GUSTOS CULPOSOS

ISABELA ARIAS LÓPEZ
BRYAN BERNARDO CARDENAS SAAVEDRA
SARA MARIA OTERO ECHEVERRI
NICOLÁS ROLDÁN ARIAS

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"
INSTITUCIÓN EDUCATIVA LAURA VICUÑA
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATIVA
ARMENIA, QUINDÍO
NOVIEMBRE 2022

GUSTOS CULPOSOS

ISABELA ARIAS LÓPEZ
BRYAN BERNARDO CARDENAS SAAVEDRA
SARA MARIA OTERO ECHEVERRI
NICOLÁS ROLDÁN ARIAS

Trabajo presentado para la muestra empresarial

DIANA ISABEL PERDOMO PIZO

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"
INSTITUCIÓN EDUCATIVA LAURA VICUÑA
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN CON LA MEDIA
TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATIVA
ARMENIA, QUINDÍO
NOVIEMBRE 2022

Nota de Aceptación:

_____

_____

_____

_____

Firma de Jurado

_____

_____

_____

Armenia, 2022

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado a:

Amigos, compañeros y el grupo de trabajo quienes brindaron su apoyo emocional, esfuerzo físico y parte de su tiempo, para realizar este proyecto.

Padres, parejas y familias, quienes igualmente fueron de gran ayuda durante la ejecución del trabajo.

Docentes, quienes nunca desistieron en su rol de enseñanza y siguieron depositando su esperanza y confianza en nosotros, gracias a esta persistencia y determinación, es que ahora, somos lo que somos.

Finalmente, a todos aquellos individuos que desean iniciar con su idea de negocio, con el fin de obtener múltiples oportunidades de éxito y a la vez ayudando directa o indirectamente a las personas a través del empleo, producto o servicio brindado. Esperamos con este proyecto incentivar muchas más ideas de negocio, dejando de lado el miedo al fracaso y fomentando el camino del éxito.

AGRADECIMIENTOS

El agradecimiento de este proyecto va dirigido, a todas aquellas personas que nos brindaron su ayuda para crear e impulsar este trabajo, familias, parejas, amigos, docentes y muchos más individuos, los cuales directa o indirectamente aportaron los elementos suficientes para que esté proyecto saliera a flote. También a la Institución Educativa Laura Vicuña y al Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA" por su programa de técnico en Asistencia Administrativa, los que juntos dieron los conocimientos suficientes para lograr realizar este proyecto de la mejor manera. Al docente Sergio Milán, ex profesor del técnico, quien nos acompañó la mayor parte del proceso de creación y a la profesora Isabel Perdomo Pizo, que se encargó de perfeccionar el trabajo realizado. Finalmente, a los integrantes de la empresa, Bryan Bernardo Cárdenas Saavedra, Isabela Arias López, Nicolás Roldán Arias y Sara María Otero Echeverri, dónde cada uno de ellos, fue esencial para el diseño y construcción de la visión a futuro de la empresa, por esto y mucho más, gracias.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido **Página**

1. INTRODUCCIÓN 8
2. GLOSARIO 9
3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA 11
   3.1 TÍTULO 11
   3.2 LOGO DE LA EMPRESA 11
   3.3 ESLOGAN DE LA EMPRESA 11
   3.4 MISIÓN 12
   3.5 VISIÓN 12
   3.6 VALORES DE LA EMPRESA 13
   3.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES 14
   3.8 INTEGRANTES DE LA EMPRESA 15
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 16
   4.1 Justificación 16
5. ALCANCE 17
6. OBJETIVOS 18
   6.1 Objetivo General 18
   6.2 Objetivos Específicos 18
7. MARCOS DE REFERENCIA 19
   7.1 Marco Teórico o Conceptual 19
8. DISEÑO METODOLÓGICO 21
9. DESARROLLO DEL PROYECTO 21
   9.1 Encuesta 21
   9.2 Resultados Encuesta 23
   9.3 Interpretación Encuesta 25
10. ESTUDIO DE MERCADO 30
   10.1 Matriz DOFA 30

10.2 Matriz FODA 31
10.3 Mix de Mercado 32
11. ESTUDIO LEGAL 38
11.1 Modalidad Jurídica 38
11.2 Requisitos para constituir la empresa 38
11.2.1 Tramites para la formalización de la empresa 39
11.2.2 Gestiones de funcionamiento, licencias especiales 40
11.3 Costos Legales 41
11.4 Organigrama 42
11.4.1 Organigrama de la empresa 42
12. ESTUDIO TECNICO 43
12.1 Mapa de Armenia 43
12.2 Fuerzas locacionales 43
13. ESTUDIO FINANCIERO 44
13.1 Presupuesto de ingresos, costos y gastos 44
14. CRONOGRAMA 46
15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 47
16. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA 49

1. INTRODUCCIÓN

Gustos Culposos es una Sex-shop orientada a los adultos jóvenes (público objetivo) con ideas innovadoras hacia el sector masculino (sin dejar de lado al público femenino), debido a la centralización frecuente de la oferta y demanda en ciertos sectores perteneciente al mercado erótico.

Las ventas están enfocadas desde las redes sociales y la virtualidad, aunque también se espera tener un local (punto físico) con el fin de que, la gente que desee ir al local pueda tener una mayor interacción con los productos y las personas que por diferentes razones, no deseen ir al local (algo que pasa frecuentemente debido al tabú que existe alrededor de la sexualidad), tengan la oportunidad de igualmente realizar sus compras por medio de la página Web y redes sociales del negocio.

2. GLOSARIO

Feed: Archivos generados en un sitio web o red social presentados en orden cronológico que tienen como finalidad proveer a los usuarios información actualizada y así seguir "alimentándolos", contribuyendo a la fidelización de estos.

Tabú: Prohibición de hacer o decir algo determinado, impuesta por ciertos respetos o prejuicios de carácter social o psicológico.

Influencers: Persona que destaca en una red social u otro canal de comunicación y expresa opiniones sobre un tema concreto que ejercen una gran influencia sobre muchas personas que la conocen.

Eufemismo: Palabra o expresión más suave o decorosa con que se sustituye otra considerada tabú, de mal gusto, grosera o demasiado franca.

Erótico: Perteneciente o relativo al amor, al placer sexual o al deseo sexual.

Sex-shop: Establecimiento en el que se venden artículos eróticos.

Oferta: Acción de ofrecer un producto para su venta.

Demanda: Cantidad de mercancías o servicios que los consumidores piden y están dispuestos a comprar.

Mercado: Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

Instagram: marca comercial de una aplicación (software) para compartir fotos y vídeos en las redes sociales mediante el uso de dispositivos móviles.

Heterosexual: Persona que siente atracción sexual por personas de sexo distinto al suyo.

Homosexual: Persona que siente atracción sexual por personas de sexo igual al suyo.

Comunidad LGBTIQ+: La abreviatura LGBTIQ+ engloba toda la diversidad de orientaciones sexuales, identidades y expresiones de género que existen a día de hoy. Estas siglas designan al colectivo compuesto por lesbianas, gays, transgéneros, transexuales, bisexuales, intersexuales, queer y el resto de identidades y orientaciones incluidas en el +, que nos indica el constante crecimiento del colectivo.

Libertad sexual: Derecho a la libertad de elección sexual del individuo a determinarse en el ámbito de su sexualidad, sin más limitaciones que el respeto a la libertad ajena, facultad que se expande hasta utilizar el propio cuerpo a voluntad, seguir en cada momento una u otra tendencia sexual, hacer y aceptar las propuestas que se prefieran, así como rechazar las no deseadas.

Eslogan: frase corta y fácil de recordar, comúnmente utilizada en publicidad, estrategias comerciales y propaganda política. Desde el punto de vista comercial, un eslogan es una frase que resalta lo que hace una empresa o negocio, hace énfasis en un valor o característica, o aclara la misión de su marca.

Género: Roles, las características y oportunidades definidas por la sociedad que se consideran apropiados para hombres, mujeres, niños, niñas y personas con identidades no binarias.

Identidad de género: experiencia personal propia que incluye el rol de género y la persistencia de una individualidad como hombre, mujer u otro, teniendo conciencia de uno mismo y del propio comportamiento.

