

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\$ 80 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.

Existem aproximadamente 600 sex shops, quase 6 mil locadoras de vídeo e 3 mil motéis espalhados pelo País. O mercado de produtos eróticos, como um todo, que inclui o varejo real e o virtual, tem movimentado, nos últimos anos, cerca de R\$ 3 bilhões/ano.

O desempenho do setor é um reflexo do crescente interesse que o tema tem despertado entre os brasileiros. Hoje em dia, sexo é discutido abertamente em horário nobre nos canais abertos de televisão e os sites na Internet estão aí para quem quiser acessar.

Com pelo menos três datas importantes no calendário do setor – Dia dos Namorados, fim do ano e carnaval – este mercado tem um crescimento invejado por outros setores econômicos: a taxa de expansão é da ordem de 10% a 15% por ano, desde o início da década de 90.

Porém, antes de entrar nesse 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.

Na vida, a gente sabe que das adversidades podem surgir oportunidades. No mundo

dos negócios não é diferente: a maioria das empresas bem sucedidas, algum dia enfrentou dificuldades e adotou a mudança como alternativa de sobrevivência naquele momento, para depois, fortalecida, apresentar-se competitiva ao concorrente.

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.

Mais um detalhe: 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 <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>.

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.

Existem no mercado atualmente, três grandes grupos de softwares: SGE Sistema de Gestão Empresarial; SGC Sistema de Gerenciamento de Clientes e Básicos. Eles podem ser encontrados nas empresas especializadas ou na Internet, através dos sistemas disponibilizados nas Provedoras de Serviços de Software (ASP - application service provider).

INVESTIMENTO

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma loja de pequeno porte, montada numa área de 40m², será necessário um investimento de R\$ 80 mil 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, necessários para entrega em domicílio e venda pela Internet.

Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes. Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

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. Discrição 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.

COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos.

Destacamos ainda a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

CLIENTES

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

Hoje, as mulheres lideram 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%.

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.

Um dos fatores que ajudaram a quebra dos preconceitos até então existentes foram as propagandas na mídia. A curiosidade impulsionou a visitação de do público, principalmente o feminino, à loja.

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.

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.

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.

LEMBRETES

Numa economia que tende à estabilização, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio. Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo. Uma sugestão é buscar inspiração para essa "arte" em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam a formação de preços.

NOTÍCIAS

Quero mais

A indústria de produtos eróticos não para de crescer e espera faturar R\$ 900 milhões em 2009

Por Nelson Rocco – 06/08/2009

Cresce no Brasil uma indústria que há uma década nem sequer existia: a de produtos eróticos, que deve movimentar cerca de R\$ 900 milhões neste ano, quase 15% a mais do que em 2008. A Erótika Fair, maior feira do setor no país, com 12 anos de existência, é o termômetro mais claro de como estão fervilhando os negócios movidos pelo desejo. Em 1997, quando abriu as portas, as vendas totalizaram R\$ 300 mil. Pouco mais de uma década depois já somam R\$ 4 milhões. Para atender um público cada vez mais exigente, os fabricantes e lojas do ramo não economizam com novidades. Oferecem vibradores em forma de bichinhos, aparelhos que funcionam ligados ao MP3, loções com sabores de chocolate e frutas, papel higiênico com imagens sensuais e bonecas de silicone desenvolvidas com efeitos especiais, vindas de Hollywood.

Se, em meados dos anos 90 os homens eram o principal público-alvo desse mercado, hoje as mulheres são as grandes estrelas. “Elas são responsáveis por mais de 70% das vendas e as mais abertas a novidades”, afirma Evaldo Shiroma, presidente da Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico (Abeme). É de olho no antenado universo feminino que a empresária Renata Bertacini, 35 anos, abriu junto com a irmã, Fernanda, a boutique erótica Mimo Sexy, na sofisticada região de Alphaville, na Grande São Paulo. Inaugurada há quatro anos, a loja conta com dezenas de artigos nacionais e importados, cosméticos e lingerie, além de promover palestras e cursos. Um dos mais concorridos é o de striptease, a R\$ 150 por participante.

