto o consumidor procura para assim fazer filtros mais direcionados e separar itens de acordo com o estilo que o cliente descreveu para que ele possa ver.

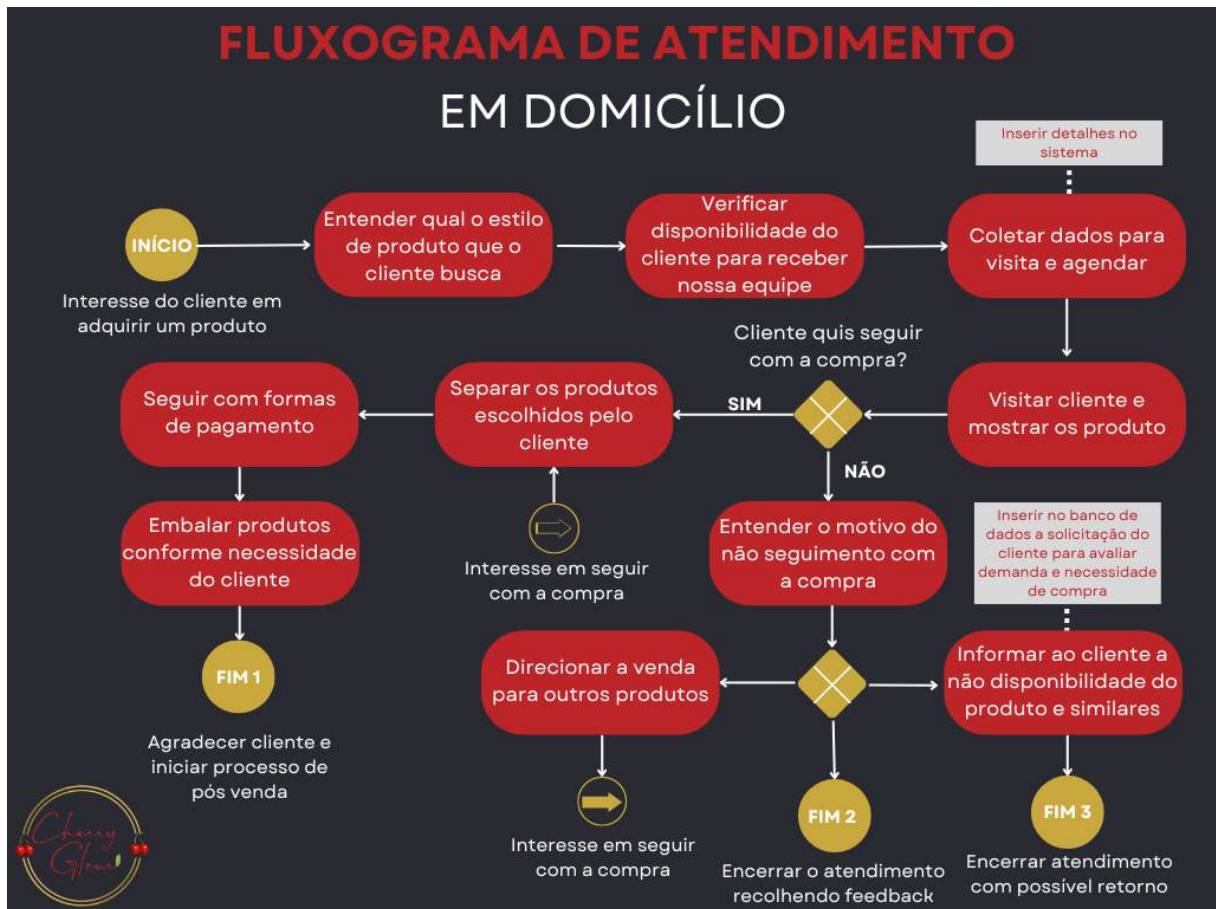
Logo após essa etapa a consultora agenda o melhor dia e horário para que o cliente possa ver esses produtos no conforto de casa. Após dados coletados, visita agendada e informações inseridas no sistema, a consultora parte para a próxima

etapa que é a visita ao cliente, esse é o momento da venda, onde todos os produtos separados para o perfil do cliente são mostrados para que ele escolha o que mais o agrada. Nesse momento no fluxograma podemos perceber que há dois caminhos possíveis, o seguimento do cliente com a compra e o não seguimento. Começando pela linha de seguimento com a compra, a consultora separa as peças/produtos escolhidos pelo cliente e segue para entender qual a opção de pagamento o consumidor prefere dentre as disponíveis.

Após o pagamento a consultora embala o produto da forma desejada pelo cliente e encerra o atendimento. Agora, caso o cliente tenha optado por não seguir com a compra, primeiro é importante entender o motivo dessa escolha. Caso seja algum motivo relacionado ao atendimento ou somente desistência da compra, o processo de venda é encerrado e é recolhido feedback para posteriormente um melhor entendimento do motivo.

Caso a escolha do não seguimento com a compra esteja ligada a não disponibilidade de algum produto específico a consultora de vendas direciona a venda para produtos similares e assim caso haja interesse o cliente segue o processo de compra normalmente a partir da separação dos produtos escolhidos. Outro motivo pode ser a decisão de não compra por não haver o produto buscado e nem similares, nesse caso o atendimento é encerrado e a consultora insere no banco de dados da Cherry Glow qual o produto faltante para ser avaliada a demanda e necessidade de compra do item.

FIGURA 8 - FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO EM DOMICÍLIO



Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Agora olhando o fluxograma de atendimento online abaixo, podemos ver que o início é bem parecido com o anterior, surge o interesse do cliente em adquirir algum produto e a consultora procura entender a necessidade do consumidor naquele momento.

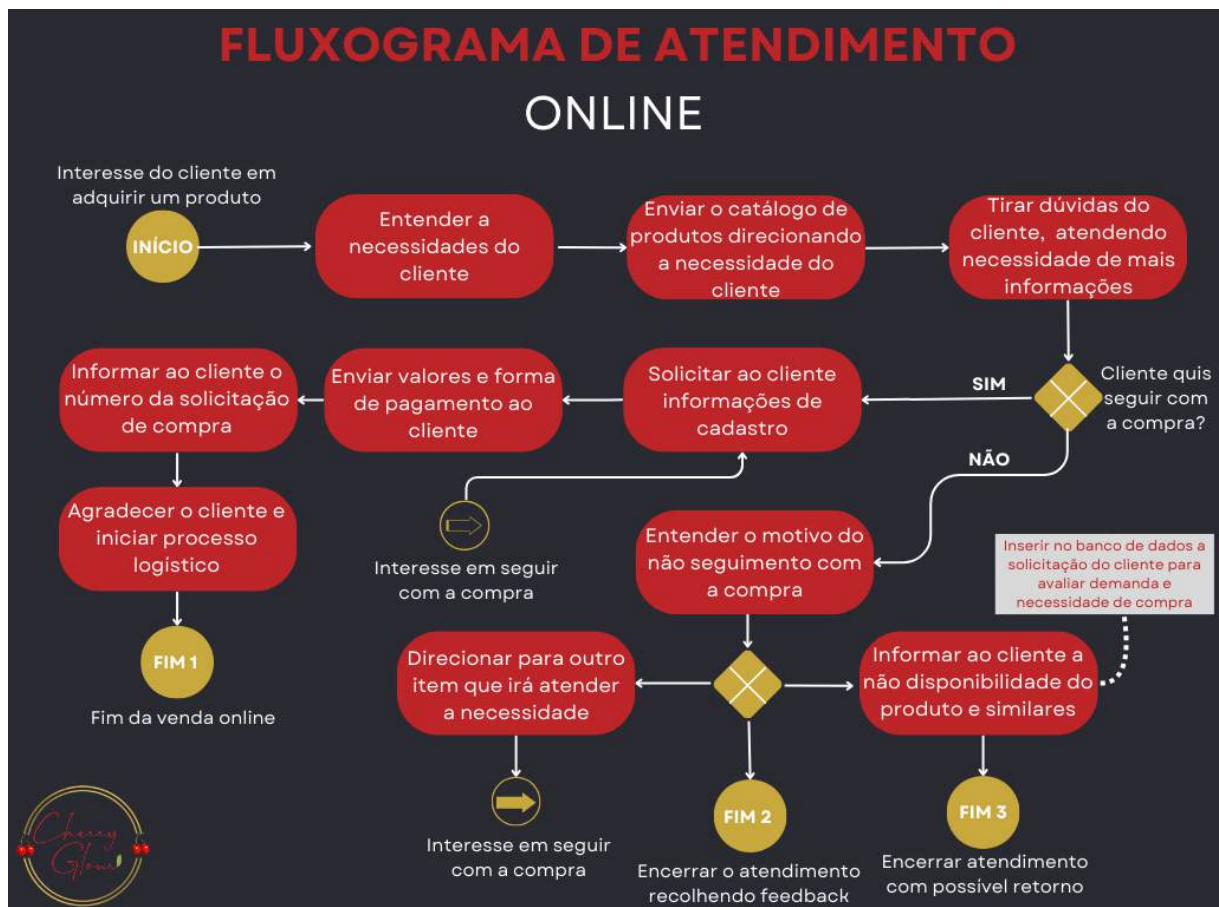
Após entender um pouco o perfil de compra do cliente, a consultora envia o catálogo de produtos direcionando para os itens que são compatíveis com esse perfil. Nesse momento o cliente tem um espaço aberto para tirar suas dúvidas sobre os produtos, marcas, modo de uso, tecidos, composição, entre outros.