Orientación sexual: tipo de atracción sexual que una persona siente según el sexo de la persona o personas por las que se siente atraída, así como los patrones de atracción que la caracterizan.

3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

3.1 TÍTULO

GUSTOS CULPOSOS

Se determina el nombre de la empresa de esta manera puesto que describe, dentro del contexto de la sexualidad, los productos que se ofrecen en la entidad, igualmente fomentan un pensamiento de libertad frente a sus preferencias sexuales, de las cuales no debería sentirse culpable.

A la vez, es un nombre fácil de memorizar y pegadizo, el cual causa un acercamiento con el consumidor haciéndolo sentir cómodo a la hora de adquirir los artículos ofrecidos por la compañía.

3.2 LOGO DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración Propia

3.3 ESLOGAN DE LA EMPRESA

"Autoexplórate y disfruta de tus gustos culposos"

3.4 MISIÓN

Gustos culposos trata de llegar al mercado erótico con ideas innovadoras que impacten en el público, contando con una buena atención al cliente que los haga sentir cómodos. Cambiando el pensamiento tabú de la gente alrededor de la sexualidad.

3.5 VISIÓN

Corto plazo (1 año)

- Crear una página Web.
- Tener un buen Feed en las redes sociales de la empresa.
- Ventas a nivel municipal únicamente de forma virtual.

Mediano plazo (3 años)

- Iniciar con nuestro local (punto físico).
- Mejorar la página web y las redes sociales.
- Empezar un proyecto de charlas relacionadas al panorama sexual que amplíen el conocimiento de las personas respecto al mercado erótico atrayendo así a futuros clientes.
- Aumentar la visibilidad de la compañía mediante publicidad hecha por gente con gran cantidad de seguidores en redes sociales (Influencers).
- Ventas a nivel municipal de forma virtual y presencial.

Largo plazo (5 años)

- Tener múltiples locales en lugares con una mayor visibilidad.
- Seguir y mejorar con las charlas sexuales.
- Contar con gran cantidad de seguidores en las redes sociales de la empresa.
- Mantener activos a los seguidores de la compañía en las diferentes redes sociales con actividades como preguntas, concursos y datos curiosos sobre la sexualidad.
- Ventas a nivel nacional de forma virtual y presencial.

3.6 VALORES DE LA EMPRESA

Nuestros valores actúan como una brújula que guía nuestras acciones y describe nuestro comportamiento en el mundo.

Fidelidad: Firmeza y constancia en los afectos, ideas y obligaciones, y en el cumplimiento de los compromisos establecidos.

Justicia: Velamos por la libertad de las personas, la igualdad entre ellos y la independencia de cada miembro de la comunidad.

Igualdad: Todos los miembros de la empresa tienen derecho a gozar de las mismas oportunidades.

Discreción: Es la virtud de ser prudente y de no revelar secretos o datos que nos han sido confiados.

Lealtad: Sentimiento de respeto y fidelidad a los propios principios y compromisos morales establecidos en la entidad.

Cortesía: Capacidad de manifestar afecto y comprensión hacia los demás.

Respeto: Implica un trato cordial y respetuoso hacia las personas y supone aceptar y comprender las similitudes y las diferencias con los demás individuos

Responsabilidad: Dar cumplimiento a las obligaciones y ser cuidadoso al tomar decisiones o al realizar algo.

Transparencia: Como empresa, se tiene la disposición de informar sobre la situación actual, de qué decisiones se toman y por quiénes son tomadas

Libertad: Todos los integrantes de la entidad, tienen el poder de formular una opinión o de proponer una determinada actuación sin temor a ser reprendidos por ello.

3.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES

I. Ofrecer apoyos a la comunidad a través de charlas de educación sexual.

II. No brindar apoyo a la corrupción.

III. Dar precios accesibles a nuestro público.

IV. Formar líderes de trabajo para que guíen a los demás.

V. Brindar un entorno amigable, solidario y positivo para los empleados.

VI. Cumplir con las garantías de los productos que se le brindan al cliente.

VII. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos.

VIII. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético, discreto y respetuoso.

IX. Realizar nuestro trabajo con el mayor respeto y ética posibles.

X. Fomentar valores a nuestros empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales, creando un espíritu laboral agradable que ayude al buen funcionamiento de la empresa

XI. Estamos al servicio de nuestros clientes, comprometidos con la sociedad, la libertad sexual y la seguridad de todos los que formamos la Empresa.

XII. Se promueve y establece los medios necesarios para que la comunicación de las deficiencias y sugerencias de mejora sean analizadas y aplicadas.

XIII. Todo Supervisor deberá fomentar en sus empleados el espíritu de trabajo.

XIV. Rechazar la corrupción tanto en los cargos altos como medios de la organización.

3.8 INTEGRANTES DE LA EMPRESA

Nombres y Apellidos	Tipo Doc.		# Doc.	Celular	Correo Electrónico
	C. C	T. I			
Isabela Arias López		x	1027803476	302 331445	Isabelalopez132@gmail.com
Nicolás Roldan Arias		x	1013859708	3226008860	nicolasroldanarias55@gmail.com
Sara Otero Echeverri		x	1091203101	3127204513	Sara.echeverry2324@gmail.com
Brayan Bernardo Cárdenas		x	1032939385	3023578426	Braycsfut@gmail.com

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

4.1 Justificación

En primer lugar, nuestra empresa salió de la lluvia de ideas de los integrantes del proyecto formativo, quienes deseábamos destacar entre las ideas de negocio habituales y triunfar en el emprendimiento. El mercado erótico es poco explorado tanto en la región como en el país, y muchas veces los servicios ofrecidos no cumplen las expectativas de los clientes, por lo tanto, vimos una oportunidad de desarrollarnos en el campo laboral.

Gustos Culposos destaca gracias a la innovación de ideas en el ámbito erótico, como lo es en la lencería para el sexo masculino, sector que comúnmente esta relegado a segundo plano, y que no es del gusto de los clientes de la región.

Gustos Culposos pretende hacer sentir a los clientes cómodos, orientándolos correctamente para que tenga un buen desarrollo de su sexualidad (problemática “TABÚ” la cual se evita por creerla “no importante”, cuando en realidad afecta a una gran cantidad de personas).

Finalmente, el presente trabajo se realiza con el fin de ofrecer una alternativa diferente por medio de una aplicación APP basada en la comercialización y venta de juguetes eróticos, además de contar con un ítem de aprendizaje donde la persona puede observar por medio de videos hechos en 3D, el uso correcto de los artículos eróticos, para alimentar la relación de pareja con la ventaja de tener en línea una APP que explique a detalle el producto.

5. ALCANCE

Gustos Culposos no solo se interesa en vender sus productos, sino también en mejorar el conocimiento del cliente y así mejorar su experiencia. Por ende, se espera contar con la mejor conexión y confianza cliente-vendedor, vendedor- cliente; para esto la empresa implementará excelente personal que tenga la capacidad de atender cualquier inquietud, duda o molestia presentada por los clientes de forma efectiva, respetuosa y tolerante, logrando así compras satisfactorias para ellos, que siembren un amor por la marca entre los compradores y una fidelidad por la empresa, la cual posteriormente, ayudará al posicionamiento de la compañía, gracias a los propios clientes satisfechos con el servicio brindado.

El proceso de venta y marketing de la empresa serán por medios:

Presenciales (locales): aquí, se permitirá un proceso de venta más cercano, donde aparte de vender el producto, se podrá tener una charla amena con nuestro personal que le brindará un mayor conocimiento sobre el mercado erótico. También, contaremos con conferencias que ayuden a cambiar el tabú que existe alrededor de la sexualidad, hablando sin eufemismos sobre el tema y exponiéndolo con mucha claridad, fomentando la libertad y la tolerancia frente a este sector tan evitado.

Virtuales (redes sociales): estos ayudaran a expandir la marca y el nombre de la empresa rápidamente, lo que apoyara al crecimiento de la compañía, aparte también brinda un proceso de venta distinto al anterior, lo que permite abarcar un mayor público en general.