Para atender às necessidades da clientela, Renata também vende pela internet. O e-commerce responde por 10% do faturamento médio mensal da Mimo Sexy, na casa dos R\$ 25 mil. Também adotou o sistema de delivery, responsável por até 10% das transações. “Esse é um mercado que pede novidades constantes, não só na linha de produtos, mas principalmente no marketing”, afirma. Disposta a incrementar ainda mais as vendas, Renata realiza happy hours mensais para um grupo seletivo de 15 clientes. “Um mês promovo palestras, no outro, um curso diferente. O resultado é um sensível incremento nos negócios.”

A sócia da Mimo Sexy ressalta que hoje as pessoas têm menos vergonha e falam mais de sexo, o que facilita o crescimento do setor. “Muitas das minhas clientes, quando chegaram aqui pela primeira vez, nunca haviam entrado em uma sex shop. Começaram comprando apenas lingerie. Hoje, escolhem um novo brinquedinho a cada visita”, conta. Para a sexóloga Carmita Abdo, organizadora do Museu do Sexo e coordenadora do programa ProSex, do Instituto de Psiquiatria da USP, esse é um comportamento que tende a se acentuar cada vez mais. “O liberalismo da população tem sido puxado pelas mulheres. Elas se casam mais tarde e têm um número maior de parceiros. Se a mulher muda, o casal também muda”, afirma. Ela calcula que entre 6% e 7% da população adulta brasileira faz uso rotineiro dos objetos eróticos.

Disposto a ganhar mais espaço nesse mercado em ascensão, o empresário André Luiz Marques da Silva, 31 anos, sócio da Adão & Eva, fabricante e importadora de produtos eróticos, se prepara para a primeira grande expansão da empresa. Há dois anos, quando começou a operar, sobrava espaço no galpão de 500 metros

quadrados para estocar os produtos prontos. Hoje falta. “Investimos R\$ 500 mil na reforma e adequação de uma nova área de 2 mil metros quadrados, que deverá entrar em operação em breve”, afirma Silva. A empresa tem 1.200 produtos em catálogo, entre eles, vibradores, próteses penianas, artigos de couro, como chicotes e algemas, e uma linha de cosméticos com a marca SexyHot. “Quando começamos, contávamos com apenas 50 itens, o que prova que para ganhar a preferência dos clientes, cerca de 3.500 ativos, é preciso ser dinâmico e oferecer novidades constantes.”

A opinião é compartilhada pelo empresário Edvaldo Bertipaglia, 42 anos, dono da Hot Flowers, fabricante de artigos eróticos, com sede em Indaiatuba, interior de São Paulo. Há cinco anos no mercado, 150 funcionários e um faturamento anual próximo dos R\$ 12 milhões, a indústria ocupa cinco galpões, num total de 3.500 metros quadrados, onde produz e estoca suas linhas de mais de 700 produtos. “Investimos R\$ 2 milhões em máquinas e na criação de novos artigos. Sem novidade não há negócio”, afirma Bertipaglia.

Dicas para abrir uma sex shop

Da Redação

- Escolha um local distante de escolas e creches
- 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. Mas, lembre-se que, para isso, precisará ter um bom estoque de cada peça e logística para as entregas

Fonte: Abeme (Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico) e EroticPoint

O mercado de filmes eróticos

Ao contrário dos artigos eróticos - setor que está em alta -, a produção de filmes pornôns desce ladeira abaixo

Por Nelson Rocco

Na contramão do sucesso dos **artigos eróticos**, a **produção de filmes pornôns** está em baixa. O motivo, segundo os empresários do setor, é a concorrência da pirataria e da internet. Em poucos minutos – e de graça - é possível baixar uma infinidade de vídeos eróticos na rede mundial de computadores. “Os DVDs fizeram o mercado erótico crescer. Mas, de uns quatro anos para cá, as vendas vêm encolhendo”, afirma André Luiz Marques da Silva, sócio da produtora de filmes Explícita e da fabricante de artigos eróticos Adão & Eva. “As produtoras estão fechando”.

