

LOJA DE SEX SHOP

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia : terciário

Ramo de Atividade : comércio

Tipo de Negócio : comercialização de produtos eróticos e lingerie

Produtos Ofertados/Produzidos : lingerie, vibradores, bonecas infláveis, cosméticos, bijuterias, miudezas como chaveiros e preservativos, fitas de vídeo, chocolates e vitaminas, entre outros.

Investimento Inicial : R\$ 89 mil.

Área Mínima : 40 m²

APRESENTAÇÃO

Atender às necessidades sensuais das pessoas tornou-se um excelente negócio, pois o setor erótico brasileiro cresce em média 15% ao ano. A mudança coincide com a abertura de lojas mais freqüentáveis e com um visual menos agressivo. Uma boutique sensual: é assim que alguns empresários definem o formato da loja de Sex Shop. Ela parece vender só lingerie, mas em seu interior são comercializados produtos eróticos diversos.

MERCADO

Mesmo com a estagnação da economia brasileira nos últimos anos, o mercado erótico, que engloba a venda e o consumo de produtos ligados ao sexo, não pára de crescer. Os produtos com fabricação nacional representam 45% do mercado erótico, segundo dados da Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (Abeme); setor cresceu 17% em 2010. A China, líder em exportação para o Brasil em diversos setores, como o de eletroeletrônicos, participa deste mercado com 30% dos itens comercializados. No mercado mundial, 70% dos produtos disponíveis são chineses.

De acordo com Paula Aguiar, presidente da ABEME, os números demonstram a força do mercado nacional nesse setor e é um reflexo do aumento no número de consultoras que vendem por catálogo e atendem principalmente as classes C e D, que buscam preços mais baixos. Para se ter ideia, em 2006 — quando surgiram os primeiros catálogos com produtos sensuais e eróticos — eram apenas 300 consultoras. Hoje esse número chega a 40 mil. O aumento é creditado à adesão das distribuidoras de catálogos de produtos para casa e de beleza, que aderiram aos novos catálogos em 2007.

Com o lançamento do filme 'De pernas para o ar', no início do ano, a procura tem aumentado ainda mais. O filme conta a história de uma executiva que, após ser demitida, entra para o ramo de venda porta a porta de produtos eróticos. Ele estimulou muito a venda dos produtos.

O setor de produtos eróticos e sensuais registrou um movimento de R\$1 bilhão no ano passado. Em todo o mundo, o crescimento foi de 30%. O Brasil já ocupa a terceira posição nas vendas diretas e gera 100 mil empregos diretos e indiretos. Já são 10 mil pontos de vendas em todo o país. As vendas diretas, feitas por catálogos ou por meio de redes sociais e outros sites, aumentaram 17,2% e atualmente representam 18% desse mercado. As lojas físicas detêm 25%, enquanto a comercialização via internet ainda domina o setor, com 57% de participação.

Antes de entrar no mercado, é importante conhecer as características dos seus futuros clientes, porque preferem comprar tais produtos, quando fazem suas compras e quais são suas tendências de consumo são avaliações essenciais para o

sucesso do seu empreendimento.

Destacam-se hoje, as mulheres liderando as compras, com 80%. Com idade variável de 25 a 50 anos, elas estão mais desinibidas e, para preservar sua individualidade, empresários chegam a atender suas clientes em horários marcados. Especialistas do ramo fazem ligação entre o aumento do consumo desses produtos pelo público feminino ao seriado americano *Sex and the City*. O seriado, em que quatro amigas discutiam abertamente sobre suas experiências sexuais, tornou-se febre em todo o mundo, e não havia telespectadora que não se identificasse com pelo menos uma das personagens: a executiva bem-sucedida, a casada recatada, a mulher em busca do príncipe encantado ou a namoradeira assumida. Em comum, todas só pensavam "naquilo". Na vida real, as mulheres bem informadas e de alto poder aquisitivo passaram a invadir o mundo das sex shops, antes freqüentadas basicamente pelos homens. Já os homens e o público GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes) dividem igualmente os restantes 20%.