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo General

Formular el plan de negocios para la creación de una empresa en el mercado erótico, exponiendo una imagen e insignia empresarial que fomente la libertad, igualdad y tolerancia en los ciudadanos.

6.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado el cual permita conocer el comportamiento del cliente y del mercado, posteriormente, a través de este estudio, se podrá realizar de manera eficaz, el mix de mercado.

- Llevar a cabo múltiples encuestas con temáticas relacionadas a la empresa, que den un mayor panorama del mercado y a la vez, permitan reconocer la opinión de las personas frente a numerosas problemáticas de mercados tan juzgados, como lo son el erótico y el sexual.

- Realizar cambios en la sociedad alrededor del tabú del erotismo, mediante charlas que abran el pensamiento de las personas, y a la vez aprendan de sus gustos, fetiches, productos, etc.

- Determinar la inversión en recursos financieros que se necesitan para implementar en el mercado “GUSTOS CULPOSOS”

- Comercializar productos innovadores de excelente calidad que satisfagan al público, reconociéndose la marca por esto.

7. MARCOS DE REFERENCIA

7.1 Marco Teórico o Conceptual

El auge del sector erótico en la actualidad

El sector de los sex shops cuentan con una dinámica creciente en los últimos años ya que la ciudadanía se muestra cada vez más abierta y ya no tiene tanto reparo como antes a mostrar sus deseos sexuales y hablar sobre la sexualidad en público. Sin embargo, si lo ajustamos al pensamiento conservador de la cultura colombiana, las sex shop son lugares que no se ven altamente concurridos y siguen siendo tabú para la sociedad, entonces, ¿por qué las cifras de las ventas muestran todo lo contrario y al parecer estos negocios son todo un imperio que mueve millones de dólares en el mercado electrónico?

Primero que todo, los cambios de hábito en el consumidor y la apertura de mentalidad de los últimos años han propiciado el auge y las buenas cifras del sector erótico en la actualidad. Hasta el punto de que todo lo relacionado con la actividad sexual ha comenzado a perder el tabú que giraba a su alrededor, esto ayuda a que la ciudadanía se muestra cada vez más abierta y ya no tenga tanto reparo como antes a mostrar sus deseos sexuales y hablar sobre la sexualidad en público. De esta forma, a nadie le extraña ya, que uno de los nichos de mercado que más está creciendo de manera online sea el de las tiendas eróticas.

Estadísticas

Según Americaeconomia.com (2016):

> A nivel mundial la industria de juguetes sexuales está valuada en US $17.000 millones. Los principales fabricantes son Estados Unidos, China y Alemania con ventas estimadas en 52.000 millones de dólares para el 2020.
>
> En España durante los últimos 3 años se han superado ampliamente los 500 millones de euros de facturación solo en el consumo de productos eróticos.
>
> En Colombia, se estima que el incremento del número de personas que han adquirido productos eróticos a través de los distintos portales por internet, así como también de ofertas, ya ha llegado al 10% del total de registros de estos sitios en días normales y al 35% en jornadas especiales.

De estas estadísticas se infiere sencillamente lo siguiente: las sex shop online han favorecido al crecimiento del sector y la disminución del tabú sobre la compra y uso de estos productos, dado que estas tiendas ofrecen variedad en las categorías cubriendo así los diferentes gustos y preferencias. Además, el que sea online, favorece el adquirir estos productos sin que otras personas se enteren de lo que se ha comprado.

Dicho esto, debido al aumento exponencial en la utilidad y compra de juguetes sexuales en todo el mundo, según estudios, se espera que el mercado mundial del mercado erótico crezca alrededor de un 9% entre 2019 y 2026, pasando de aproximadamente 28.640 millones de dólares estadounidenses a unos 52.700 millones de dólares en ese periodo de tiempo.

Conclusiones

El mercado de los sex shops ha tenido un crecimiento frente al número de tiendas y clientes. El tabú es uno de los principales inconvenientes que tiene este sector, dicho tabú está asociado a la cultura conservadora en donde prevalece la pena de ser visto en un sex shop y el hablar libremente de sexo, lo que ha llevado a los empresarios a ofrecer diferentes opciones de acceso de estos productos a sus consumidores tales como online y domicilios junto con asesorías personalizadas donde se les garantiza total confidencialidad y privacidad.

La compra de juguetes sexuales sea solo o en pareja, se hace por experimentar sensaciones nuevas, excitantes y diferentes buscando placer. El vendedor juega un papel fundamental en la compra, se convierte en un asesor, en un terapeuta, en un confidente, que tiene como función ayudar al comprador a encontrar lo que está buscando y enseñarle a usarlo de la forma correcta.

Finalmente, es fundamental para este tipo de negocios interactuar de forma online, dando a conocer los productos, los instructivos de uso (los cuales deben hacerse de forma más reales, una buena opción sería un video digitalizado y en 3D, que sea agradable de ver, es más real y no obsceno), respondiendo sus inquietudes, y hablando con ellos acerca de temas de interés, relacionados con el tema, donde se invite a participar a los diferentes clientes.

8. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico seleccionado es de tipo cuantitativo, la cual consiste en la aplicación de una encuesta a 30 personas, con este se pretende recopilar información acerca del comportamiento del cliente, hábitos de compra, gustos, entre otras que permitan la viabilidad del plan de negocios. A partir de estos datos se hará el debido análisis y la depuración a través de gráficos.

9. DESARROLLO DEL PROYECTO

9.1 Encuesta

INSTITUCIÓN EDUCATIVA LAURA VICUÑA
PROGRAMA TÉCNICO EN ASISTENCIA ADMINISTRATIVA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"

La empresa "Gustos Culposos", lo invita a dar respuesta a las siguientes preguntas, con el fin de recopilar información para emprender nuestra idea de negocio.

1. ¿Con qué género se identifica?
   - Masculino
   - Femenino
   - Otro

2. ¿Con qué orientación sexual se identifica?
   - Heterosexual
   - LGBTIQ+

3. ¿En qué rango de edad se encuentra?
   - 18 a 25 años
   - 25 a 35 años
   - +35 años

4. ¿Ha realizado compras (virtuales o físicas) en alguna tienda erótica?
   Si
   No

5. ¿Utilizas juguetes sexuales para auto complacerte?
   Si
   No

6. ¿Con qué frecuencia compra juguetes sexuales?
   Nunca he comprado
   De vez en cuando
   Frecuentemente
   Otro

7. ¿Utiliza o utilizaría juguetes sexuales con su pareja?
   Si
   No

8. Si usa lencería ¿con qué frecuencia la compra?
   Nunca he comprado
   De vez en cuando
   Frecuentemente
   Otro

9. En el acto sexual, ¿está más interesado en el placer de la otra persona o en el propio?
   En el propio
   En el de la otra persona

10. ¿Le gustaría ser participe en charlas sobre el mundo erótico y sexual?
   Si
   No

11. ¿Qué tipo de temas le gustaría tratar en una conferencia relacionada al mundo erótico y sexual?

Agradecemos su participación en la encuesta

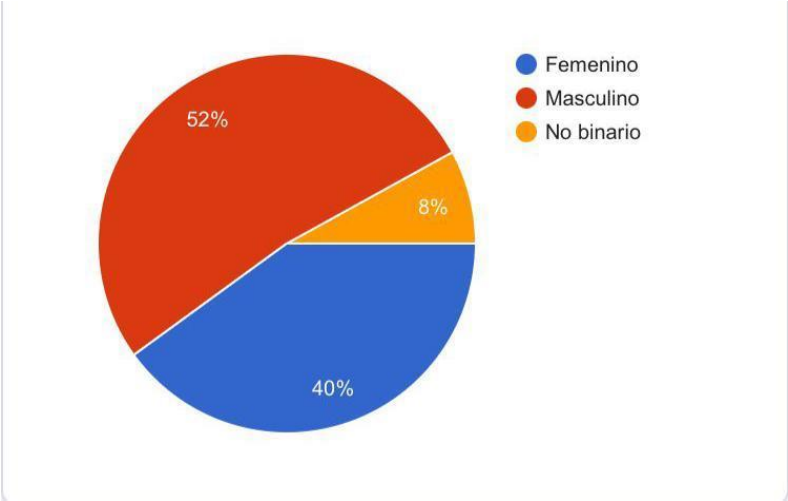
9.2 Resultados Encuesta

¿Con qué género se identifica?	¿Con qué orientación sexual se identifica?	¿En qué rango de edad se encuentra?	¿Ha realizado compras (virtuales o fisicas) en alguna tienda erótica?	¿Utilizas juguetes sexuales para auto complacerte?
Femenino	LGBTIQ+	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	No
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
Femenino	Heterosexual	+ 35 años	No	No
Masculino	Heterosexual	26 a 35 años	No	No
Femenino	LGBTIQ+	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	26 a 35 años	Si	Si
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
No binario	LGBTIQ+	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	+ 35 años	No	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	Si
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	No
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	Si
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	No	Si
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
No binario	LGBTIQ+	+ 35 años	Si	Si
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	No
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	Si	Si
Masculino	LGBTIQ+	18 a 25 años	No	No
Masculino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No
Femenino	Heterosexual	18 a 25 años	No	No