Após essa etapa o cliente escolhe seguir ou não com a compra. Caso a decisão seja de seguir com a compra é solicitado ao cliente informações cadastrais, como nome, telefone, endereço e algumas outras informações relevantes. Depois do cadastro concluído a consultora envia ao cliente as formas de pagamento e o cliente finaliza a compra. Então é encaminhado ao cliente o número da solicitação de compra para que ele possa acompanhar as informações do pedido.

A consultora agradece o cliente, encerra o atendimento e inicia o processo logístico. A outra opção do cliente é a de não seguimento com a compra, nesse caso é necessário entender o motivo. Se o motivo estiver relacionado ao atendimento ou somente desistência da compra, o processo de venda é encerrado e é recolhido feedback para posteriormente um melhor entendimento e assim caso haja necessidade, melhorias serão feitas.

Caso a escolha esteja ligada a falta de algum item específico a consultora de vendas direciona a venda para produtos similares e caso o cliente opte por seguir com a compra, é seguido o processo normalmente a partir da separação dos produtos escolhidos. Outro motivo pode ser a falta do produto buscado e de similares, nesse caso o atendimento é encerrado e a consultora insere no banco de dados da Cherry Glow qual o produto faltante para ser avaliada a demanda e necessidade de compra do item.

FIGURA 9 - FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO ONLINE



Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Com os dois fluxogramas é possível compreender como o atendimento foi idealizado inicialmente. Com o passar do tempo o fluxo tende a ir se modificando, pois novas ideias vão surgindo e novas necessidades de compra devem ser atendidas. O importante é ter um começo estruturado para sempre poder agregar novas práticas de melhoria.

11.1.5 ADMINISTRAÇÃO

Após conquistar um cliente, a equipe de atendimento da Cherry Glow assume a responsabilidade de garantir uma experiência positiva pós-venda. A empresa irá oferecer suporte contínuo, responder prontamente às consultas e resolver quaisquer problemas que possam surgir. Desde o acompanhamento personalizado até a garantia da satisfação do cliente, a abordagem proativa visa estabelecer relações duradouras e confiáveis.

12 PLANO FINANCEIRO

A Cherry Glow reconhece a importância de estabelecer uma estrutura financeira robusta para sustentar uma trajetória de crescimento. Um plano financeiro serve como um mapa estratégico, fornecendo orientação sobre como a empresa irá gerenciar suas receitas, controlar seus custos e investir em áreas-chave para impulsionar o crescimento futuro. Segundo o SEBRAE, “Mais do que apenas lidar com números, o planejamento financeiro consiste em pensar na saúde financeira do negócio, sua viabilidade e sua perenidade”.

Nos próximos tópicos serão utilizadas imagens retiradas da ferramenta Microsoft Excel, que auxiliou no processo de construção dos cálculos. (Observação: para uma melhor visualização das imagens, utilizar a ferramenta de “zoom”).

12.1 INVESTIMENTO CAPITAL PRÓPRIO

O capital inicial próprio estipulado para a Cherry Glow foi proveniente das três sócias. Cada uma das sócias contribuiu com um investimento de R\$10.000,00, totalizando um capital inicial de R\$30.000,00. Esse investimento será fundamental para financiar os primeiros passos da empresa, desde a aquisição de estoque até a implementação de estratégias de marketing.

FIGURA 10 - CAPITAL INICIAL

SÓCIA	CAPITAL INVESTIDO
ANA BEATRIZ	R\$ 10.000,00
ALINE	R\$ 10.000,00
LUANA	R\$ 10.000,00
TOTAL	R\$ 30.000,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

O plano de investimento inicial aborda as principais áreas de despesas necessárias para iniciar a operação da Cherry Glow. Esses investimentos são essenciais para estabelecer uma base para a empresa, veja abaixo:

FIGURA 11 - INVESTIMENTO INICIAL DA EMPRESA

TIPO	QUANTIDADE	VALOR UN.	VALOR TOTAL
Equipamentos	7	R\$2.175,00	R\$ 4.575,00
Notebook	3	R\$1.200,00	R\$ 3.600,00
Filtro de água	1	R\$ 310,00	R\$ 310,00
Frigobar	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Ring Light para fotos	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Aplicador de etiquetas com pinos	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00
Materiais de suprimento	2003	R\$ 121,81	R\$ 2.072,00
Etiquetas de preço	1000	R\$ 0,06	R\$ 57,00
Materiais de escritório	-	-	R\$ 500,00
Embalagem para envio de produtos	500	R\$ 0,80	R\$ 400,00
Sacolas	500	R\$ 0,95	R\$ 475,00
Malas para transporte de produtos	3	R\$ 120,00	R\$ 360,00
Tapete e acessórios para fotos	-	-	R\$ 280,00
Móveis	11	R\$1.545,00	R\$ 2.725,00
Cadeiras de Escritório	3	R\$ 250,00	R\$ 750,00
Mesa de reunião	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Gôndolas expositoras para estoque	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
Mesas refeitório	1	R\$ 235,00	R\$ 235,00
Cadeiras refeitório	4	R\$ 110,00	R\$ 440,00
Aluguel	-	-	R\$ 1.150,00
Estoque de Produtos	-	-	R\$ 15.000,00
Adesão sistema operacional	-	-	R\$ 1.300,00
Investimento inicial em marketing	-	-	R\$ 1.000,00
Capital de giro	-	-	R\$ 2.178,00
TOTAL			R\$ 30.000,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.2 DESPESAS

As despesas da Cherry Glow foram planejadas para um período de 5 anos, com base nos custos planejados. Dessa forma, foi aplicada uma projeção de inflação anual de 4%, conforme o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Veja abaixo as despesas projetadas para a Cherry Glow:

FIGURA 12 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO I

DESPESAS ANO I												
ITEM	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
ALUGUEL	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00	R\$ 1.150,00
ENERGIA E ÁGUA	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50	R\$ 237,50
SISTEMA	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00	R\$ 569,00
DESLOC. ATEN. EM DOMICÍLIO	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00
SIMPLES NACIONAL	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00	R\$ 3.861,00
INTERNET E TELEFONE	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00	R\$ 173,00
PRÓ-LABORE	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
FRETE (CORREIO)	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00	R\$ 950,00
SEGURO DO DEPÓSITO	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00	R\$ 650,00
TARIFA BANCÁRIA	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00	R\$ 350,00
COMPRA DE MERCADORIA	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
CONTABILIDADE	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00
MATERIAIS DE SUPRIMENTO	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50	R\$ 467,50
MARKETING	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00	R\$ 500,00
CUSTO E-COMMERCE	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
TOTAL	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00	R\$31.988,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 13 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO II

DESPESAS ANO II												
ITEM	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
ALUGUEL	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00	R\$ 1.196,00
ENERGIA E ÁGUA	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00	R\$ 247,00
SISTEMA	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76	R\$ 591,76
DESLOC. ATEN. EM DOMICÍLIO	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20	R\$ 291,20
SIMPLES NACIONAL	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64	R\$ 4.061,64
INTERNET E TELEFONE	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92	R\$ 179,92
PRÓ-LABORE	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.240,00
FRETE (CORREIO)	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00	R\$ 988,00
SEGURO DO DEPÓSITO	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00	R\$ 676,00
TARIFA BANCÁRIA	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00	R\$ 364,00
COMPRA DE MERCADORIA	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00	R\$ 15.600,00
CONTABILIDADE	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 479,50	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 312,00
MATERIAIS DE SUPRIMENTO	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20	R\$ 486,20
MARKETING	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00	R\$ 520,00
CUSTO E-COMMERCE	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00	R\$ 1.560,00
TOTAL	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.481,22	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72	R\$33.313,72

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 14 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO III

DESPESAS ANO III												
ITEM	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
ALUGUEL	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84	R\$ 1.243,84
ENERGIA E ÁGUA	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88	R\$ 256,88
SISTEMA	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43	R\$ 615,43
DESLOC. ATEN. EM DOMICÍLIO	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85	R\$ 302,85
SIMPLES NACIONAL	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31	R\$ 4.270,31
INTERNET E TELEFONE	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12	R\$ 187,12
PRÓ-LABORE	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60	R\$ 6.489,60
FRETE (CORREIO)	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52	R\$ 1.027,52
SEGURO DO DEPÓSITO	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04	R\$ 703,04
TARIFA BANCÁRIA	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56	R\$ 378,56
COMPRA DE MERCADORIA	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.224,00
CONTABILIDADE	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 498,68	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48	R\$ 324,48
MATERIAIS DE SUPRIMENTO	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65	R\$ 505,65
MARKETING	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80	R\$ 540,80
CUSTO E-COMMERCE	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40	R\$ 1.622,40
TOTAL	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.866,67	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47	R\$34.692,47

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 15 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO IV

DESPESAS ANO IV												
ITEM	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
ALUGUEL	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59	R\$ 1.293,59
ENERGIA E ÁGUA	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16	R\$ 267,16
SISTEMA	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05	R\$ 640,05
DESLOC. ATEN. EM DOMICÍLIO	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96	R\$ 314,96
SIMPLES NACIONAL	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32	R\$ 4.487,32
INTERNET E TELEFONE	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60	R\$ 194,60
PRÓ-LABORE	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18	R\$ 6.749,18
FRETE (CORREIO)	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62	R\$ 1.068,62
SEGURO DO DEPÓSITO	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16	R\$ 731,16
TARIFA BANCÁRIA	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70	R\$ 393,70
COMPRA DE MERCADORIA	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96	R\$16.872,96
CONTABILIDADE	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46	R\$ 337,46
MATERIAIS DE SUPRIMENTO	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87	R\$ 525,87
MARKETING	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43	R\$ 562,43
CUSTO E-COMMERCE	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30	R\$ 1.687,30
TOTAL	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.307,54	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37	R\$36.126,37