LOCALIZAÇÃO

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil de sua clientela, uma vez que não adianta oferecer amplo estacionamento e estar longe de pontos de ônibus se este for o meio de transporte predominantemente utilizado por eles.

Como esse tipo de comércio ainda é visto com preconceito por muita gente, o empreendedor deve fazer uma cuidadosa análise do local onde o negócio será instalado, a fim de evitar atritos com a vizinhança. Em São Paulo, por exemplo, as lojas localizam-se em bairros nobres.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado local. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua Loja de Sex Shop. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

A estrutura básica deve contar com uma área mínima de 40m². A decoração deve ser uma das maiores preocupações, com o objetivo de atender às expectativas do exigente público.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são: balcões para exposição; prateleiras; vitrinas e manequins; espelhos; aparelhos de ar condicionado; ECF – Emissor de Cupom Fiscal, Computadores, telefone, etc.

Informatização: uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, garantem a segurança na tomada de decisões, melhora a produtividade e diminui os gastos. Escolha um projeto abrangente que atenda toda a empresa, desde o gerenciamento de conteúdo para websites, até os controles administrativos (financeiro, estoque, caixa, cadastro de clientes, etc.), passando pela automação inclusive: impressoras de grande porte e sistema de código de barras, etc.

INVESTIMENTO

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento.

Considerando uma loja de pequeno porte, montada numa área de 40m², será necessário um investimento de R\$89mil aproximadamente. O investimento abrange as instalações, estoque de produtos, despesas de abertura da empresa e reserva de segurança. Desse capital, são utilizados recursos para compra de uma linha telefônica e dois computadores, uma moto para entrega em domicílio e venda pela Internet.

Obs.: os valores apresentados são indicativos e servem de base para o empresário decidir se vale ou não a pena aprofundar a análise de investimento.

PESSOAL

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. Na área de vendas, saber ouvir, ter boa vontade, ser persistente e flexibilidade, são mais relevantes. Dessa forma, os vendedores devem ser muito bem treinados para mostrar o uso e as características dos produtos sem chocar os clientes e vencer a inibição dos freqüentadores de primeira viagem. Discrção e facilidade para lidar com pessoas também são importantes. Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Ao investir numa loja de Sex Shop, o empresário deverá possuir conhecimento do setor e noções básicas sobre gestão de estoques, já que esse tipo de comércio pode ter até 8.000 itens. Dentre os principais, estão à disposição dos comerciantes: lingerie; vibradores; bonecas infláveis; cosméticos; bijuterias; miudezas como chaveiros e preservativos; fitas de vídeo; produtos de uso medicinal; chocolates e vitaminas; assim como tudo o que se relaciona a fantasias eróticas.

Diante dessa gama de produtos, um dos destaques é a linha de cosméticos, composta por gel, pomadas, cremes e loções excitantes que, segundo empresários do ramo, representam cerca de 40% do volume de vendas.

Pesquisas dão conta de que os sex-shops têm, em média, 700 diferentes itens, com valores que variam de R\$ 3 a R\$ 2 mil. Porém, é possível iniciar com um estoque de 400 itens. O segredo é ter sempre novidades, como as cabines individuais em que o cliente usa para assistir a filmes eróticos por oito minutos. Outros produtos como coleiras, com tachas de metal, que jamais poderiam ser aproveitadas pelo cãozinho da família, são itens obrigatórios nas sex-shops.

Quando o comprador é mulher, a preferência recai sobre outros itens. O primeiro são calcinhas comestíveis, feitas de um material gelatinoso nos sabores cereja, chocolate e morango. O segundo da loja são as lingerie decotadas e transparentes, nas cores preta e vermelha, explosivamente sensuais.

Dentre os produtos mais procurados (principalmente, por catálogo), destaca-se ainda a linha de vibradores. Já na linha de confecções eróticas, as fantasias — de enfermeira, médica e colegial — são as mais procuradas.

Diante do exposto, torna-se fundamental que o empreendedor, antes de iniciar as atividades, visite empresas e feiras do setor, além de instruir-se sobre a gestão de estoques, através do contato com fornecedores de software e da participação em treinamentos sobre o tema.