¿Con qué frecuencia compra juguetes sexuales?	¿Utiliza o utilizaría juguetes sexuales con su pareja?	Si usa lencería ¿con que frecuencia la compra?	En el acto sexual, ¿Está más interesado en el placer de la otra persona o en el propio?	¿Le gustaría ser participe en charlas sobre el mundo erótico y sexual?	¿Qué tipo de temas le gustaría tratar en una conferencia relacionada al mundo erótico y sexual?
Nunca he comprado	Si	Con frecuencia	En el propio	Si	
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
Nunca he comprado	Si	De vez en cuando	En el propio	Si	
Nunca he comprado	Si	De vez en cuando	En el de la otra persona	Si	Los puntos G
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
De vez en cuando	Si	De vez en cuando	En el de la otra persona	Si	Puntos de placer
Nunca he comprado	No	No he comprado	En el de la otra persona	No	
Nunca he comprado	No	De vez en cuando	En el propio	Si	
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	Lubricantes, juguetes sexuales y tipos de condones
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el propio	Si	La mutua satisfacción
Frecuentemente	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
De vez en cuando	Si	Con frecuencia	En el de la otra persona	Si	
De vez en cuando	Si	Con frecuencia	En el de la otra persona	Si	ETS y tabú respecto a ellas
1 vez cada año	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	Como satisfacer de forma correcta a mi pareja
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el propio	Si	Masturbación femenina
Todos los dias	Si	Con frecuencia	En el de la otra persona	Si	
Nunca he comprado	Si	De vez en cuando	En el de la otra persona	Si	De todo si es posible
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
Nunca he comprado	Si	De vez en cuando	En el de la otra persona	Si	
De vez en cuando	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
De vez en cuando	Si	No he comprado	En el de la otra persona	Si	
Nunca he comprado	Si	No he comprado	En el propio	Si	
Nunca he comprado	Si	De vez en cuando	En el propio	Si	Roles

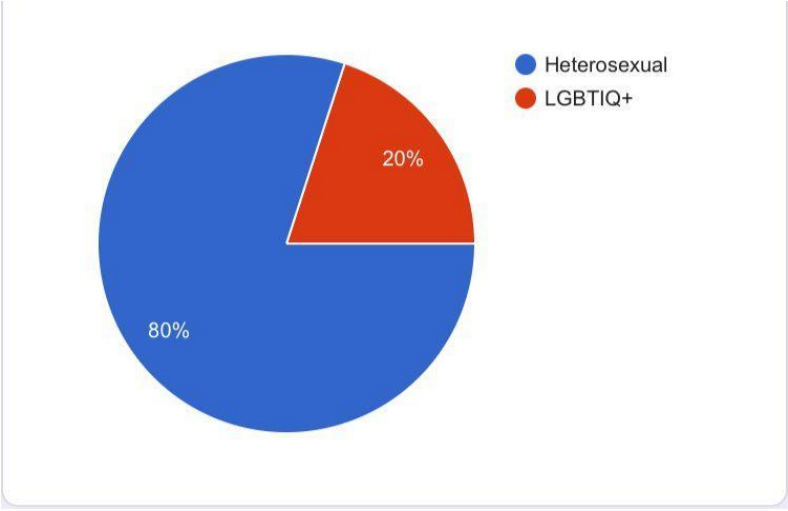
9.3 Interpretación Encuesta

1. ¿Con que generó se identifica?



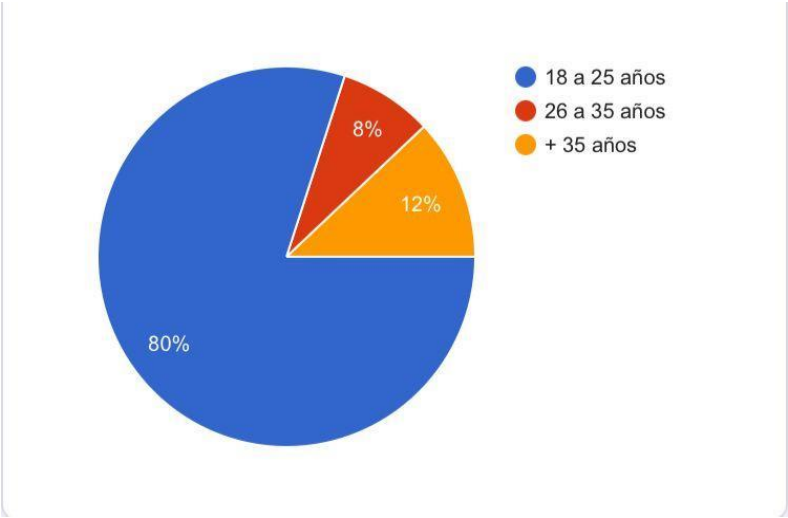
-Los datos de la encuesta muestran que el 52% de las 25 personas encuestadas en la Institución Educativa Laura Vicuña se identifican con el género masculino, el 40% con el género femenino y por último, el 8% con el género no binario.

2. ¿Con qué orientación sexual se identifica?



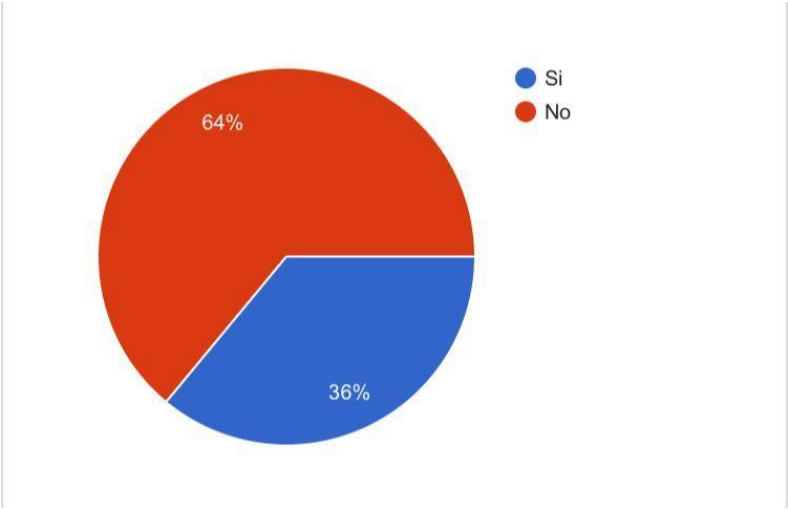
En la encuesta se ve reflejado que el 80% de las 25 personas encuestadas en la Institución Educativa Laura Vicuña se identifican siendo heterosexuales mientras que el 20% restante hace parte del movimiento LGBTIQ+.

3. ¿En qué rango de edad se encuentra?