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 16 - DESPESAS MÊS A MÊS ANO V

DESPESAS ANO V												
ITEM	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
ALUGUEL	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34	R\$ 1.345,34
ENERGIA E ÁGUA	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84	R\$ 277,84
SISTEMA	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65
DESLOC. ATEN. EM DOMICÍLIO	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56
SIMPLES NACIONAL	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23
INTERNET E TELEFONE	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39	R\$ 202,39
PRÓ-LABORE	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15
FRETE (CORREIO)	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37
SEGURO DO DEPÓSITO	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41
TARIFA BANCÁRIA	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45
COMPRA DE MERCADORIA	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88	R\$17.547,88
CONTABILIDADE	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96
MATERIAIS DE SUPRIMENTO	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91
MARKETING	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93
CUSTO E-COMMERCE	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79
TOTAL	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.027,26	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84	R\$37.630,84

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 17 - PROJEÇÃO DE DESPESAS PARA 5 ANOS

	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 212.760,00	R\$ 221.270,40	R\$ 230.121,22	R\$ 239.326,06	R\$ 248.899,11
Compra de mercadorias	R\$ 180.000,00	R\$ 187.200,00	R\$ 194.688,00	R\$ 202.475,52	R\$ 210.574,54
Custo com E-Commerce	R\$ 18.000,00	R\$ 18.720,00	R\$ 19.468,80	R\$ 20.247,55	R\$ 21.057,45
Fretes/Correios	R\$ 11.400,00	R\$ 11.856,00	R\$ 12.330,24	R\$ 12.823,45	R\$ 13.336,39
Deslocamento	R\$ 3.360,00	R\$ 3.494,40	R\$ 3.634,18	R\$ 3.779,54	R\$ 3.930,72
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 78.564,00	R\$ 50.674,06	R\$ 52.701,02	R\$ 54.809,06	R\$ 57.001,43
Investimento inicial	R\$ 30.000,00	-	-	-	-
Seguro	R\$ 7.800,00	R\$ 8.112,00	R\$ 8.436,48	R\$ 8.773,94	R\$ 9.124,90
Aluguel/Água/Energia/Internet	R\$ 18.726,00	R\$ 19.475,04	R\$ 20.254,04	R\$ 21.064,20	R\$ 21.906,77
Contabilidade	R\$ 3.600,00	R\$ 3.911,50	R\$ 4.067,96	R\$ 4.230,68	R\$ 4.399,91
Material de suprimento	R\$ 5.610,00	R\$ 5.834,40	R\$ 6.067,78	R\$ 6.310,49	R\$ 6.562,91
Marketing	R\$ 6.000,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.489,60	R\$ 6.749,18	R\$ 7.019,15
Sistema	R\$ 6.828,00	R\$ 7.101,12	R\$ 7.385,16	R\$ 7.680,57	R\$ 7.987,79
DESPESAS FINANCEIRAS	R\$ 4.200,00	R\$ 4.368,00	R\$ 4.542,72	R\$ 4.724,43	R\$ 4.913,41
Tarifas bancárias	R\$ 4.200,00	R\$ 4.368,00	R\$ 4.542,72	R\$ 4.724,43	R\$ 4.913,41
IMPOSTOS	R\$ 46.332,00	R\$ 48.739,68	R\$ 51.243,72	R\$ 53.847,84	R\$ 56.810,76
Simples Nacional	R\$ 46.332,00	R\$ 48.739,68	R\$ 51.243,72	R\$ 53.847,84	R\$ 56.810,76
RETIRADA DOS SÓCIOS	R\$ 46.332,00	R\$ 74.880,00	R\$ 77.875,20	R\$ 80.990,21	R\$ 84.229,82
Pró-Labore	R\$ 72.000,00	R\$ 74.880,00	R\$ 77.875,20	R\$ 80.990,21	R\$ 84.229,82
DESPESAS TOTAIS	R\$ 388.188,00	R\$ 399.932,14	R\$ 416.483,88	R\$ 433.697,60	R\$ 451.854,52

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Para calcular os impostos, a Cherry Glow optou por aderir ao regime do Simples Nacional, que é permitido para empresas com faturamento anual máximo de 4,8 milhões de reais. A tabela que a empresa se enquadra, é a do Anexo I, vide abaixo as alíquotas de 2024:

FIGURA 18 - TABELA DE IMPOSTOS SIMPLES NACIONAL

ALÍQUOTAS 2024 - ANEXO I		
RECEITA BRUTA TOTAL 12 MESES	ALÍQUOTA	DEDUÇÃO
Até R\$180.000,00	4%	R\$ 0,00
De R\$180.000,00 a R\$360.000,00	7,3%	R\$ 5.940,00
De R\$360.000,00 a R\$720.000,00	9,5%	R\$ 13.860,00
De R\$720.000,00 a R\$1.800.000,00	10,7%	R\$ 22.500,00
De R\$1.800.000,00 a R\$3.600.000,00	14,3%	R\$ 87.300,00
De R\$3.600.000,00 a R\$4.800.000,00	19%	R\$ 378.000,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Abaixo, veja como ficam os valores projetados do Simples Nacional para a Cherry Glow:

FIGURA 19 - PROJEÇÃO SIMPLES NACIONAL CHERRY GLOW

PROJEÇÃO SIMPLES NACIONAL					
	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
FATURAMENTO ANUAL	R\$ 633.600,00	R\$ 658.944,00	R\$ 685.301,76	R\$ 712.713,83	R\$ 741.222,38
FATURAMENTO MENSAL	R\$ 52.800,00	R\$ 54.912,00	R\$ 57.108,48	R\$ 59.392,82	R\$ 61.768,53
SIMPLES NACIONAL ANUAL	R\$ 46.332,00	R\$ 48.739,68	R\$ 51.243,72	R\$ 53.847,84	R\$ 56.810,76
SIMPLES NACIONAL MENSAL	R\$ 3.861,00	R\$ 4.061,64	R\$ 4.270,31	R\$ 4.487,32	R\$ 4.734,23

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.3 RECEITAS

A Cherry Glow tem sua fonte de receitas através da comercialização de produtos de sex shop e lingerie, para o consumidor final (vide abaixo as projeções de vendas). Para facilitar o pagamento pelos clientes, optou-se por oferecer 3 formas de pagamento: PIX à vista, débito e crédito em até 12x com juros (repassado valor dos juros conforme cotação da máquina de cartão).

O valor de venda dos produtos e das lingers foi estimado conforme média de mercado mais 4% de inflação. Veja a seguir a tabela de produtos comercializados:

FIGURA 20 - PRODUTOS COMERCIALIZADOS

PRODUTOS COMERCIALIZADOS	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
Produto	Valor de Venda	Valor de Venda	Valor de Venda	Valor de Venda	Valor de Venda
Venda de Produtos	R\$ 148.800,00	R\$ 154.752,00	R\$ 160.942,08	R\$ 167.379,76	R\$ 174.074,95
Lingerie	R\$ 624.000,00	R\$ 648.960,00	R\$ 674.918,40	R\$ 701.915,14	R\$ 729.991,74

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

Abaixo veja os gráficos demonstrativos de crescimento anual de receitas:

GRÁFICO 11 – CRESCIMENTO DE RECEITAS DE PRODUTOS

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

GRÁFICO 12 – CRESCIMENTO DE RECEITAS DE LINGERIE

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

A seguir, as demonstrações de receitas ano a ano:

FIGURA 21 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO I

RECEITA MÊS A MÊS ANO I												
ANO I	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
Venda de Produtos	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00	R\$ 12.400,00
Lingerie	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00	R\$ 52.000,00
RECEITA TOTAL	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00	R\$ 64.400,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 22 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO II

RECEITA MÊS A MÊS ANO II												
ANO II	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
Venda de Produtos	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00	R\$ 12.896,00
Lingerie	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00	R\$ 54.080,00
RECEITA TOTAL	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00	R\$ 66.976,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 23 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO III

RECEITA MÊS A MÊS ANO III												
ANO III	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
Venda de Produtos	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84	R\$ 13.411,84
Lingerie	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20	R\$ 56.243,20
RECEITA TOTAL	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04	R\$ 69.655,04

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 24 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO IV

RECEITA MÊS A MÊS ANO IV												
ANO IV	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
Venda de Produtos	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31	R\$ 13.948,31
Lingerie	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93	R\$ 58.492,93
RECEITA TOTAL	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24	R\$ 72.441,24

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 25 - RECEITAS MÊS A MÊS ANO V

RECEITA MÊS A MÊS ANO V												
ANO V	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
Venda de Produtos	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25	R\$ 14.506,25
Lingerie	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65	R\$ 60.832,65
RECEITA TOTAL	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89	R\$ 75.338,89

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 26 - PROJEÇÃO DE RECEITAS PARA 5 ANOS