Por fim, uma dica é investir no ambiente da loja e no bom atendimento, fazendo com que o cliente se sinta a vontade. Aconselha-se, conforme a localização da loja e a legislação específica, que o empreendedor não promova a exposição dos produtos de forte impacto, como filmes que tenham imagens de sexo ou modelos de zonas erógenas, evitando também técnicas e meios de divulgação considerados como atentatórios à moral e aos bons costumes.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que “a propaganda é a alma do negócio”, mas a gente pode continuar dizendo que os “músculos” também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os “músculos” do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo. Voltando à “alma do negócio”, concluímos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico.

Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, “feeling” (sensibilidade) e futuro.

Um dos fatores que ajudaram a quebra dos preconceitos até então existentes foram as propagandas na mídia. A curiosidade impulsionou a visita do público, principalmente o feminino. A Internet é hoje uma das formas mais utilizadas para divulgação de sex shop. As empresas costumam colocar “baners” em sites de sexo de diversas categorias, com links para suas próprias páginas.

DIVERSIFICAÇÃO

Além da venda de produtos, uma opção é a locação de fitas de vídeo e DVDs eróticos, estratégia que pode atrair clientes e estimulá-los a visitar a loja com maior frequência.

Uma novidade em termos de atendimento é, além de vender produtos, ensinar os clientes a usá-los. Através de palestras, um “personal sex trainer”, dá dicas sobre rituais de sedução.

Outra recém-lançada por lojas é o chá-de-lingerie, em substituição ao antigo chá-de-cozinha. A noiva faz uma lista de peças que deseja ganhar e convida as amigas para visitar a loja e, claro, comprar os presentes. De quebra, a homenageada recebe 10% sobre o valor dos produtos que ganhou.

Dicas: não venda para menores de 18 anos; pense em uma decoração de bom gosto e evite imagens de sexo explícito nas vitrines; procure fornecedores estabelecidos e com produtos de qualidade; na linha de cosméticos, faça questão de produtos registrados no Ministério da Saúde e na Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária); é ideal ter ao menos dois vendedores, uma homem e uma mulher, para que os clientes de ambos os sexos sejam atendidos sem se sentirem intimidados; treine os funcionários para que saibam explicar aos clientes como usar os produtos forneça uniformes aos funcionários; os atendentes não podem ser pessoas preconceituosas; pense em oferecer palestras, cursos ou realizar eventos como forma de incrementar a receita; crie um site de vendas pela internet como estratégia para elevar o faturamento.

NOTÍCIAS

Mercado de sex shop cresce e atrai marinhoiros de primeira viagem

Por falta de opção, sorte ou outro fator, cinco empresários entrevistado pelo iG fazem sucesso num negócio que cresceu 17% em 2010 – Por Gustavo Poloni, iG São Paulo - 08/02/2011.

No filme “De Pernas pro Ar”, Alice (personagem interpretada por Ingrid Guimarães) é uma executiva que perde o emprego no departamento de marketing de uma fabricante de brinquedos e resolve usar sua experiência para ajudar uma amiga a salvar seu sex shop. Sem querer, entra num mundo desconhecido e cheio de novidades - e as descobertas garantem boas gargalhadas aos espectadores. A trama é inspirada na história de Érica Rambalde, paulista radicada no Rio de Janeiro que trocou o mercado financeiro pelo erótico após ser demitida do emprego e terminar seu casamento. Com alguns ajustes aqui e ali, a produção poderia se encaixar na trajetória de muitas pessoas que se destacam no setor, que cresceu cerca de 17% em 2010. Para contar a história de alguns deles, o iG entrevistou cinco empresário que se destacam no mercado de produtos eróticos do País (conheça a história deles nos links abaixo). Sem exceção, todos começaram a vender vibradores e gels lubrificantes quase por acaso.