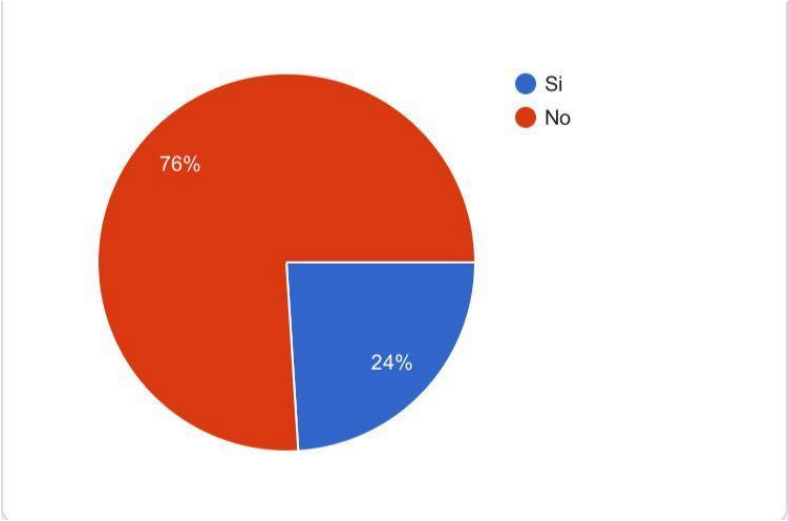
El 80% de las personas encuestadas en la Institución Educativa Laura Vicuña están en un rango de 18-25 años de edad.

4. ¿Ha realizado compras (virtuales o físicas) en alguna tienda erótica?



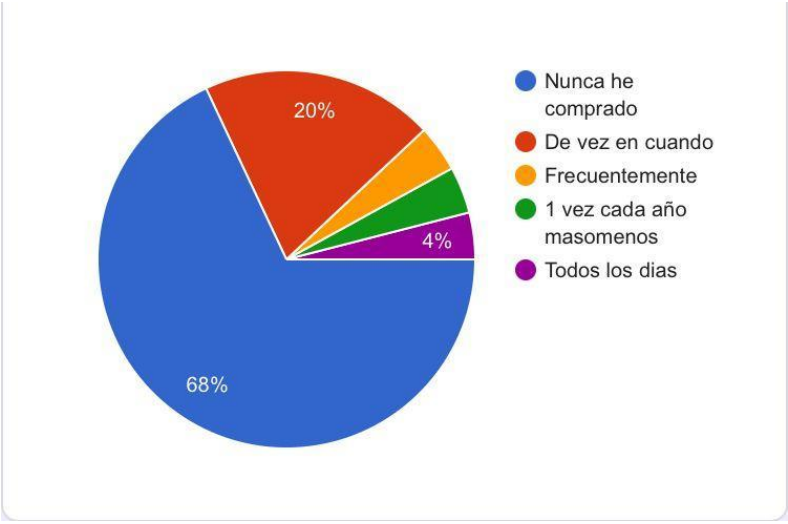
De las 25 personas de la institución educativa Laura vicuña encuestadas el 64% de ellas no han hecho compras en alguna tienda erótica, mientras que el 36% ha realizado compras (virtuales o físicas).

5. ¿Utiliza juguetes sexuales para auto complacerse?



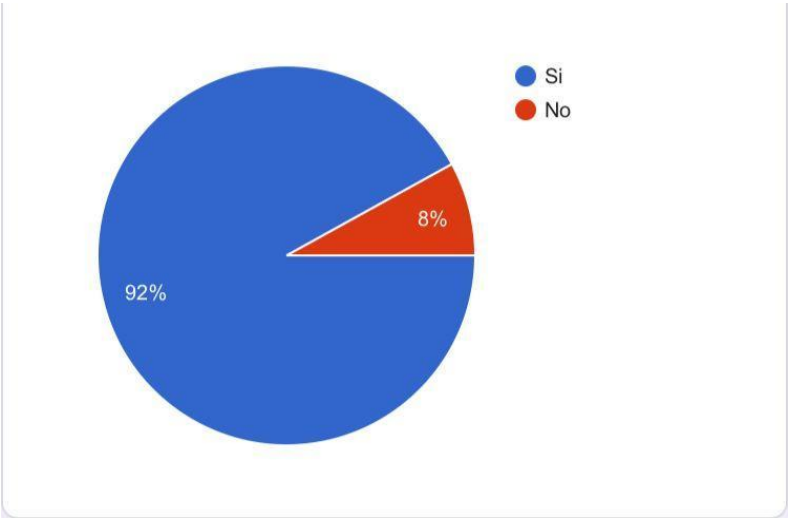
El 76% de las 25 personas encuestadas de la Institución Educativa Laura Vicuña no utilizan juguetes sexuales para auto complacerse.

6. ¿Con qué frecuencia compra juguetes sexuales?



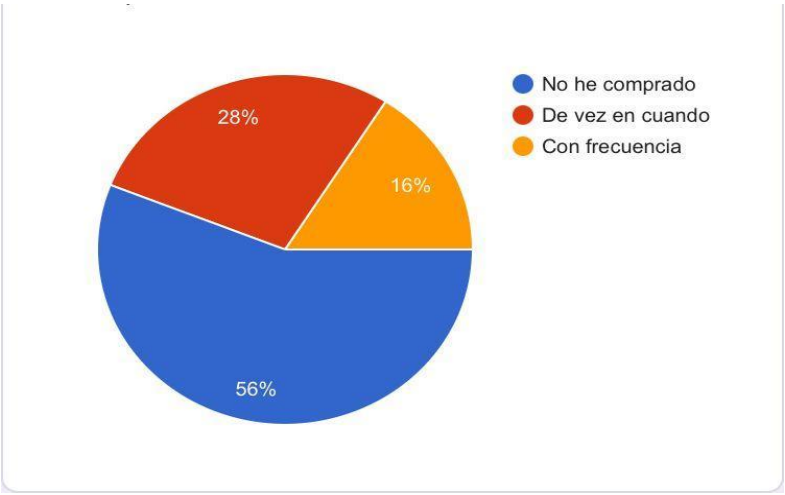
Los resultados demuestran que el 22% de las 25 personas encuestadas de la Institución Educativa Laura Vicuña han comprado juguetes sexuales, mientras que el 68% nunca lo han hecho.

7. ¿Utiliza o utilizaría juguetes sexuales con su pareja?



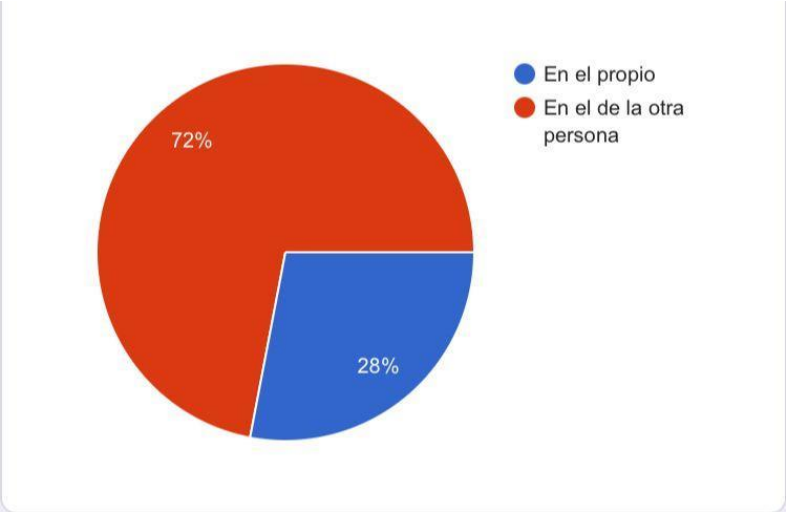
El 92% de las 25 personas encuestadas de la Institución Educativa Laura Vicuña utilizan o utilizarían juguetes sexuales con su pareja.