A Amazonas Filmes, outra empresa desse segmento, tem cerca de mil títulos no catálogo, que vão dos pornôns aos infantis. Para a linha de pornôns, usa a marca

Sexxy. “Lançamos oito filmes eróticos todos os meses, sendo de três a cinco com produção própria”, afirma Leandro Moran, gerente de marketing da empresa. “As pessoas deixaram de comprar pornô. As locadoras, por exemplo, não compram, necessariamente, um filme novo todos os meses”. A empresa vende cerca de 20 mil cópias de filmes eróticos por mês, mas, segundo Moran, há um ano o volume era o dobro. “Vendíamos 15 mil unidades de um único filme com uma atriz conhecida. Atualmente, essa venda varia entre 6 mil e 7 mil cópias. Se a atriz não é famosa, conseguimos colocar 1,5 mil peças no mercado”.

Fonte: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI86506-17164,00-QUERO%20MAIS.html>

CURSOS E TREINAMENTOS

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.

Cursos : Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Gerência de Equipes de Vendas; Gerência de Rotinas e Procedimentos em Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Empretec (carga horária de 72h); Administração Básica para Pequenas Empresas (carga horária de 20h); entre outros.

Palestras Gerenciais : 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.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae, Centro. Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: **0800 570 0800**

<http://www.es.sebrae.com.br>

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>

EROTIKA FAIR

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.
[http:// www.erotikafair.com.br](http://www.erotikafair.com.br)

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “ **CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor - Lei Federal nº. 8.078/1990 - 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 e Medida Provisória nº 1.890-67/1999.

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 e Lei nº 11.259/2005. 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.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;

- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja de sex shop para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

ENTIDADES

ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

Rua Marquês de Itu, 968 - Vila Buarque, São Paulo / SP

CEP: 01223-000

Tel.: (11) 3823-6100

<http://www.abit.org.br>

Abravest – Associação Brasileira do Vestuário

Rua Chico Pontes, 1500, Mart Center, Vila Guilherme, São Paulo/ SP

CEP: 02067- 002

Tel.: (11) 6901-4333/ 6909-9420

<http://www.abravest.org.br>

Sinvesco – Sindicato das Indústrias do Vestuário de Colatina - ES

Rodovia do Café Km 02, S. Silvano, Colatina/ES

CEP: 29.705-200

Tel.: (27) 3721-3499

<http://www.sinvesco.com.br/>

Sinconfec – Sindicato das Indústrias de Confecções de Roupas do ES

Av. Nossa Senhora da Penha, 2053, Ed. Findes, 1º Andar, Santa Lucia, Vitória/ES

CEP: 29.045-401

Tel.: (27) 3334-5687

Cetecon - Centro Tecnológico da Indústria de Confecções do ES

Av. Carlos Lindenberg, 978, Glória, Vila Velha/ES

CEP: 29.122-035

Tel.: (27) 3339-9719

E-mail: cetecon@cetecon.org.br

CENTRAL FÁCIL – CENTRAL DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas com redução da burocracia.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES

CEP 29045-401

Fone: (27) 2127- 3000

Procon – Vitória

Casa do Cidadão João Luiz Barone
Av. Maruípe, nº. 2544, Itararé, Vitória/ES
CEP: 29.045-230
Tel.: (27) 3382-5543
<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

Junta Comercial do Estado do Espírito Santo

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433, Praia do Canto, Vitória/ES
CEP: 29045-401
Tel.: (27) 3135-3167
<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

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.: (27) 3322-0711 e 146

Sefaz – Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo

Rua Duque de Caxias, no. 105, Centro, Vitória/ES
CEP: 29010-000
Tel.: (27) 3380-3771 / 3380-3772
<http://www.sefaz.es.gov.br>
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br

FORNECEDORES E FABRICANTES

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

Cerca de 80% dos artigos comercializados são importados, podendo ser comprados em importadoras especializadas. Existem fornecedores específicos para o segmento e até mesmo franquias de lojas desse gênero.

Pessini Cosméticos

Rua Ludgero Regis Barbosa, Lote 14/15 - Quadra 105
Balneário Ponta da Fruta - Vila Velha - ES
Tel: 27 - 3205-0025 - 3205 - 0000 - 3205 - 0002
E-mail: contato@pessinicosmeticos.com.br
site: www.pessinicosmeticos.com.br

Star Center Brasil

Rua Dna. Germaine Buchard, 77 - Água Branca - São Paulo/SP
CEP: 05002-060
Tel.: (11) 3864-5344 /

Fax: (11) 3672-0220

<http://www.starcenterbrasil.com.br>

-

The Dreams Comércio e Representações Ltda

Av. Oceânica, n.º 2400, Ondina Apart hotel loja 31. / Salvador/Bahia.