O mercado de produtos eróticos não é novo no Brasil. O primeiro sex shop do País foi inaugurado em 1978 por um empresário que começou a trazer produtos eróticos da Europa. Batizado de Complement, a rede de lojas chegou a ter 22 unidades, mas viu-se obrigada a fechar as portas doze anos depois, por causa do Plano Collor. Apenas nos últimos anos que esse mercado realmente começou a florescer. Segundo a Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (Abeme), 80% das empresas do setor foram criadas nos últimos cinco anos. Algumas delas apresentaram um crescimento incrível nesse período. É o caso da Hot Flowers. Criada por Edvaldo Bertipaglia, ex-vendedor de produtos de limpeza, ela cresceu 1000% de quatro anos para cá. Hoje, fatura R\$ 24 milhões por ano e é a maior fabricante de produtos eróticos da América Latina.

Apesar do crescimento e da consolidação, ninguém sabe ao certo qual é o tamanho do mercado brasileiro de produtos eróticos. Algumas pessoas afirmam que ele movimentaria R\$ 900 milhões ao ano. O problema deste número é que ele está contaminado pela receita de atividades como boates de striptease, motéis e casas de suíngue. Ou seja, é um valor fora da realidade. Nos próximos meses, a Abeme pretende divulgar o resultado de um estudo que vai mensurar o tamanho do mercado. Algumas particularidades, no entanto, já são conhecidas. Existem 30 fabricantes, 50 distribuidores, 15 importadores e 650 lojas virtuais. Ao todo são 10 mil pontos de vendas no país, que incluem também as sacoleiras que oferecem o produto de porta em porta.

O sex shop nasceu na Alemanha e tinha como finalidade cuidar da saúde sexual das mulheres. Na década de 1980, as lojas ficaram mais masculinizadas por conta da venda de filmes pornográficos e dos shows de striptease. Nos últimos 10 anos, no entanto, teve início um processo de retomada dos sex shops pelas mulheres. Apesar da popularização das lojas e o lançamento de filmes como “De Pernas pro Ar”, ainda existe muito tabu e preconceito no Brasil quando o assunto é produto erótico. Nos Estados Unidos, algo em torno de 50% da população adulta já experimentou um vibrador. No Brasil, esse número não passa de 15%. Apesar disso, as vendas não param de crescer. A Loja do Prazer registrou 40% de aumento em 2010 em relação ao ano anterior. Considerada o maior sex shop do País, o site recebe mais de um milhão de visitantes ao mês e fatura oito mil pedidos.

Fonte:

<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/mercado+de+sex+shop+cresc>

CURSOS E TREINAMENTOS

Cursos gerenciais e administrativos: o SEBRAE/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos e palestras abordando os mais variados temas e objetivos. A Educação Empresarial do SEBRAE é um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae, Centro. Vitória/ES CEP: 29010-003 Tel.: 0800 570 0800 - <http://www.es.sebrae.com.br>

Cursos: Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30 h); Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas (carga horária de 20 h); entre outros.

Ensino à distância: Conect – Sebrae/ES – www.conect.es.sebrae.com.br
Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Aprender a Empreender – SEBRAE/NA - www.ead.sebrae.com.br

Palestras Gerenciais: Inovação como Estratégia Competitiva da MPE; Programa Próprio (série de palestras), Atendimento a Clientes; Comece Certo – Planejamento e Análise; Determinação do Capital de Giro; Gerenciando o Fluxo de Caixa com Eficiência; Promoção de vendas; Entendendo Custos, Despesas e Preço de Venda; A Empresa e os Novos Tempos; Qualidade no relacionamento ao cliente; Como Conquistar e Manter Clientes.

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde pesquisar:

* União Brasileira de Feiras e Eventos -<http://www.ubrafe.com.br>

* Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior –

http://www.mdic.gov.br/sitio/sistema/expofeira/calFeirasExposicoes/feiExposicoes_P.

Erotika Fair - <http://www.erotikafair.com.br>

A maior feira de produtos eróticos da América Latina, a Erótika Fair reúne produtos de sex shop, lingerie íntima, fantasias, artigos para GLS e sadomasoquismo, aparelhos para motéis, publicações, vídeos, internet, cosmética erótica, brinquedinhos, chocolates eróticos e uma gama de itens, com mais de 100 lançamentos simultâneos aqui e no mercado internacional.