8. Si usa lencería ¿Con que frecuencia compra?



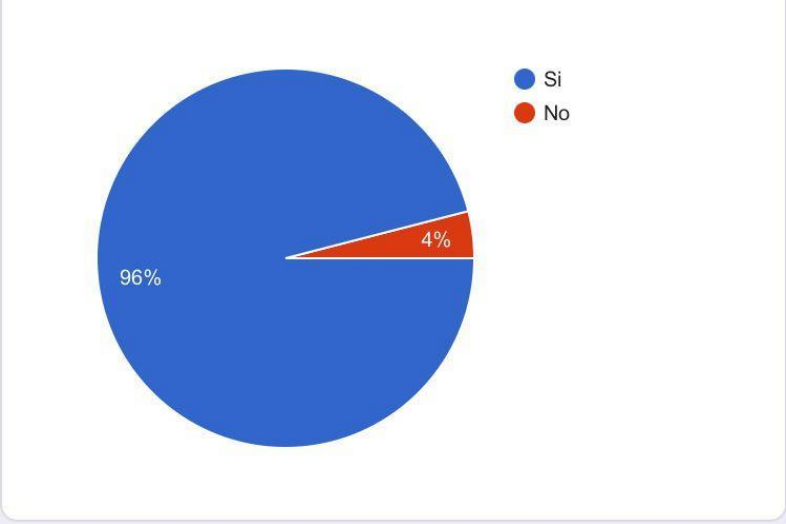
El 56% de las 25 personas encuestadas de la Institución Educativa Laura Vicuña no han comprado lencería, mientras que el 28% usa lencería de vez en cuando.

9. En el acto sexual ¿Está más interesado en el placer de la otra persona o en el propio?



De acuerdo a la encuesta, durante el acto sexual, el 72% de las 25 personas encuestadas de la Institución Educativa Laura Vicuña están más interesadas en el placer de la otra persona.

10. ¿Le gustaría ser partícipe en charlas sobre el mundo erótico y sexual?



De las 25 personas encuestadas de la institución educativa Laura vicuña el 96% quieren ser partícipes de charlas sobre el mundo erótico y sexual.

10. ESTUDIO DE MERCADO

10.1 Matriz DOFA

Factores Internos	Factores Externos
Debilidades	**Oportunidades**
- El pensamiento tabú alrededor de la sexualidad. - El mercado suele ser limitado por la edad de los clientes (las personas mayores y muy jóvenes). - El precio de los productos tiende a ser caro debido a la poca cantidad de empresas nacionales dedicadas a este mercado por lo que la mayoría de los productos suelen ser importados.	- La época actual cuenta con una tendencia en el pensamiento de los jóvenes de ser más abiertos al tema de la sexualidad a diferencia de los adultos mayores. - Posibilidad de crecimiento a nivel municipal, departamental y nacional. - Teniendo en cuenta que los productos tienden a ser caros porque son importados, que la decoración de nuestro local esté enfocado a un público con gran ingreso económico, nos ayuda en el proceso de segmentación de los clientes.
Fortalezas	**Amenazas**
- Baja cantidad de negocios dedicados a este mercado. - Ampliación de la gama de productos hacia el género masculino. - Establecer un local con una decoración distinta enfocada más a un público con alto nivel de ingresos. - Servicio al cliente excelente, con personas capaces de hacer sentir cómodos a nuestros clientes en un mundo tan difícil como es el sexual.	- Pandemias, desastres naturales que afecten al crecimiento del punto físico del negocio. - Alguna ley que limite nuestras ventas, como, por ejemplo, una subida en los impuestos de negocios relacionados al mundo sexual.

10.2 Matriz FODA

	Positivos	Negativos
Internos	**Fortalezas** - Baja cantidad de negocios dedicados a este mercado. - Ampliación de la gama de productos hacia el género masculino. - Establecer un local con una decoración distinta enfocada más a un público con alto nivel de ingresos. - Servicio al cliente excelente, con personas capaces de hacer sentir cómodos a nuestros clientes en un mundo tan difícil como es el sexual.	**Debilidades** - El pensamiento tabú alrededor de la sexualidad. - El mercado suele ser limitado por la edad de los clientes (las personas mayores y muy jóvenes). - El precio de los productos tiende a ser caro debido a la poca cantidad de empresas nacionales dedicadas a este mercado por lo que la mayoría de los productos suelen ser importados.
Externos	**Oportunidades** - La época actual cuenta con una tendencia en el pensamiento de los jóvenes de ser más abiertos al tema de la sexualidad a diferencia de los adultos mayores. - Posibilidad de crecimiento a nivel municipal, departamental y nacional. - Teniendo en cuenta que los productos tienden a ser caros porque son importados, que la decoración de nuestro local esté enfocado a un público con gran ingreso económico, nos ayuda en el proceso de segmentación de los clientes.	**Amenazas** - Pandemias, desastres naturales que afecten al crecimiento del punto físico del negocio. - Alguna ley que limite nuestras ventas, como, por ejemplo, una subida en los impuestos de negocios relacionados al mundo sexual. - La subida del dólar, el cual nos afectaría, ya que la mayoría de nuestros productos son importados.

10.3 Mix de Mercado

FICHA DE PRODUCTO		FICHA DE PRECIO	FICHA DE PLAZA	FICHA DE PROMOCIÓN
NOMBRE DEL PRODUCTO	**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**			
Condones estimulantes	Condones con Estrías, Anatómico y con puntos. Triple sensación y excitación. Sensibilidad y control de calidad electrónico.	$15.000	**PUNTOS DE VENTA:** - Sex shop MUY INTIMO - Páginas web importadas	**ANUNCIOS:** Se plasmará : - Tipo de producto y sus funciones -Cuidados y recomendaciones Además de estímulos como: - 20% de descuento - Lubricantes más condones por mitad de precio
Huevos vibradores a control remoto	10 ritmos de vibración. Material: ABS, largo: 8 cms, batería: 2 Pilas AAA	$70.000		
Lubricante saborizado	A base de aceite por 30m, sabor a chocolate	$25.000		
Lencería para hombre	Short corto elaborado en microfibra con pretina delgada y la tela con acabado metalizado	$60.000	**ALMACENAJE** - Bodegas - Cajas	
Lencería para mujer	Talla: Única Color: Blanco, negro Incluye: Bralette y panty Composición: 90%Nylon 10%Elastane	$65.000		

10. 4 Catálogo del producto

Catálogo Online

https://www.flipsnack.com/artesaniasgang/cat-logo-online-organic-marr-n.html

PRODUCTOS A DISTRIBUIR

JUGUETES SEXUALES

1. Condones estimulantes



Descripción

Una perfecta elección para sorprender a tu pareja y dejar la monotonía.

- La funda puede estar diseñada para aumentar la circunferencia o la longitud.

- Disminuye la sensibilidad

- Ofrece estimulación en la pareja gracias a sus diferentes texturas

- Ayuda a la disfunción eréctil

2. Huevos vibradores a control remoto



Descripción

Perfecta elección si buscas algo discreto y silencioso, ¡tendrás excelentes noches con este producto!

- Posee diferentes velocidades (10)

- Delicado y fácil de transportar

- Funciona con pilas y tiene un alcance de 12 metros

- Diseño totalmente impermeable

3. Lencería para hombre



Descripción

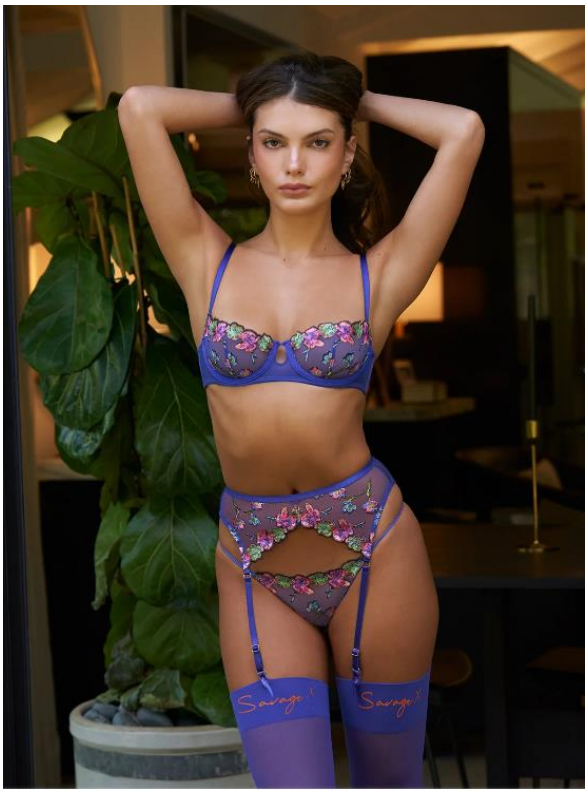
Esta prenda te brinda un aspecto varonil y perfecto para las noches románticas con tu pareja.

- Traje ajustado sin costuras.