PROJEÇÃO DE RECEITAS PARA 5 ANOS					
PRODUTO	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
Venda de Produtos	R\$ 148.800,00	R\$ 154.752,00	R\$ 160.942,08	R\$ 167.379,76	R\$ 174.074,95
Lingerie	R\$ 624.000,00	R\$ 648.960,00	R\$ 674.918,40	R\$ 701.915,14	R\$ 729.991,74
RECEITA TOTAL	R\$ 624.000,00	R\$ 648.960,00	R\$ 674.918,40	R\$ 701.915,14	R\$ 729.991,74

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 29 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO III

ANO III	SALDO	FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS - ANO III																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
		JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
SALDO INICIAL	-	-	R\$ 22.416,01	R\$ 44.832,01	R\$ 67.248,02	R\$ 89.664,03	R\$ 112.080,04	R\$ 134.496,05	R\$ 156.912,06	R\$ 179.328,07	R\$ 201.744,08	R\$ 224.160,09	R\$ 246.576,10	R\$ 268.992,11	R\$ 291.408,12	R\$ 313.824,13	R\$ 336.240,14	R\$ 358.656,15	R\$ 381.072,16	R\$ 403.488,17	R\$ 425.904,18	R\$ 448.320,19	R\$ 470.736,20	R\$ 493.152,21	R\$ 515.568,22	R\$ 537.984,23	R\$ 560.400,24	R\$ 582.816,25	R\$ 605.232,26	R\$ 627.648,27	R\$ 650.064,28	R\$ 672.480,29	R\$ 694.896,30	R\$ 717.312,31	R\$ 739.728,32	R\$ 762.144,33	R\$ 784.560,34	R\$ 806.976,35	R\$ 829.392,36	R\$ 851.808,37	R\$ 874.224,38	R\$ 896.640,39	R\$ 919.056,40	R\$ 941.472,41	R\$ 963.888,42	R\$ 986.304,43	R\$ 1.008.720,44	R\$ 1.031.136,45	R\$ 1.053.552,46	R\$ 1.075.968,47	R\$ 1.098.384,48	R\$ 1.120.800,49	R\$ 1.143.216,50	R\$ 1.165.632,51	R\$ 1.188.048,52	R\$ 1.210.464,53	R\$ 1.232.880,54	R\$ 1.255.296,55	R\$ 1.277.712,56	R\$ 1.300.128,57	R\$ 1.322.544,58	R\$ 1.344.960,59	R\$ 1.367.376,60	R\$ 1.389.792,61	R\$ 1.412.208,62	R\$ 1.434.624,63	R\$ 1.457.040,64	R\$ 1.479.456,65	R\$ 1.501.872,66	R\$ 1.524.288,67	R\$ 1.546.704,68	R\$ 1.569.120,69	R\$ 1.591.536,70	R\$ 1.613.952,71	R\$ 1.636.368,72	R\$ 1.658.784,73	R\$ 1.681.200,74	R\$ 1.703.616,75	R\$ 1.726.032,76	R\$ 1.748.448,77	R\$ 1.770.864,78	R\$ 1.793.280,79	R\$ 1.815.696,80	R\$ 1.838.112,81	R\$ 1.860.528,82	R\$ 1.882.944,83	R\$ 1.905.360,84	R\$ 1.927.776,85	R\$ 1.950.192,86	R\$ 1.972.608,87	R\$ 1.995.024,88	R\$ 2.017.440,89	R\$ 2.039.856,90	R\$ 2.062.272,91	R\$ 2.084.688,92	R\$ 2.107.104,93	R\$ 2.129.520,94	R\$ 2.151.936,95	R\$ 2.174.352,96	R\$ 2.196.768,97	R\$ 2.219.184,98	R\$ 2.241.600,99	R\$ 2.264.016,00	R\$ 2.286.432,01	R\$ 2.308.848,02	R\$ 2.331.264,03	R\$ 2.353.680,04	R\$ 2.376.096,05	R\$ 2.398.512,06	R\$ 2.420.928,07	R\$ 2.443.344,08	R\$ 2.465.760,09	R\$ 2.488.176,10	R\$ 2.510.592,11	R\$ 2.533.008,12	R\$ 2.555.424,13	R\$ 2.577.840,14	R\$ 2.600.256,15	R\$ 2.622.672,16	R\$ 2.645.088,17	R\$ 2.667.504,18	R\$ 2.689.920,19	R\$ 2.712.336,20	R\$ 2.734.752,21	R\$ 2.757.168,22	R\$ 2.779.584,23	R\$ 2.802.000,24	R\$ 2.824.416,25	R\$ 2.846.832,26	R\$ 2.869.248,27	R\$ 2.891.664,28	R\$ 2.914.080,29	R\$ 2.936.496,30	R\$ 2.958.912,31	R\$ 2.981.328,32	R\$ 3.003.744,33	R\$ 3.026.160,34	R\$ 3.048.576,35	R\$ 3.070.992,36	R\$ 3.093.408,37	R\$ 3.115.824,38	R\$ 3.138.240,39	R\$ 3.160.656,40	R\$ 3.183.072,41	R\$ 3.205.488,42	R\$ 3.227.904,43	R\$ 3.250.320,44	R\$ 3.272.736,45	R\$ 3.295.152,46	R\$ 3.317.568,47	R\$ 3.340.984,48	R\$ 3.363.400,49	R\$ 3.385.816,50	R\$ 3.408.232,51	R\$ 3.430.648,52	R\$ 3.453.064,53	R\$ 3.475.480,54	R\$ 3.497.896,55	R\$ 3.520.312,56	R\$ 3.542.728,57	R\$ 3.565.144,58	R\$ 3.587.560,59	R\$ 3.609.976,60	R\$ 3.632.392,61	R\$ 3.654.808,62	R\$ 3.677.224,63	R\$ 3.699.640,64	R\$ 3.722.056,65	R\$ 3.744.472,66	R\$ 3.766.888,67	R\$ 3.789.304,68	R\$ 3.811.720,69	R\$ 3.834.136,70	R\$ 3.856.552,71	R\$ 3.878.968,72	R\$ 3.901.384,73	R\$ 3.923.800,74	R\$ 3.946.216,75	R\$ 3.968.632,76	R\$ 3.991.048,77	R\$ 4.013.464,78	R\$ 4.035.880,79	R\$ 4.058.296,80	R\$ 4.080.712,81	R\$ 4.103.128,82	R\$ 4.125.544,83	R\$ 4.147.960,84	R\$ 4.170.376,85	R\$ 4.192.792,86	R\$ 4.215.208,87	R\$ 4.237.624,88	R\$ 4.260.040,89	R\$ 4.282.456,90	R\$ 4.304.872,91	R\$ 4.327.288,92	R\$ 4.349.704,93	R\$ 4.372.120,94	R\$ 4.394.536,95	R\$ 4.416.952,96	R\$ 4.439.368,97	R\$ 4.461.784,98	R\$ 4.484.200,99	R\$ 4.506.616,00	R\$ 4.529.032,01	R\$ 4.551.448,02	R\$ 4.573.864,03	R\$ 4.596.280,04	R\$ 4.618.696,05	R\$ 4.641.112,06	R\$ 4.663.528,07	R\$ 4.685.944,08	R\$ 4.708.360,09	R\$ 4.730.776,10	R\$ 4.753.192,11	R\$ 4.775.608,12	R\$ 4.798.024,13	R\$ 4.820.440,14	R\$ 4.842.856,15	R\$ 4.865.272,16	R\$ 4.887.688,17	R\$ 4.910.104,18	R\$ 4.932.520,19	R\$ 4.954.936,20	R\$ 4.977.352,21	R\$ 4.999.768,22	R\$ 5.022.184,23	R\$ 5.044.600,24	R\$ 5.067.016,25	R\$ 5.089.432,26	R\$ 5.111.848,27	R\$ 5.134.264,28	R\$ 5.156.680,29	R\$ 5.179.096,30	R\$ 5.201.512,31	R\$ 5.223.928,32	R\$ 5.246.344,33	R\$ 5.268.760,34	R\$ 5.291.176,35	R\$ 5.313.592,36	R\$ 5.336.008,37	R\$ 5.358.424,38	R\$ 5.380.840,39	R\$ 5.403.256,40	R\$ 5.425.672,41	R\$ 5.448.088,42	R\$ 5.470.504,43	R\$ 5.492.920,44	R\$ 5.515.336,45	R\$ 5.537.752,46	R\$ 5.560.168,47	R\$ 5.582.584,48	R\$ 5.605.000,49	R\$ 5.627.416,50	R\$ 5.649.832,51	R\$ 5.672.248,52	R\$ 5.694.664,53	R\$ 5.717.080,54	R\$ 5.739.496,55	R\$ 5.761.912,56	R\$ 5.784.328,57	R\$ 5.806.744,58	R\$ 5.829.160,59	R\$ 5.851.576,60	R\$ 5.873.992,61	R\$ 5.896.408,62	R\$ 5.918.824,63	R\$ 5.941.240,64	R\$ 5.963.656,65	R\$ 5.986.072,66	R\$ 6.008.488,67	R\$ 6.030.904,68	R\$ 6.053.320,69	R\$ 6.075.736,70	R\$ 6.098.152,71	R\$ 6.120.568,72	R\$ 6.142.984,73	R\$ 6.165.400,74	R\$ 6.187.816,75	R\$ 6.210.232,76	R\$ 6.232.648,77	R\$ 6.255.064,78	R\$ 6.277.480,79	R\$ 6.300.896,80	R\$ 6.323.312,81	R\$ 6.345.728,82	R\$ 6.368.144,83	R\$ 6.390.560,84	R\$ 6.412.976,85	