CEP: 40.170-010

Tel.: (71) 3247-4122

<http://www.thedreams.com.br/index2.html>

Uni Filmes

Produtos: filmes eróticos, vestuário e acessórios.

Rua Antônio Macedo. Soares, 1377. Campo Belo – São Paulo/SP.

CEP: 04607 002

Tel.: (11) 5044-9215/5096-2332

<http://www.unifilme.com.br/>

Sex Shop.com.br

Tel.: (41) 3022-8132

Fax: (41) 3022 81 32

<http://www.sexyshop.com.br>

Site G. : vendas no atacado pela internet

Televendas: (21) 3381 5222

<http://www.siteg.com.br/revenda.php>

Darme Sex Shop Comercial Ltda

End.: Av Ipiranga, 818, Conj 21, Centro, São Paulo/SP.

CEP: 01040000

Telefone: 11-3221-4536

Fax: 11-3223-7076

Produtos: Produtos para Sex Shop

<http://www.darmesexshop.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

<http://www.equipaloja.com.br>

-

EMBALAGENS E CIA

Produtos: embalagens e sacolas que podem ser confeccionadas em papel ou plástico com cores variadas e todo tipo de logomarca.

Endereço: Av. CD, 11 - Qda. 25 A - Manoel Plaza - Serra - ES

Tel/Fax: (27) 3338-9969

E-mail: vendas@embcia.com.br

Site: <http://www.embcia.com.br>

BEMATECH – TECNOLOGIA EM AUTOMAÇÃO

<http://www.bematech.com.br>

DI MARGON INFORMÁTICA

Av. Rosendo Serapião de Souza Filho, 595, lj. 3,
Mata da Praia Shopping – Vitória/ES
Tel.: (27) 3382-5333
Site: <http://www.dimargon.com.br>

ESYS SISTEMAS – AUTOMAÇÃO COMERCIAL

R. Coronel Artur de Godói - Nº 7, Vila Mariana / SP
CEP: 04018-050
Tele fax: (11) 3323-3700
Site: <http://www.colibri.com.br>

TRONSOFT – SOLUÇÕES EM SOFTWARES

Softwares comerciais para boates, restaurantes, bares, fast food e similares.
Rua Portinari, 27 – sl. 501 - Santa Luíza Vitória / ES
Tel.: (27) 3225-4207
Site: <http://www.tronsoft.com.br>

ATACADÃO SÃO PAULO

Material para escritório (papeleria)
Av. Vitória, 2703 - Horto, Vitória/ES
CEP: 29050-141
Tel.: (27) 2121-5050
<http://www.atacadosaopaulo.com.br>

DISK MÓVEIS - EQUIPAMENTOS DE ESCRITÓRIO

Av. João dos Santos Filho, 165, Ilha de Santa Maria, Vitória/ES
CEP: 29051-145
Tel.: (27) 2124-5800
www.diskmoveis.com.br

TELEMÓVEIS

Av. Alberto Torres, 99, Ilha de Santa Maria
Vitória/ES
CEP: 29040-700
Tel.: (27) 3200-2350 / 3323-1892

INFORVIX COMÉRCIO E MANUTENÇÃO

Rua Taciano Abaurre, 225, cj. 601/602/603, Ed. Centro Empresarial da Praia, Sala
603, Enseada do Suá - Vitória/ES
CEP: 29.050-470
Tele Fax: (27) 3324-3510
www.inforvix.com.br

SITES DE INTERESSE

EROTIKA - Feira de produtos eróticos

No link expositor poderá obter prováveis fornecedores.

www.erotikafair.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>>. 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 – Nº 135 – “ARTIGOS DE SEX SHOP”.

ISTO É. Balcão erótico, 7/7/1999.

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

UCA – Unidade de Captação de Recursos & Atendimento - UCA

Data última atualização: agosto de 2009