- 92% poliamida, 8% elastano.

- Enmallado.

4. Lencería para mujer



Descripción

Corre salvaje y libre, perfecto set para estar cómoda y sentirte poderosa en el.

- Ligeros ajustables

- Bralett y pantie bordado

- 86% nylon, 14% elastano

5. Lubricante saborizado



Descripción

Lubricante Intimo Caliente con sabor a chocolate.

-Producto fabricado a base de agua, ideal para ser utilizado en relaciones sexuales de tipo vaginal, anal u oral, brindando una óptima lubricación.

-No mancha ni deja residuos en la piel.

11. ESTUDIO LEGAL

En Colombia y dentro de los marcos legales establecidos en el congreso, una empresa debe constituirse dentro de los lineamientos legales para dar pie a su formalización y le permita el desarrollo de sus actividades mercantiles.
De esta manera, la formalización de “Gustos Culposos”, dedicada a la venta de productos erótico.

11.1 Modalidad Jurídica

La empresa se constituirá bajo la figura jurídica de SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL), conformada por 4 socios quienes han determinado establecerla bajo el nombre de “GUSTOS CULPOSOS”.

Cada uno de los socios aportará en partes iguales, uno se encargará de los proveedores enfocándose en el área de los productos, uno de la distribución, otro del área de marketing (plataformas y redes sociales), finalmente la última parte se encargará de la dirección y administración del proyecto, en este orden de ideas, cada socio participará en un porcentaje del 25% a la conformación de la empresa.

Personalidad jurídica: teniendo en cuenta que es una sociedad de responsabilidad limitada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus acciones.

11.2 Requisitos para constituir la empresa

La constitución de una Sociedad Limitada en Colombia deberá realizarse a través de escritura pública ante notario público. Posteriormente, deberá inscribirse en el registro mercantil para que tenga validez y surta efectos ante terceros.

Las sociedades limitadas en Colombia tendrán que llevar un libro de registro de socios, registrado en la cámara de comercio. En este libro se deberá anotar el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno de los socios posea. Así mismo, deberán anotarse los embargos, gravámenes, y cesiones realizadas.

Esta es una sociedad de capitales y su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas; el domicilio fiscal será en la Carrera 19 #59-30. La empresa estará representada legalmente por el gerente. Que de conformidad por las partes se ha determinado que la gerencia esté a cargo de uno de los socios, lo cual quedará establecido en el documento de constitución debidamente autenticado ante la Notaría.

11.2.1 Tramites para la formalización de la empresa

Cámara de comercio

Para adquirir la calidad de comerciante y que la empresa dentro de los marcos legales entre en funcionamiento se deben realizar los siguientes trámites:

- Verificar en la Cámara de Comercio del Cauca que no exista un nombre o razón social igual o similar al establecimiento de comercio.
- Solicitar un formulario para el registro mercantil, el cual debe llevar el RUT.
- Diligenciar el formulario.
- Presentar el formulario con el documento de identificación de cada uno de los socios.
- Cancelar el valor de la matrícula.
- Comprar el formulario de matrícula del establecimiento de comercio en la Cámara de Comercio del Cauca, diligenciarlo de acuerdo con las instrucciones adjuntas a él, presentarlo en la caja de la entidad y pagar los derechos de matrícula hasta el 31 de diciembre del año correspondiente.
- Comprar y diligenciar el formulario de declaración de Industria y Comercio en la Tesorería municipal, presentarlo en la oficina de Industria y Comercio (alcaldía) y pagar el valor indicado.
- Presentar el documento de constitución de la sociedad y pagar el derecho de inscripción de dicho documento.
- Obtener la autorización para funcionar y pagar los derechos correspondientes en: Bomberos.

DIAN

Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:

- Asignación de NIT
- Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:
- Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
- Copia del documento de constitución autenticado.
- Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de
- Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su empresa.

11.2.2 Gestiones de funcionamiento, licencias especiales

Solicitar el permiso de uso de suelos ante la oficina de planeación en la Alcaldía de Armenia, quienes exigen cédula y dirección donde estará el establecimiento comercial para expedir un certificado donde expresa la conveniencia y legalidad de establecer este tipo de negocios en la zona escogida. Permiso en Bomberos sobre las condiciones de seguridad y los equipos de previsión de incendios.

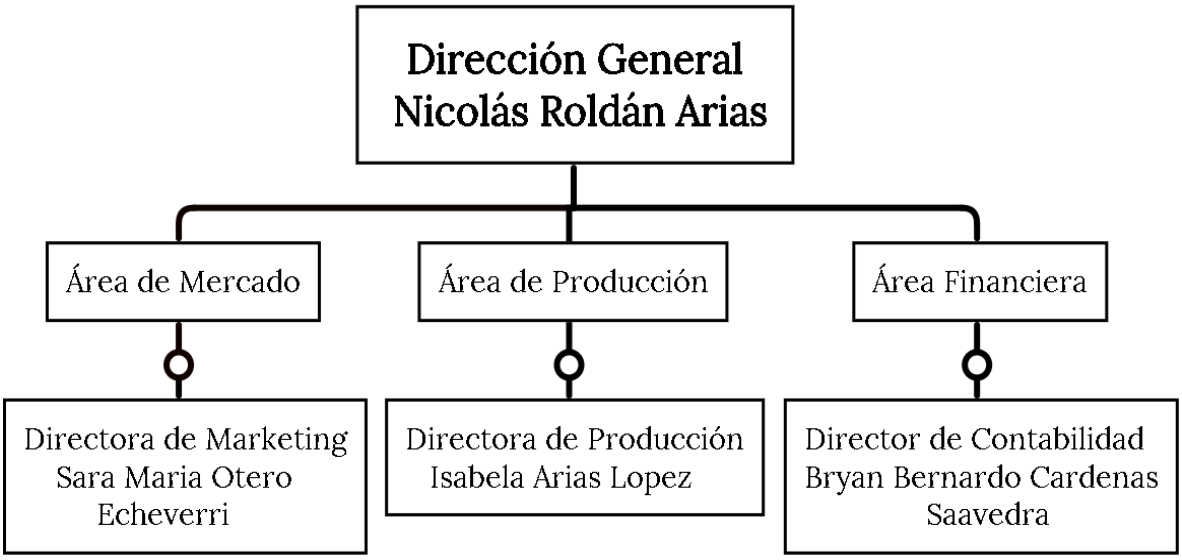
11.3 Costos Legales

TRÁMITE	VALOR
Permiso de uso de suelos	$ 0.00
Autenticación de documento privado	$ 2.500
Inscripción del RUT	$ 0.00
Matricula establecimiento ppal. en la cámara	$ 38.000
Formulario de Matrícula Mercantil	$ 3.200
Registro de cámara de comercio	$ 36.000
Formulario de Matrícula de Cámara y Comercio	$ 6.500
Derechos de inscripción del documento de constitución.	$ 48.000
Registro de industria y comercio	$ 501.500
Registro de libros (cada uno $9.300)	$ 9.300
TOTAL	$ 644. 500

11.4 Organigrama

En toda unidad y sin concernir su actividad mercantil, se crea una estructura organizacional, que permite visualizar a grandes rasgos la conformación de la empresa integrado por el recurso humano. Este permite delegar funciones teniendo en cuenta sus habilidades, capacidades y la forma en que se desenvuelve el operario según el cargo asignado.
Con base a lo anterior; y el desarrollo de un buen programa estructural permitirá fortalecer los lazos internos de comunicación del cual se espera resultados eficaces para el beneficio de la empresa.

11.4.1 Organigrama de la empresa



12. ESTUDIO TÉCNICO

12.1 Mapa de Armenia



12.2 Fuerza locacional

En nuestro caso es tienda virtual, ya que creemos que es lo mejor para un comienzo y va con la visión y misión que tiene gustos culposos. Además, cuenta con varios beneficios como son: gran alcance a nivel publicitario y con esto mayor venta, los clientes sienten más confianza para expresas sus dudad, se reducen costos, entre otros.