R\$ 6.435.392,86	R\$ 6.457.808,87	R\$ 6.480.224,88	R\$ 6.502.640,89	R\$ 6.525.056,90	R\$ 6.547.472,91	R\$ 6.569.888,92	R\$ 6.592.304,93	R\$ 6.614.720,94	R\$ 6.637.136,95	R\$ 6.659.552,96	R\$ 6.681.968,97	R\$ 6.704.384,98	R\$ 6.726.800,99	R\$ 6.749.216,00	R\$ 6.771.632,01	R\$ 6.794.048,02	R\$ 6.816.464,03	R\$ 6.838.880,04	R\$ 6.861.296,05	R\$ 6.883.712,06	R\$ 6.906.128,07	R\$ 6.928.544,08	R\$ 6.950.960,09	R\$ 6.973.376,10	R\$ 6.995.792,11	R\$ 7.018.208,12	R\$ 7.040.624,13	R\$ 7.063.040,14	R\$ 7.085.456,15	R\$ 7.107.872,16	R\$ 7.130.288,17	R\$ 7.152.704,18	R\$ 7.175.120,19	R\$ 7.197.536,20	R\$ 7.219.952,21	R\$ 7.242.368,22	R\$ 7.264.784,23	R\$ 7.287.200,24	R\$ 7.309.616,25	R\$ 7.332.032,26	R\$ 7.354.448,27	R\$ 7.376.864,28	R\$ 7.399.280,29	R\$ 7.421.696,30	R\$ 7.444.112,31	R\$ 7.466.528,32	R\$ 7.488.944,33	R\$ 7.511.360,34	R\$ 7.533.776,35	R\$ 7.556.192,36	R\$ 7.578.608,37	R\$ 7.601.024,38	R\$ 7.623.440,39	R\$ 7.645.856,40	R\$ 7.668.272,41	R\$ 7.690.688,42	R\$ 7.713.104,43	R\$ 7.735.520,44	R\$ 7.757.936,45	R\$ 7.780.352,46	R\$ 7.802.768,47	R\$ 7.825.184,48	R\$ 7.847.600,49	R\$ 7.870.016,50	R\$ 7.892.432,51	R\$ 7.914.848,52	R\$ 7.937.264,53	R\$ 7.959.680,54	R\$ 7.982.096,55	R\$ 8.004.512,56	R\$ 8.026.928,57	R\$ 8.049.344,58	R\$ 8.071.760,59	R\$ 8.094.176,60	R\$ 8.116.592,61	R\$ 8.139.008,62	R\$ 8.161.424,63	R\$ 8.183.840,64	R\$ 8.206.256,65	R\$ 8.228.672,66	R\$ 8.251.088,67	R\$ 8.273.504,68	R\$ 8.295.920,69	R\$ 8.318.336,70	R\$ 8.340.752,71	R\$ 8.363.168,72	R\$ 8.385.584,73	R\$ 8.408.000,74	R\$ 8.430.416,75	R\$ 8.452.832,76	R\$ 8.475.248,77	R\$ 8.497.664,78	R\$ 8.520.080,79	R\$ 8.542.496,80	R\$ 8.564.912,81	R\$ 8.587.328,82	R\$ 8.609.744,83	R\$ 8.632.160,84	R\$ 8.654.576,85	R\$ 8.676.992,86	R\$ 8.699.408,87	R\$ 8.721.824,88	R\$ 8.744.240,89	R\$ 8.766.656,90	R\$ 8.789.072,91	R\$ 8.811.488,92	R\$ 8.833.904,93	R\$ 8.856.320,94	R\$ 8.878.736,95	R\$ 8.901.152,96	R\$ 8.923.568,97	R\$ 8.945.984,98	R\$ 8.968.400,99	R\$ 8.990.816,00	R\$ 9.013.232,01	R\$ 9.035.648,02	R\$ 9.058.064,03	R\$ 9.080.480,04	R\$ 9.102.896,05	R\$ 9.125.312,06	R\$ 9.147.728,07	R\$ 9.170.144,08	R\$ 9.192.560,09	R\$ 9.214.976,10	R\$ 9.237.392,11	R\$ 9.259.808,12	R\$ 9.282.224,13	R\$ 9.304.640,14	R\$ 9.327.056,15	R\$ 9.349.472,16	R\$ 9.371.888,17	R\$ 9.394.304,18	R\$ 9.416.720,19	R\$ 9.439.136,20	R\$ 9.461.552,21	R\$ 9.483.968,22	R\$ 9.506.384,23	R\$ 9.528.800,24	R\$ 9.551.216,25	R\$ 9.573.632,26	R\$ 9.596.048,27	R\$ 9.618.464,28	R\$ 9.640.880,29	R\$ 9.663.296,30	R\$ 9.685.712,31	R\$ 9.708.128,32	R\$ 9.730.544,33	R\$ 9.752.960,34	R\$ 9.775.376,35	R\$ 9.797.792,36	R\$ 9.820.208,37	R\$ 9.842.624,38	R\$ 9.865.040,39	R\$ 9.887.456,40	R\$ 9.909.872,41	R\$ 9.932.288,42	R\$ 9.954.704,43	R\$ 9.977.120,44	R\$ 1.000.536,45	R\$ 1.022.952,46	R\$ 1.045.368,47	R\$ 1.067.784,48	R\$ 1.090.200,49	R\$ 1.112.616,50	R\$ 1.135.032,51	R\$ 1.157.448,52	R\$ 1.179.864,53	R\$ 1.202.280,54	R\$ 1.224.696,55	R\$ 1.247.112,56	R\$ 1.269.528,57	R\$ 1.291.944,58	R\$ 1.314.360,59	R\$ 1.336.776,60	R\$ 1.359.192,61	R\$ 1.381.608,62	R\$ 1.404.024,63	R\$ 1.426.440,64	R\$ 1.448.856,65	R\$ 1.471.272,66	R\$ 1.493.688,67	R\$ 1.516.104,68	R\$ 1.538.520,69	R\$ 1.560.936,70	R\$ 1.583.352,71	R\$ 1.605.768,72	R\$ 1.628.184,73	R\$ 1.650.600,74	R\$ 1.673.016,75	R\$ 1.695.432,76	R\$ 1.717.848,77	R\$ 1.740.264,78	R\$ 1.762.680,79	R\$ 1.785.096,80	R\$ 1.807.512,81	R\$ 1.829.928,82	R\$ 1.852.344,83	R\$ 1.874.760,84	R\$ 1.897.176,85	R\$ 1.919.592,86	R\$ 1.942.008,87	R\$ 1.964.424,88	R\$ 1.986.840,89	R\$ 2.009.256,90	R\$ 2.031.672,91	R\$ 2.054.088,92	R\$ 2.076.504,93	R\$ 2.098.920,94	R\$ 2.121.336,95	R\$ 2.143.752,96	R\$ 2.166.168,97	R\$ 2.188.584,98	R\$ 2.211.000,99	R\$ 2.233.416,00	R\$ 2.255.832,01	R\$ 2.278.248,02	R\$ 2.300.664,03	R\$ 2.323.080,04	R\$ 2.345.496,05	R\$ 2.367.912,06	R\$ 2.390.328,07	R\$ 2.412.744,08	R\$ 2.435.160,09	R\$ 2.457.576,10	R\$ 2.480.992,11	R\$ 2.503.408,12	R\$ 2.525.824,13	R\$ 2.548.240,14	R\$ 2.570.656,15	R\$ 2.593.072,16	R\$ 2.615.488,17	R\$ 2.637.904,18	R\$ 2.660.320,19	R\$ 2.682.736,20	R\$ 2.705.152,21	R\$ 2.727.568,22	R\$ 2.750.984,23	R\$ 2.773.400,24	R\$ 2.795.816,25	R\$ 2.818.232,26	R\$ 2.840.648,27	R\$ 2.863.064,28	R\$ 2.885.480,29	R\$ 2.907.896,30	R\$ 2.930.312,31	R\$ 2.952.728,32	R\$ 2.975.144,33	R\$ 2.997.560,34	R\$ 3.020.976,35	R\$ 3.043.392,36	R\$ 3.065.808,37	R\$ 3.088.224,38	R\$ 3.110.640,39	R\$ 3.133.056,40	R\$ 3.155.472,41	R\$ 3.177.888,42	R\$ 3.200.304,43	R\$ 3.222.720,44	R\$ 3.245.136,45	R\$ 3.267.552,46	R\$ 3.290.968,47	R\$ 3.313.384,48	R\$ 3.335.800,49	R\$ 3.358.216,50	R\$ 3.380.632,51	R\$ 3.403.048,52	R\$ 3.425.464,53	R\$ 3.447.880,54	R\$ 3.470.296,55	R\$ 3.492.712,56	R\$ 3.515.128,57	R\$ 3.537.544,58	R\$ 3.559.960,59	R\$ 3.582.376,60	R\$ 3.604.792,61	R\$ 3.627.208,62	R\$ 3.649.624,63	R\$ 3.672.040,64	R\$ 3.694.456,65	R\$ 3.716.872,66	R\$ 3.739.288,67	R\$ 3.761.704,68	R\$ 3.784.120,69	R\$ 3.806.536,70	R\$ 3.828.952,71	R\$ 3.851.368,72	R\$ 3.873.784,73	R\$ 3.896.200,74	R\$ 3.918.616,75	R\$ 3.941.032,76	R\$ 3.963.448,77	R\$ 3.985.864,78	R\$ 4.008.280,79	R\$ 4.030.696,80	R\$ 4.053.112,81	R\$ 4.075.528,82	R\$ 4.097.944,83	R\$ 4.120.360,84	R\$ 4.142.776,85	R\$ 4.165.192,86	R\$ 4.187.608,87	R\$ 4.210.024,88	R\$ 4.232.440,89	R\$ 4.254.856,90	R\$ 4.277.272,91	R\$ 4.299.688,92	R\$ 4.322.104,93	R\$ 4.344.520,94	R\$ 4.366.936,95	R\$ 4.389.352,96	R\$ 4.411.768,97	R\$ 4.434.184,98	R\$ 4.456.600,99	R\$ 4.479.016,00	R\$ 4.501.432,01	R\$ 4.523.848,02	R\$ 4.546.264,03	R\$ 4.568.680,04	R\$ 4.591.096,05	R\$ 4.613.512,06	R\$ 4.6