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cartilha do Fornecedor Capixaba - é um documento que dá as diretrizes legais (direitos de deveres) que norteiam a relação cliente x fornecedor. Está disponível para consulta na Biblioteca do SEBRAE/ES ou no site:

http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixasba.pdf

- Simples Federal: para enquadrar essa atividade no SIMPLES Verifique junto com seu contador se ela está de acordo com a definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte, bem como se não está incluída em qualquer das vedações prevista na Lei Complementar nº 123/2006 (Lei do Simples Nacional).

- Lei nº. 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) – Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008, Lei nº 11.989/2009 e Lei nº 12.039/2009 .

- Lei Federal 12.291, de 20 de julho de 2010 – Determina obrigatoriedade aos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços em manter uma cópia do Código de Defesa do Consumidor (CDC) à disposição no local.

- Lei nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória. Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref.Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º. Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08. Acrescentado artigos pela Lei nº 7598/08. Acrescentado § 3º no Art. 43, pela Lei nº 7.768/09 - § 3º. Na fixação de nomes de bens públicos municipais deverá ser reservado um percentual de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, para o gênero feminino.”(NR) - Alterada Redação do § 1º do Art. 19 pela Lei nº 7.775/09. Acrescentado Parágrafo único ao Art. 27, pela Lei nº 7.842/09. Alterado o Parágrafo único do Art. 145 pela Lei 7802. Nova redação ao Art. 123 pela Lei nº 8.005/10.

Cuidados especiais devem ser observados. Alguns municípios estabelecem, em legislação municipal, restrições à exposição pública dos produtos comercializados em sex shops. Há restrições ainda quanto à permanência de menores de idade no interior da loja ou à venda de produtos a menores - Lei 8.069/90 – Estatuto do Menor e do Adolescente – Alterada pela Lei nº 8.242/1991, Lei nº 9.455/1997, Lei nº 9.532/97, Lei nº 9.975/2000, Lei nº 10.764/2003, Lei nº 10.764/2005, Lei nº 11.185/2005, Lei nº 11.259/2005, Lei nº 11.826/2006 e Lei nº 12.010/2009. Vide ADIN 869-2. Assim sendo, recomenda-se verificar junto à prefeitura do município onde o empreendedor pretende explorar a atividade a eventual existência de legislação regulamentando a atividade, principalmente em relação às restrições acima mencionadas.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

O processo de registro de empresas passa por diversos órgãos, cada um com sua

competência específica: Junta Comercial; Secretaria da Receita Federal (CNPJ); Secretaria Estadual de Fazenda – Sefaz-ES; Prefeitura Municipal; Corpo de Bombeiros Militar.

Hoje o processo está simplificado por meio do REGIN – Sistema Integrado de Registro Mercantil. É um sistema de registro de pessoa jurídica, que permite que todo o processo de viabilidade de constituição das novas empresas seja feito on line do escritório do próprio empreendedor ou de seu contador, sem necessidade de presença física na Junta Comercial. Com o uso do sistema todos os processos terão de ser feitos via REGIN, que pode ser acessado através do site da Junta – www.jucees.es.gov.br, e quando completados os documentos serão levados a um só local, a Prefeitura conveniada com a Junta Comercial do Espírito Santo.

Algumas outras providências necessárias:

- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”.
- Alvará de licença sanitária – para obter esta licença o estabelecimento deve estar adequado às exigências do Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde.

ENTIDADES

Procon Vitória - Casa do Cidadão João Luiz Barone - Av. Maruípe, nº. 2544, Itararé. Vitória/ES - CEP: 29.045-230 - Tel.: (27) 3382-5545

Junta Comercial do Estado do Espírito Santo

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433 Praia do Canto -Vitória/ES - CEP: 29045-401
Tel.: (027) 3135-3146 - <https://www.jucees.es.gov.br>

Prefeitura de Vitória

SEDEC – DCOPP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano - Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis, Enseada do Suá, Vitória/ES. CEP: 29010-331 Tel.: (27) 3135-1097 - <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

