LUJURIA SEX SHOP

LAURA XIMENA PALACIO PARDO
DANNA SOPHIA PARDO GUEVARA

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

LUJURIA SEX SHOP

LAURA XIMENA PALACIO PARDO
DANNA SOPHIA PARDO GUEVARA

Trabajo presentado como finalización de la etapa práctica

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 trabajo nos lo dedicamos a nosotras mismas, debido a nuestro esfuerzo y dedicación en el transcurso de estos dos años para obtener el título de técnico en asistencia administrativa

Laura Ximena Palacio Pardo

Danna Sophia Pardo Guevara

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los tres instructores del Sena que nos guiaron durante dos años en este proceso de formación, y que con sus conocimientos nos ayudaron a crear esta idea de negocio.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 8
GLOSARIO 9
1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 10
1.1 TITULO 11
1.2 LOGO DE LA EMPRESA 11
1.3 ESLOGAN DE LA EMPRESA 12
1.4 MISIÓN 12
1.5 VISIÓN 12
1.6 VALORES DE LA EMPRESA 13
1.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES 13
1.7 INTEGRANTES DE LA EMPRESA 14
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 15
2.1 Alcance 15
3. OBJETIVOS 17
3.1 Objetivo General 17
3.2 Objetivos Específicos 17
4. MARCO DE REFERENCIA 18
4.1 Marco Teórico o Conceptual 18
5. DISEÑO METODOLÓGICO 20
6. DESARROLLO DEL PROYECTO 20
7. ESTUDIO DE MERCADO 26
7.1 MIX DE MERCADO 26
8. ESTUDIO TÉCNICO 34
9. ESTUDIO LEGAL 35
9.1 CONFORMACION JURIDICA 35
9.2 35
9.3 9.2 REQUISITOS PARA LA FORMALIZACION DE LA EMPRESA 35

9.3 TRAMITES PARA LA LEGALIZACION DE LA EMPRESA.....36
11. CRONOGRAMA DEL PROYECTO 41
12. CONCLUSIÓNES Y RECOMENDACIONES.....43
13. BIBLIOGRAFÍA.....45

INTRODUCCIÓN

El concepto del sexo ha cambiado en los últimos tiempos, y en Colombia a pesar del fuerte dominio religioso hay una apertura de pensamiento con respecto al entretenimiento y el placer en lo que al sexo y la sexualidad se refiere. Este pensamiento más liberal ha abierto un mercado con gran oportunidad de crecimiento de productos de entretenimiento y placer sexual.
Es por esto que lujuria sex shop tiene como finalidad brindar a nuestro público consumidor (mayor de edad) un amplio campo lleno en experiencias diferentes y nuevas sensaciones por medio de productos que les llene las expectativas basadas en calidad, economización y durabilidad.

Nuestra idea se basa en crear una tienda online que ofrezca a sus consumidores productos y servicio de entretenimiento y placer sexual, con la comodidad y privacidad a través de su computador personal o celular, en donde además de ofrecer un catálogo de producto, cuente con una asesoría a través de chat anónimo o de llamada de voz en donde se le brindara la asesoría necesaria para que el producto que obtenga sea de su mayor agrado.

GLOSARIO

- Sex Shop: es un establecimiento donde se venden artículos relacionados con las prácticas sexuales, la sexualidad en general, y eventualmente el erotismo, como revistas y películas pornográficas, lencería erótica, juguetes sexuales, productos para practicar el sexo seguro, para el juego de roles sexuales y otros artículos relacionados con el sexo.

- Dominio: Suele estar formado por el nombre de la organización y un sufijo de Internet estándar, como miempresa.com o universidad.edu. Por ejemplo, tu **dominio** es tu-**empresa**.com, tienes el sitio web www.tu-**empresa**.com y tu correo electrónico es info@tu-**empresa**.com.

- Dildos o consolador: **Son objetos que se introducen en la vagina, el ano o la boca**. Hay dildos de muchas formas y tamaños, pero normalmente tienen una forma parecida a un pene. Algunos parecen un pene de verdad y otros tienen una forma diferente.

- Bolas chinas: **Bolas Ben Wa** o **bolas chinas** (también **geisha**), por lo general son dos bolas bastante ligeras unidas por un lazo que se pueden introducir tanto por la vagina como por el ano. Y que tienen en su interior otras bolas más pequeñas, creando un vacío en el interior. Mediante el movimiento las bolas interiores golpean con las exteriores y realizan una especie de efecto vibratorio, produciendo sensaciones muy eróticas y placenteras.