FIGURA 31 - FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS ANO V

ANO II	SALDO	FLUXO DE CAIXA MÊS A MÊS - ANO V											
		JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
SALDO INICIAL	-	-	R\$ 24.129,69	R\$ 48.259,38	R\$ 72.389,07	R\$ 96.330,35	R\$ 120.460,04	R\$ 144.589,73	R\$ 168.719,42	R\$ 192.849,11	R\$ 216.978,80	R\$ 241.108,49	R\$ 265.238,18
VENDAS	-	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53	R\$ 61.768,53
ENTRADA DE CAIXA	R\$ 0,00	R\$ 61.768,53	R\$ 85.898,22	R\$ 110.027,91	R\$ 134.157,60	R\$ 158.098,88	R\$ 182.228,57	R\$ 206.358,26	R\$ 230.487,95	R\$ 254.617,64	R\$ 278.747,33	R\$ 302.877,02	R\$ 327.006,71
DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 0,00	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59	R\$ 20.741,59
Compra de mercadorias	-	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88	R\$ 17.547,88
Custo com E-Commerce	-	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79	R\$ 1.754,79
Fretes/Correios	-	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37	R\$ 1.111,37
Deslocamento	-	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56	R\$ 327,56
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 0,00	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.922,83	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42	R\$ 4.734,42
Investimento inicial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguro	-	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41	R\$ 760,41
Aluguel/Água/Energia/Internet	-	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56	R\$ 1.825,56
Contabilidade	-	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 539,37	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96	R\$ 350,96
Material de suprimento	-	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91	R\$ 546,91
Marketing	-	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93	R\$ 584,93
Sistema	-	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65	R\$ 665,65
DESPESAS FINANCEIRAS	-	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45
Tarifas bancárias	-	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45	R\$ 409,45
IMPOSTOS	-	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23
Simples Nacional	-	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23	R\$ 4.734,23
RETIRADA DOS SÓCIOS	-	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15
Pró-Labore	-	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15	R\$ 7.019,15
DESPESAS TOTAIS	R\$ 0,00	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.827,26	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84
SAÍDA DE CAIXA	R\$ 0,00	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.827,26	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84	R\$ 37.638,84
FLUXO DO PERÍODO	R\$ 0,00	R\$ 24.129,69	R\$ 48.259,38	R\$ 72.389,07	R\$ 96.330,35	R\$ 120.460,04	R\$ 144.589,73	R\$ 168.719,42	R\$ 192.849,11	R\$ 216.978,80	R\$ 241.108,49	R\$ 265.238,18	R\$ 289.367,87
RENDIMENTO (1,5%)	-	R\$ 361,95	R\$ 723,89	R\$ 1.085,84	R\$ 1.444,96	R\$ 1.806,90	R\$ 2.168,85	R\$ 2.530,79	R\$ 2.892,74	R\$ 3.254,68	R\$ 3.616,63	R\$ 3.978,57	R\$ 4.340,52
SALDO + RENDIMENTO	R\$ 283.201,47	R\$ 24.491,64	R\$ 48.983,27	R\$ 73.474,91	R\$ 97.775,30	R\$ 122.266,94	R\$ 146.758,57	R\$ 171.250,21	R\$ 195.741,84	R\$ 220.233,48	R\$ 244.725,12	R\$ 269.216,75	R\$ 293.708,39
SALDO FINAL	R\$ 283.201,47	R\$ 24.491,64	R\$ 48.983,27	R\$ 73.474,91	R\$ 97.775,30	R\$ 122.266,94	R\$ 146.758,57	R\$ 171.250,21	R\$ 195.741,84	R\$ 220.233,48	R\$ 244.725,12	R\$ 269.216,75	R\$ 293.708,39

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

FIGURA 32 - RESUMO FLUXO DE CAIXA DOS 5 ANOS

RESUMO FLUXO DE CAIXA → 5 ANOS					
	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
CAPITAL INICIAL	R\$ 30.000,00	-	-	-	-
VENDAS	R\$ 633.600,00	R\$ 658.944,00	R\$ 685.301,76	R\$ 712.713,83	R\$ 741.222,38
ENTRADA DE CAIXA	R\$ 663.600,00	R\$ 658.944,00	R\$ 685.301,76	R\$ 712.713,83	R\$ 741.222,38
DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 212.760,00	R\$ 221.270,40	R\$ 230.121,22	R\$ 239.326,06	R\$ 248.899,11
Compra de mercadorias	R\$ 180.000,00	R\$ 187.200,00	R\$ 194.688,00	R\$ 202.475,52	R\$ 210.574,54
Custo com E-Commerce	R\$ 18.000,00	R\$ 18.720,00	R\$ 19.468,80	R\$ 20.247,55	R\$ 21.057,45
Fretes/Correios	R\$ 11.400,00	R\$ 11.856,00	R\$ 12.330,24	R\$ 12.823,45	R\$ 13.336,39
Deslocamento	R\$ 3.360,00	R\$ 3.494,40	R\$ 3.634,18	R\$ 3.779,54	R\$ 3.930,72
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 78.564,00	R\$ 50.674,06	R\$ 52.701,02	R\$ 54.809,06	R\$ 57.001,43
Investimento inicial	R\$ 30.000,00	-	-	-	-
Seguro	R\$ 7.800,00	R\$ 8.112,00	R\$ 8.436,48	R\$ 8.773,94	R\$ 9.124,90
Aluguel/Água/Energia/Internet	R\$ 18.726,00	R\$ 19.475,04	R\$ 20.254,04	R\$ 21.064,20	R\$ 21.906,77
Contabilidade	R\$ 3.600,00	R\$ 3.911,50	R\$ 4.067,96	R\$ 4.230,68	R\$ 4.399,91
Material de suprimento	R\$ 5.610,00	R\$ 5.834,40	R\$ 6.067,78	R\$ 6.310,49	R\$ 6.562,91
Marketing	R\$ 6.000,00	R\$ 6.240,00	R\$ 6.489,60	R\$ 6.749,18	R\$ 7.019,15
Sistema	R\$ 6.828,00	R\$ 7.101,12	R\$ 7.385,16	R\$ 7.680,57	R\$ 7.987,79
DESPESAS FINANCEIRAS	R\$ 4.200,00	R\$ 4.368,00	R\$ 4.542,72	R\$ 4.724,43	R\$ 4.913,41
Tarifas bancárias	R\$ 4.200,00	R\$ 4.368,00	R\$ 4.542,72	R\$ 4.724,43	R\$ 4.913,41
IMPOSTOS	R\$ 46.332,00	R\$ 48.739,68	R\$ 51.243,72	R\$ 53.847,84	R\$ 56.810,76
Simplex Nacional	R\$ 46.332,00	R\$ 48.739,68	R\$ 51.243,72	R\$ 53.847,84	R\$ 56.810,76
RETIRADA DOS SÓCIOS	R\$ 72.000,00	R\$ 74.880,00	R\$ 77.875,20	R\$ 80.990,21	R\$ 84.229,82
Pró-Labore	R\$ 72.000,00	R\$ 74.880,00	R\$ 77.875,20	R\$ 80.990,21	R\$ 84.229,82
DESPESAS TOTAIS	R\$ 413.856,00	R\$ 399.932,14	R\$ 416.483,88	R\$ 433.697,60	R\$ 451.854,52
SAÍDA DE CAIXA	R\$ 249.744,00	R\$ 259.011,86	R\$ 268.817,88	R\$ 279.016,23	R\$ 289.367,87
FLUXO DO PERÍODO	R\$ 413.856,00	R\$ 399.932,14	R\$ 416.483,88	R\$ 433.697,60	R\$ 451.854,52
RENDIMENTO (1,5%)	R\$ 6.207,84	R\$ 5.998,98	R\$ 6.247,26	R\$ 6.505,46	R\$ 6.777,82
SALDO + RENDIMENTO	R\$ 420.063,84	R\$ 405.931,12	R\$ 422.731,14	R\$ 440.203,07	R\$ 458.632,33
SALDO FINAL	R\$ 420.063,84	R\$ 405.931,12	R\$ 422.731,14	R\$ 440.203,07	R\$ 458.632,33

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.5 BALANÇO PATRIMONIAL

O balanço patrimonial é um relatório contábil que apresenta a posição financeira de uma empresa em um determinado momento. Ele é dividido em ativos (bens e direitos), passivos (obrigações) e patrimônio líquido (diferença entre ativos e passivos), permitindo avaliar a saúde financeira e a estrutura de capital da organização. Veja abaixo o balanço patrimonial da Cherry Glow:

FIGURA 33 - BALANÇO PATRIMONIAL - 5 ANOS

BALANÇO PATRIMONIAL → 5 ANOS					
DESCRIÇÃO	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V
ATIVO	R\$ 313.272,00	R\$ 539.935,00	R\$ 775.360,00	R\$ 1.019.894,00	R\$ 1.273.654,00
CIRCULANTE	R\$ 289.272,00	R\$ 521.935,00	R\$ 763.360,00	R\$ 1.013.894,00	R\$ 1.273.654,00
DISPONÍVEL	R\$ 180.072,00	R\$ 408.367,00	R\$ 645.249,00	R\$ 891.059,00	R\$ 1.145.905,00
CONTAS A RECEBER	R\$ 79.200,00	R\$ 82.368,00	R\$ 85.663,00	R\$ 89.089,00	R\$ 92.653,00
ESTOQUES	R\$ 30.000,00	R\$ 31.200,00	R\$ 32.448,00	R\$ 33.746,00	R\$ 35.096,00
NÃO CIRCULANTE	R\$ 24.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 0,00
IMOBILIZADO	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
(-) DEPRECIÇÃO ACUM.	R\$ 6.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 18.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 30.000,00
PASSIVO	R\$ 313.272,00	R\$ 539.935,00	R\$ 775.359,00	R\$ 1.019.894,00	R\$ 1.273.654,00
CIRCULANTE	R\$ 15.000,00	R\$ 15.600,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.873,00	R\$ 17.548,00
FORNECEDORES	R\$ 15.000,00	R\$ 15.600,00	R\$ 16.224,00	R\$ 16.873,00	R\$ 17.548,00
NÃO CIRCULANTE	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 298.272,00	R\$ 524.335,00	R\$ 759.135,00	R\$ 1.003.021,00	R\$ 1.256.106,00
CAPITAL SOCIAL	R\$ 80.000,00	R\$ 80.000,00	R\$ 80.000,00	R\$ 80.000,00	R\$ 80.000,00
LUCRO DO PERÍODO	R\$ 218.272,00	R\$ 226.063,00	R\$ 234.800,00	R\$ 243.886,00	R\$ 253.085,00
LUCRO ACUMULADO	R\$ 218.272,00	R\$ 444.335,00	R\$ 679.135,00	R\$ 923.021,00	R\$ 1.176.106,00

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.6 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um relatório contábil que mostra o desempenho financeiro de uma empresa em um período específico. Ela detalha receitas, custos, despesas e o lucro ou prejuízo, permitindo avaliar a eficiência operacional e a lucratividade da empresa. Veja abaixo o DRE da Cherry Glow anual de um período de 5 anos:

Abaixo consta o DRE anual de um período de 5 anos:

FIGURA 34 - DRE PARA 5 ANOS

DRE → 5 ANOS						
	ANO I	ANO II	ANO III	ANO IV	ANO V	ACUM. 5 ANOS
RECEITA BRUTA	R\$ 633.600,00	R\$ 658.944,00	R\$ 685.301,76	R\$ 712.713,83	R\$ 741.222,38	R\$ 3.431.781,97
(-) Simples Nacional	R\$ 46.332,00	R\$ 48.739,68	R\$ 51.243,72	R\$ 53.847,84	R\$ 56.810,76	R\$ 256.974,00
(=) RECEITA LÍQUIDA	R\$ 587.268,00	R\$ 610.204,32	R\$ 634.058,04	R\$ 658.865,99	R\$ 684.411,62	R\$ 3.174.807,97
(-) Custo Mercadoria Vendida	R\$ 180.000,00	R\$ 187.200,00	R\$ 194.688,00	R\$ 202.475,52	R\$ 210.574,54	R\$ 974.938,06
(=) LUCRO BRUTO	R\$ 407.268,00	R\$ 423.004,32	R\$ 439.370,04	R\$ 456.390,47	R\$ 473.837,08	R\$ 2.199.869,91
(-) Despesas com Vendas	R\$ 32.760,00	R\$ 34.070,40	R\$ 35.433,22	R\$ 36.850,54	R\$ 38.324,57	R\$ 177.438,73
(-) Despesas Administrativas	R\$ 48.564,00	R\$ 50.674,06	R\$ 52.701,02	R\$ 54.809,06	R\$ 57.001,43	R\$ 263.749,57
(-) PDD	R\$ 31.680,00	R\$ 32.947,20	R\$ 34.265,09	R\$ 35.635,69	R\$ 37.061,12	R\$ 171.589,10
(-) Depreciação	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 30.000,00
(-) Pró Labore	R\$ 72.000,00	R\$ 74.880,00	R\$ 77.875,20	R\$ 80.990,21	R\$ 84.229,82	R\$ 389.975,22
(=) LUCRO OPERACIONAL	R\$ 216.264,00	R\$ 224.432,66	R\$ 233.095,51	R\$ 242.104,96	R\$ 251.220,16	R\$ 1.167.117,29
(-) Despesas Financeiras	R\$ 4.200,00	R\$ 4.368,00	R\$ 4.542,72	R\$ 4.724,43	R\$ 4.913,41	R\$ 22.748,55
(+) Receitas Financeiras	R\$ 6.207,84	R\$ 5.998,98	R\$ 6.247,26	R\$ 6.505,46	R\$ 6.777,82	R\$ 31.737,36
(=) RESULTADO LÍQUIDO	R\$ 218.272,00	R\$ 226.063,00	R\$ 234.800,00	R\$ 243.886,00	R\$ 253.085,00	R\$ 1.176.106,00
Margem Bruta	64,28%	64,19%	64,11%	64,04%	63,93%	64,10%
Margem Líquida	34,45%	34,31%	34,26%	34,22%	34,14%	34,27%

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.7 PONTO DE EQUILÍBRIO - PE

O ponto de equilíbrio é o nível de vendas em que as receitas totais igualam os custos totais, resultando em lucro zero. É importante para entender quando um negócio começa a gerar lucro. O ponto de equilíbrio da Cherry Glow é obtido com a receita em R\$ 23.211,02 e o custo total em R\$ 23.211,02, gerando um resultado zerado e uma margem de 66%. Como demonstra a tabela e gráfico abaixo:

FIGURA 35 - PONTO DE EQUILÍBRIO

PONTO DE EQUILÍBRIO					
RECEITA	GASTO FIXO	%MC	GASTO VARIÁVEL	GASTO TOTAL	RESULTADO
4.642,20	15.249,68	66%	1.592,27	16.841,95	-12.199,74
9.284,41	15.249,68	66%	3.184,54	18.434,22	-9.149,81
13.926,61	15.249,68	66%	4.776,81	20.026,49	-6.099,87
18.568,82	15.249,68	66%	6.369,07	21.618,75	-3.049,94
23.211,02	15.249,68	66%	7.961,34	23.211,02	-
27.853,23	15.249,68	66%	9.553,61	24.803,29	3.049,94
32.495,43	15.249,68	66%	11.145,88	26.395,56	6.099,87
37.137,64	15.249,68	66%	12.738,15	27.987,83	9.149,81
41.779,84	15.249,68	66%	14.330,42	29.580,10	12.199,74

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

GRÁFICO 13 - PONTO DE EQUILÍBRIO



Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.8 PAYBACK

O *payback* é o tempo necessário para que o investimento inicial de um projeto seja recuperado pelos fluxos de caixa gerados, indicando a rapidez do retorno do investimento. O *payback simples* da Cherry Glow é de 4,28 e o *payback descontado* é de 4,92, indicando que o negócio tem um prazo viável.

FIGURA 36 - PAYBACK

PAYBACK CHERRY GLOW		
INDICADORES DE DESEMPENHO		
PAYBACK SIMPLES	MESES	4,28
PAYBACK DESCONTADO	MESES	4,92

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.9 TIR

A Taxa Interna de Retorno (TIR) é a taxa de desconto que torna o valor presente líquido (VPL) de um projeto igual a zero, refletindo a rentabilidade esperada do investimento. A TIR da Cherry Glow é de 283,49%, indicando um bom investimento.

FIGURA 37 - TIR

TIR CHERRY GLOW	
INDICADORES DE DESEMPENHO	
TAXA INTERNA DE RETORNO (TIR)	283,49%

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.10 VPL

O Valor Presente Líquido (VPL) é a soma dos fluxos de caixa futuros de um investimento, descontados a uma taxa específica, menos o investimento inicial, indicando a viabilidade financeira do projeto. O VPL da Cherry Glow é de R\$ 720.506,17, indicando que a empresa é viável.

FIGURA 38 – VPL

VPL CHERRY GLOW	
INDICADORES DE DESEMPENHO	
VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	R\$ 720.506,17

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

12.11 TAXA DE LUCRATIVIDADE

A Taxa de Lucratividade é o resultado entre o lucro líquido e a receita total do período. A Taxa de Lucratividade da Cherry Glow finalizou em 9,01 no período de 5 anos, sendo um resultado positivo.