Secretaria da Receita Federal

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro, Vitória/ES - Tel.: 3322-0711 e 146
<http://www.receita.fazenda.gov.br>

Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo

Rua Duque de Caxias, no. 189, Centro – Vitória/ES CEP: 29010-120 Tel.: (27) 3222-6284 / 7119 - Fax: (27) 3222-6285 - <http://www.sefaz.es.gov.br>

Corpo de Bombeiros de Vitória

Rua Ten. Mário Francisco de Brito, 100, Enseada do Suá, Vitória - Espírito Santo - CEP 29.050-555 - Tel.: (27) 3137-4471 - <http://www.cb.es.gov.br>

FORNECEDORES E FABRICANTES

O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.

Produtos eróticos**Molumar Indústria e Comércio Ltda.**

Rua Jair Etienne Dessaune, 856, 2º. Andar, Bento Ferreira. Vitória/ES
Tel.: (27) 3227-1791

Star Center Brasil

Rua D. Germaine Buchard, 374 - Água Branca, São Paulo/SP. CEP: 05002-060
Tel.: (11) 3864 -5344 / 3672-0220 - Fax: (11) 3873-9322
<http://www.starcenterbrasil.com.br>

Uni Filmes

Rua Antônio M. Soares, 1377. Campo Belo – São Paulo/SP. CEP: 04607-002. Tel.:
(11) 5096-6224 / 5044-9215 - <http://www.unifilme.com.br>

Site G. - Vendas no atacado pela internet - Televendas: (21) 3381 5222
<http://www.siteg.com.br>

Darme Sex Shop Comercial Ltda

Av. Ipiranga, 818, Conj 21, Centro, São Paulo/SP. Tel.: (11) 2293-7459.
<http://www.darmesexshop.com.br>

Erosmania

Televendas: (48) 3389-8009 - <http://www.erosmania.com.br>

Pessini Cosméticos

Rua Ludgero Regis Barbosa, Lote 14/15 - Quadra 105 Balneário Ponta da Fruta -
Vila Velha/ES. Tel: (27)3205-0025 - site: www.pessinicosméticos.com.br

Sex Shop.com.br

Tel.: (41) 3022-8132 - Fax: (41) 3022-8132 - <http://www.sexyshop.com.br>

Equipamentos e mobiliário para lojas

Equipaloja Equipamentos para Lojas Ltda. Rua São Caetano, 537, Luz, São
Paulo/SP CEP: 01104-001 Tel.: (11) 3228-6633 – 0800 770 0717 -
<http://www.equipaloja.com.br>

BIBLIOGRAFIA

Como montar uma loja de artigos de produtos eróticos, Balcão Folha-SEBRAE,
Folha de São Paulo, 26/10/97, p.18.

Revista Exame nº 6 – 21/03/01

Vivian Costa. Varejo On-Line de Produto Erótico Aumenta 30% no 1º Semestre.
Diário do Comércio & Indústria, 11/09/2003.

Davi Brandão - Feira Lança Modelo de Loja Ideal. Diário do Comércio & Indústria.

Davi Brandão. Varejo Erótico Planeja Retomar Ritmo de Expansão. Diário do
Comércio & Indústria, 18/03/2004.

ROCCO, Nelson. Quero mais - Indústria de produtos eróticos não para de crescer e
espera faturar R\$ 900 milhões em 2009. Disponível em:

[http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI86506-17164,00-QUERO%
20MAIS.html](http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI86506-17164,00-QUERO%20MAIS.html). Acesso em: 26 ago. 2009.

PEGN. Elas só pensam naquilo. Edição 196 -04/05/2005.

PEGN. Feiras. Edição 196 -04/05/2005.

PEGN. O tititi é no fundo da loja -Edição 180 -05/01/2004.

PEGN – N° 135 – “Artigos de Sex Shop”.

ISTO É. Balcão erótico, 7/7/1999.

Mercado de sex shop cresce e atrai marinhoiros de primeira viagem.

<http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/mercado+de+sex+shop+cresc>
Acesso em 15 abr 2011.

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO

UAI – Unidade de Atendimento Individual – SEBRAE/ES

Data última atualização: abril de 2011