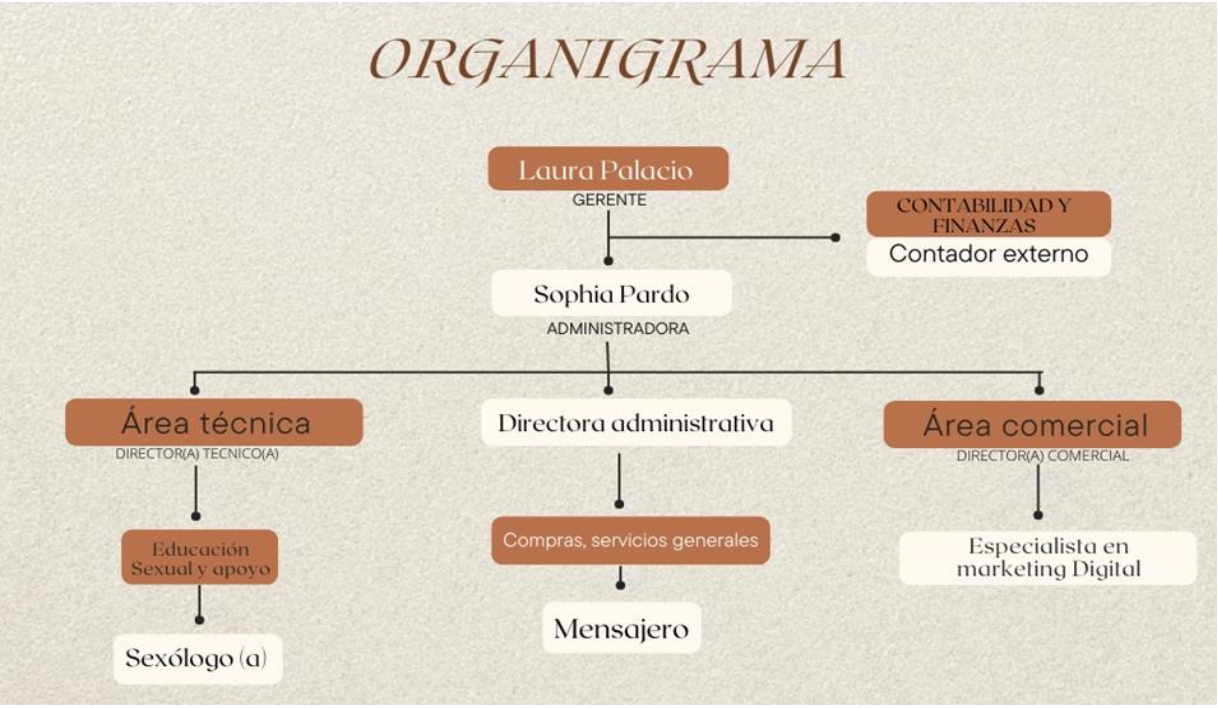
- Lujuria: La lujuria, en el marco de la moral sexual, es el deseo sexual desordenado e incontrolado.

- Influencers: Es una forma de márketing en redes sociales en la que se contrata a personas que tienen influencia sobre los compradores potenciales para que recomienden productos o realicen emplazamientos publicitarios.

- BDSM: Bondage es una práctica erótica basada en la inmovilización del cuerpo de una persona. Las ataduras pueden hacerse en una parte del cuerpo o en su totalidad, utilizando cuerdas, cintas, telas, cadenas, esposas o cualquier otro elemento que pueda servir como inmovilizado.

1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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.



Fuente: Elaboración Propia

1.1 1.1 TITULO

LUJURIA SEX SHOP

Escogimos el nombre de lujuria sex shop porque hace referencia al pecado, deseo, pasión. En pocas palabras, lo prohibido.
Queremos que nuestros usuarios se deslumbren y sientan atracción a la lujuria….

1.2 1.2 LOGO DE LA EMPRESA



1.3 1.3 ESLOGAN DE LA EMPRESA

“Nunca dejes de jugar, solo cambia tus juguetes”

1.4 1.4 MISIÓN

Ofrecer un concepto diferente en discreción, calidad de nuestros productos comercializando juguetes eróticos de alta calidad a un costo accesible satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, para llegar a ser una empresa productiva garantizando la distribución correcta y a tiempo de nuestros productos.

1.5 1.5 VISIÓN

Ser una compañía moderna, competitiva y entretenida para nuestros usuarios siendo una opción efectiva para ayudarles hacer más especiales esos momentos, de esta misma manera nos enfocaremos en que el público se sienta cómodo mediante la compra y asesoría de nuestros productos.

Corto plazo
Iniciar creando nuestra tienda online, página de Instagram y de Facebook e ir creciendo en ventas a nivel municipal**.**

Mediano plazo
Crear un punto físico medianamente llamativo a primera vista y así mismo ir haciendo crecer nuestras páginas de redes sociales por medio de personas con un buen número de seguidores para una buena publicidad que nos atraiga más clientes.

Largo plazo

Mejorar el local y ubicarlo en un buen punto de la ciudad donde tenga mayor accesibilidad para nuestros clientes y así empezar a vender productos mucho más innovadores, tener nuestras páginas webs actualizadas y modernas para que sigan creciendo y haciéndose más atractivas para los visualizadores que ya tenemos y que vayan llegando más por medio de recomendaciones.

1.6 1.6 VALORES DE LA EMPRESA

Discreción. Manejar y asumir con responsabilidad la información suministrada, y asimismo respetar la privacidad.

Responsabilidad. Determinar cuáles son los efectos de una acción.