13. ESTUDIO FINANCIERO

13.1 Presupuesto de ingresos, costos y gastos

COSTOS DEL PRODUCTO	
CONCEPTO	**VALOR**
VITRINAS	$ 769.900
ESTANTERIAS	$ 453.990
ESCRITORIOS	$ 600.000
COMPUTADORES	$ 5.556.000
CAJA REGISTRADORA	$ 593.460
DATAFONO	$ 9.900
SILLAS	$ 799.600
MANIQUIES	$ 119.400
CAJAS	$ 25.000
BOLSAS	$ 20.000
LAMPARAS	$ 175.200
TOTAL, COSTOS FIJOS MENSUALES	**$** 9.122.453

COSTOS FIJOS	
CONCEPTO	**VALOR**
ARRIENDO	$ 950.000
ENERGIA	$ 120.000
AGUA	$ 85.000
GAS	$ 20.000
TELEFONO / INTERNET	$ 170.000
TOTAL, COSTOS FIJOS MENSUALES	**$** 1.345.000

14. CRONOGRAMA

Actividades	Semana No. 1	Semana No. 3	Semana No. 3	Semana No. 4	Semana No. 5	Semana No.6	Semana No. 7	Semana No. 8	Semana No. 9	Semana No. 10	Semana No. 11	Semana No. 12	Semana No. 13	Semana No.14	Semana No.15	Semana No.16	Semana No.17	semana No.18
1.Definir el direccionamiento estratégico de la empresa. (misión, visión, valores y políticas empresariales)	x	x	x															
2.Realizar logan y slogan de la idea de negocio				x														
3.Realizar Glosario del plan de negocio					x													
4.Definición de objetivos organizacionales					x													
5.Planteamiento del Problema						x												
6.Definición de Alcance							x											
7.Estructura del Marco de antecedentes y conceptual							x	x	x									
8.Formular la matriz Dofa									x									
9.Desarrollo del Diseño metodológico - Encuesta										x	x	x	x					
10.Realización del Estudio de Mercado (Mix de Mercado)													x	x	x	x		
11.Desarrollo del plan administrativo - Organigrama												x						
12.Realizar presupuesto de los recursos necesarios para implementar la idea de negocio																x	x	
13.Realizar Conclusiones y Recomendaciones																	x	
14.Realizar Bibliografía																		x

15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo con el estudio técnico, el mercado erótico presenta favorables ventajas a la hora de crecer como empresa ya que la mayoría de boutiques eróticas de la ciudad son del formato físico, mientras que en “Gustos Culposos “se plantea un inicio de formato virtual a través de las redes sociales y su página web para facilitar su compra.

Guiándonos por la encuesta realizada por parte de “Gustos Culposos” en días pasados sobre preferencias, gustos y participación al momento del funcionamiento de la empresa, podemos visualizar respuestas positivas respecto a las preferencias de los futuros clientes con los productos que se ofrecerán, dando por hecho el funcionamiento efectivo de la empresa. Además, se debe mencionar que “Gustos Culposos” ofrecerá un servicio adicional no tan usual en el ámbito de las empresas eróticas: las capacitaciones y charlas en la cuestión de la sexualidad; según los resultados de la encuesta el 96% de los preguntados respondieron que estarían dispuestos a ser partícipes de estas charlas y el tema más sugerido fue el punto G. Asimismo, la encuesta mostro que el 35% de la audiencia masculina está interesado o estaría dispuesta a saber más sobre la lencería masculina y toda la innovación que la empresa tiene para ofrecer.

Ahora, en el sentido de rentabilidad de mercado, es bastante ventajoso, puesto que sus estadísticas en los últimos años nos muestran una tendencia de crecimiento exponencial, por ejemplo, en el caso mundial esta industria se encuentra valuada aproximadamente en $17.000 millones de dólares, dejando una remuneración de $52 millones de dólares para el año 2020. La inversión para la creación del punto físico de gustos culposos está valuada en $9.122.453 pesos colombianos los cuales se piensa recaudar en el periodo inicial de aproximadamente un año, a través de la virtualidad.

Pasando al estudio legal, para los costos legales se tiene un presupuesto de $ 644.500 pesos colombianos, los cuales se deben añadir a los $9.122.453, además de los trámites legales como cámara de comercio, DIAN y toda la documentación para hacer propio, legalmente, el nombre “Gustos Culposos” además de los papeles para el espacio físico futuro de la empresa. Cabe aclarar, que la empresa está constituida bajo la figura jurídica de SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL), por lo que cada uno de los socios de la empresa contara con la participación del 25%.

Para finalizar, gracias a la expansión del conocimiento en el ámbito virtual, la buena disposición de las generaciones actuales respecto a todo el tema erótico y la industria del entretenimiento, las ventas de esta facultad van incrementando de manera exponencial y apresurada. Este mercado ha venido siendo un éxito tanto mundialmente como a nivel nacional, cada vez con menos trabas al momento de promocionarse o simplemente comentarse a la hora de emprender, también cuenta con la ventaja de que el mercado abre sus puertas gracias a su rentabilidad y originalidad, dando a entender que “Gustos Culposos” promete ser una empresa con altos estándares tanto en calidad como al momento de conectar con el cliente, sobresaliendo su innovación y prestigio como franquicia a largo plazo.

16. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

ABC.es (2012). La demanda de productos eróticos aumenta un 35% en tan solo dos años - ABC.es. Recuperado de: http://www.abc.es/20120530/sociedad/abci-demanda-productos-eroticos201205301321.html

Bohórquez Aya, E. (2008). Se levanta la industria del sexo, El Espectador, recuperado de: http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso-se-levanta-industriadel-sexo

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (07 de 03 de 2019). ¿Hacia dónde va el comercio electrónico en 2019? Recuperado el 2019, de Cámara de Comercio electrónico: https://www.ccce.org.co/noticias/hacia-donde-va-el-comercio-electronico-en-2019/

Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). Trámites jurídicos y tributarios para crear empresa. Recuperado el 2019, de www.ccb.org.co: https://www.ccb.org.co/Cree-suempresa/Preparese-para-crear-empresa/Legal-y-tramites

CO Internet. (14 de 08 de 2019). Colombianos cada vez más acostumbrados a realizar compras por internet. Recuperado el 27 de 08 de 2019, de cointernet.com.co: https://www.cointernet.com.co/noticias/colombianos-cada-vez-mas-acostumbrados-arealizar-compras-por-internet/

Delgado, J. (s.f de s.f de 2017). Las tiendas eróticas: ¿El emblema de una sexualidad libre? Recuperado el 05 de 07 de 2019, de Rincón de la psicología: https://rinconpsicologia.com/las-tiendas-eroticas-el-emblema-de-una/

Finanzas personales. (20 de 04 de 2018). Los 5 productos más comprados en los sex shops. Recuperado el 29 de 08 de 2019, de finanzaspersonales.co: https://www.finanzaspersonales.co/consumo-inteligente/articulo/sexo-cuales-son-losjuguetes-sexuales-mas-comprados/75913

Forbes Staff. (14 de Abril de 2020). Ventas de juguetes sexuales despegan en Colombia durante cuarentena por coronavirus. Recuperado de Forbes: https://forbes.co/2020/04/14/negocios/ventas-de-juguetes-sexuales-despegan-encolombia-durante-cuarentena-por-coronavirus/

Freyja Boutique Erótica. (s.f de s.f de s.f). Freyja Boutique Erótica. Recuperado de freyjaboutique.com: https://www.freyjaboutique.com/

González, A., & Torres, L. (05 de 02 de 2017). En Cali crece el negocio de los juguetes sexuales.
Recuperado el 03 de 07 de 2019, de El pais: https://www.elpais.com.co/entretenimiento/en-cali-crece-el-negocio-de-los-juguetessexuales.html

MBA & Educación Ejecutiva - AméricaEconomía (2016). Sex shop, un negocio duro de vender. Recuperado de: https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/sex-shop-un-negocioduro-de-vender

Profamilia (2015), Sexualidad, sexo y relaciones sexuales, recuperado de: http://profamilia.org.co/preguntas-y-respuestas/sexualidad-masculina-yfemenina/

Revista Semana. (24 de 04 de 2013). El auge en Colombia de las compras sexuales por internet.
Obtenido de Revista Semana: https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-augecolombia-compras-sexuales-internet/341094-3