FIGURA 39 – TAXA DE LUCRATIVIDADE

TAXA DE LUCRATIVIDADE CHERRY GLOW	
INDICADORES DE DESEMPENHO	
TAXA DE LUCRATIVIDADE	9,01

Fonte: elaborado pelas autoras (2024)

13 CONCLUSÃO E ANÁLISE DE VIABILIDADE

O objetivo deste estudo foi avaliar a viabilidade da Cherry Glow, uma loja de lingerie e sex shop. Inicialmente, foram examinadas as tendências de mercado e a demanda por produtos nesse segmento, revelando um interesse crescente por opções de lingerie e produtos eróticos de qualidade. Com o modelo de trabalho discreto da Cherry Glow, as mulheres e aqueles que se identificam com o gênero, se sentirão mais confortáveis e seguros para adquirirem produtos que visam o prazer feminino. Os resultados financeiros apontaram para um cenário promissor para a Cherry Glow. Com um período de *payback* de 4,92, uma TIR de 283,89% e um VPL positivo de R\$ 720.506,17, ficou claro que a empresa possui uma base financeira sólida e um potencial lucrativo significativo.

Portanto, com base nas análises realizadas, é possível concluir que a Cherry Glow é não apenas viável, mas também representa um investimento atraente. Além de atender a uma demanda crescente por produtos eróticos de qualidade, a empresa tem o potencial de contribuir para a liberdade sexual e o empoderamento pessoal feminino, enquanto gera impacto positivo na economia local e na sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. 1ª ed. São Paulo: Thomson, 2007.

BARUFI, Luiza, **‘O Crescimento Das Sex Shop Na Visão de Três Mulheres Empreendedoras’**, *Metrópoles*, (2021). Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/pouca-vergonha/o-crescimento-das-sex-shop-na-visao-de-tres-mulheres-empendedoras>. Acesso em: 20 de set. 2023.

BOLZANI, Isabela, do, **‘Do Sex Toy Ao Podcast Erótico: Mercado de Bem-Estar Sexual Cresce Com Novas Gerações E Lideranças Femininas’**, *G1*, (2023). Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/02/10/do-sex-toy-ao-podcast-erotico-mercado-de-bem-estar-sexual-cresce-com-novas-geracoes-e-liderancas-femininas.ghtml>. Acesso em: 20 de set. 2023.

BRAGA, Danúbia, e Bruno Oliveira, **‘Empreendedorismo Feminino No Brasil Aumenta 41% Durante a Pandemia, Diz LinkedIn’**, *CNN Brasil* (2020). Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/empreendedorismo-feminino-no-brasil-aumenta-41-durante-a-pandemia-diz-linkedin/>. Acesso em: 09 de set. 2023.

CELERO, **“Análise financeira: o que é e como fazer da sua empresa”**, *Celero.com.br* (2022). Disponível em: <https://celero.com.br/blog/analise-financeira/>. Acesso em: 09 mar. 2024.

DÉBORA, A. **“Estratégia de Marketing: o que é e como criar”**, *Sebrae.com.br* (2023). Disponível em: <https://blog.rn.sebrae.com.br/estrategia-de-marketing/>. Acesso em: 02 mar. 2024.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**, 5ª ed. São Paulo: LTC, 2013.

EXACT business intelligence, **“Plano de Negócios: Você sabe o que é?”** *Exact.com.br* (2020). Disponível em: <https://exactbi.com.br/plano-de-negocios/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

GOULARTI, Isabella, em **‘O Sex Shop Foi O Mercado Que Mais Cresceu Durante a Pandemia | O Imparcial’**, *O Imparcial* (2021). Disponível em: <https://oimparcial.com.br/entretenimento-e-cultura/2021/03/o-sex-shop-foi-o-mercado-que-mais-cresceu-durante-a->

[pandemia/#:~:text=Na%20pandemia%20foi%20um%20dos,e%20um%20faturament o%20de%2050%25](#). Acesso 20 de set 2023.

GOV, '**Governo Aumenta Participação Das Mulheres Em Cargos de Liderança**', *Ministério Da Gestão E Da Inovação Em Serviços Públicos*, (2023). Disponível em: <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/governo-aumenta-participacao-das-mulheres-em-cargos-de-lideranca>. Acesso em: 15 out. 2023.

GOV, "**Portal de Dados Abertos**", Gov.com.br (2022). Disponível em: <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/cadastro-nacional-da-pessoa-juridica---cnpj>. Acesso em: Acesso em: 23 mar. 2024.

IBGE, '**Em 2022, Mulheres Dedicaram 9,6 Horas Por Semana a Mais Do Que Os Homens Aos Afazeres Domésticos Ou Ao Cuidado de Pessoas | Agência de Notícias**', *Agência de Notícias - IBGE*, (2023). Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37621-em-2022-mulheres-dedicaram-9-6-horas-por-semana-a-mais-do-que-os-homens-aos-afazeres-domesticos-ou-ao-cuidado-de-pessoas>. Acesso em: 09 de set. 2023.

INSIGHTS, "**O que é ambiente demográfico no marketing?**", portalinsights.com.br (2022). Disponível em: <https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/o-que-e-ambiente-demografico-no-marketing>. Acesso em: 09 mar. 2024.

Máxima Digital, '**Especialista Fala Sobre Tabu de Comprar Brinquedos Eróticos: "Sempre Pareceu Algo Clandestino"**', *Máxima* (2022). Disponível em: <https://maxima.uol.com.br/noticias/comportamento/especialista-fala-sobre-tabu-de-comprar-brinquedos-eroticos-sempre-pareceu-algo-clandestino.phtml>. Acesso em: 13 out. 2023.

MINTZ, Laurie, "**Sexo: por que mulheres têm menos orgasmos do que homens**", BBCNEWS.COM, (2023), Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cw89we0vv8do.amp>. Acesso em: 02 mar. 2024.

OMS, '**Covid 19 | Biblioteca Virtual Em Saúde MS**', *Saude.gov.br*, (2021). Disponível em: <https://bvsmms.saude.gov.br/covid-19-2/#:~:text=Covid%2019%20%C3%A9%20uma%20infec%C3%A7%C3%A3o,se%20p or%20todo%20o%20mundo>. Acesso em: 10 out. 2023.

SANTOS, Julianna, ‘**21/02 – WORKSHOP de EDUCAÇÃO SEXUAL PARA EMPREENDEDORES de SEX SHOP**’, *Mercado Erótico* (Mercado Erótico, 2021). Disponível em: <https://www.mercadoerotico.org/21-02-workshop-de-educacao-sexual-para-empresendedores-de-sex-shop/>. Acesso em: 20 de set. 2023.

SCHIAVON, Adriana em “**CANVAS: a ferramenta para estruturar seu modelo de negócios!**” *Canvas* (2020). Disponível em: <https://comunidade-apps.pr.sebrae.com.br/comunidade/artigo/canvas-a-ferramenta-para-estruturar-seu-modelo-de-negocios-1>. Acesso em: 10 set. 2023.

SEBRAE, “**Plano de Negócio: Por Que Ele é Tão Importante Para Abrir Sua Empresa?**” - *Sebrae*, *Sebrae.com.br* (2019). Disponível em : <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/plano-de-negocio-porque-ele-e-tao-importante-para-abrir-a-sua-empresa,05bdf074cdcda510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 05 de out. 2023.

SEBRAE, ‘**10 Características de Uma Empreendedora de Sucesso - Sebrae**’, *Sebrae.com.br* (2023). Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreededorismofeminino/10-caracteristicas-de-uma-empreendedora-de-sucesso,042b4f9e53bd7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 14 Out. 2023.

SEBRAE, ‘**Como Montar Uma Sex Shop - Sebrae**’, *Sebrae.com.br* (2020). Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-sex-shop,d71ea36382b3f510VgnVCM1000004c00210aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em: 20 de set. 2023.

SEBRAE, ‘**Conheça a Análise SWOT - Sebrae**’, *Sebrae.com.br* (2023). Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conheca-a-analise-swot,202f64e8feb67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 30 de set. 2023.

SEBRAE, ‘**Sebrae Canvas - Crie Um Modelo de Negócios Canvas Gratuito**’, *Sebrae.com.br*, (2023). Disponível em: <https://canvas-apps.pr.sebrae.com.br/>. Acesso em: 30 de set. 2023.

SEBRAE, ‘**Tudo O Que Você Precisa Saber Para Criar O Seu Plano de Negócio - Sebrae**’, *Sebrae.com.br* (2022) . Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 01 de out. 2023.

SEBRAE, “**Como fazer análise do ambiente de negócio**”, Sebrae.com.br (2023). Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-analise-do-ambiente-de-negocio,553a47527de96810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 02 mar. 2024.

SEBRAE, “**Como fazer um plano de marketing**”, Sebrae.com.br (2022). Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fazer-um-plano-de-marketing,aa74b6ca7f5e3810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 09 mar. 2024.

SEBRAE, “**O que é Planejamento Financeiro e como fazer a sua planilha de gastos**” Sebrae.com.br (2023). Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/o-que-e-planejamento-financeiro-e-como-fazer-a-sua-planilha-de-gastos,94168d2dd9b3c810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 23 mar. 2024.

TORRES, Vitor, “**Tabela Simples Nacional 2024 Completa**”, Contabilizei.com.br (2017). Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa/>. Acesso em: 11 maio 2024

TOSHI, R. “**Entenda o que é microambiente e macroambiente empresarial**”. SG Sistemas, (2022). Disponível em: <https://sgsistemas.com.br/microambiente-e-macroambiente/>. Acesso em: 02 mar. 2024.

VASCONCELLOS, Paulo, “**Análise ambiental para o planejamento estratégico**”, Scielo.com.br (2013). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/cnJRg9LR4476DHzKy8Sp4pR/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

ZILIOTTO, Luana, ‘**Estudo de Viabilidade de Uma Loja Online de Roupas Íntimas**’, *Repositorio.ucs.br*, (2022). Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/11338/11302>. Acesso em: 21 de set. 2023.