Honestidad. Ofrecer un concepto diferente de discreción y siempre hablar con el objetivo de aclarar las dudas del cliente.

Igualdad. Tratar a cualquier persona que quiera adquirir nuestros productos de la misma forma siempre

Respeto. Se trata de tratar con el debido de respeto a nuestros clientes y de manera muy cordial siempre.

1.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES

II. Prohibir la venta de nuestros productos a menores de edad.
III. Cumplir con los requisitos acordados con los clientes.
IV. Brindar un entorno de confianza y amigable a nuestra comunidad.
V. Libertad sexual y seguridad hacia nuestros clientes.
VI. Fomentar en nuestros empleados el espíritu el trabajo.
VII. Se recibirán cualquier tipo de sugerencias para mejorar nuestro negocio y así mismo se tomarán de la mejor manera las quejas.
VIII. Rechazar totalmente la corrupción.

IX. Manejar precios accesibles para el consumidor.

X. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas y dudas.

XI. Mejorar las expectativas de los clientes

1.7 1.8 INTEGRANTES DE LA EMPRESA

Nombres y Apellidos	Tipo Doc.		# Doc.	Celular	Correo Electrónico
	C.C	T.I			
Danna Sophia Pardo Guevara		x	1092456047	3126604704	Sophiapardo0823@gmail.com
Laura Ximena Palacio Pardo		x	1092455583	3246721419	lpalaciopardo28@gmail.com

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La sexualidad constituye el vínculo más profundo entre los seres humanos y como práctica está altamente intervenida por la sociedad y tiene ciertos matices que se diferencian de cultura a cultura. A pesar de encontrarnos en un mundo globalizado siguen existiendo fuertes paradigmas con referencia a todo lo que tiene que ver con la sexualidad, y su libre ejercicio, donde su concepción desde el punto de vista de la sociedad se ha visto históricamente limitada y juzgada.

Realizando algunos estudios pudimos observar que uno de los mayores obstáculos al momento de adquirir productos que mejoren el placer sexual es el ´´¿Qué dirán?´´ pensamiento que aun que hace un tiempo ha ido disminuyendo su importancia, aún hay personas que no se sienten bien expresándose libremente por dicho motivo.

Mediante el desarrollo de este proyecto se plantea un modelo que logre transformar algunos pensamientos generando confianza hacia nuestros clientes donde así mismo se podrían incorporar elementos glamorosos y románticos como elemento innovador; además de desarrollar un ambiente acogedor, y donde se ofrezcan productos y asesorías orientadas a la salud sexual, de manera que se responda a las necesidades de las personas en el disfrute pleno de su vida sexual.

2.1 2.1 Alcance

Para lograr los objetivos propuestos lo primero que haremos será realizar una encuesta para poder conocer cuál sería el mayor interés de un cliente y cuál sería la mayor debilidad hacia una Sex Shop y así poder empezar por esos ´´pequeños´´ detalles. Por otra parte la empresa debe ganar clientes tanto virtuales como presenciales y el modo en que se pondrá en práctica esto será contactando algunos de los mejores creadores de contenido del departamento y de esta manera ir

creciendo como empresa atrayendo a más clientes con el buen servicio que prestaremos.

Nuestra idea de negocio va dirigida principalmente al público de personas desde los 18 años de edad, ya que desde esa edad es que se empieza a frecuentar el uso mucho más extenso de productos sexuales, es decir, no fijan su enfoque simplemente en un aceite o un consolador, sino que van mucho más allá de eso pues los productos que ofreceremos serán de gran innovación.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

- Promocionar productos sexuales para satisfacer las necesidades del cliente (hombre, mujer, entre otros) mayores de dieciocho años.

3.2 Objetivos Específicos

- Disponer de una tienda online en un primer momento para vender nuestros productos e ir generando confianza en nuestros clientes.
- Promocionar por medio de los influencers nuestro local y puesto así que los usuarios conozcan nuestra tienda yendo al punto físico donde se les ofrecerán diversos productos y podrán obtener más información acerca de ellos.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Marco Teórico o Conceptual

La industria del sexo, que por años fue todo un tabú, venía presentando un crecimiento exponencial en las últimas décadas, y logró el año pasado un récord, en medio de las cuarentenas y restricciones impuestas a raíz del coronavirus.

En Colombia…

Para Stephany Raymond, cofundadora de La Maleta Rosada, la industria del sexo es un mercado en continuo crecimiento, a pesar de los tabús que aún persisten.

Sobre todo, afirma, "la pandemia fue un factor acelerador de las ventas en línea de juguetes sexuales en nuestro país. Proliferaron la creación de nuevas tiendas en línea y marcas de juguetes o productos sexuales, dinamizando el mercado y la competencia".

"El succionador de clítoris fue el juguete más vendido durante la pandemia (en todas sus versiones), seguido por juguetes controlados a distancia y los conejos de doble estimulación", indica Raymond.

Por su parte, la tienda colombiana seXcretos también presentó buenos resultados durante el año pasado, pues sus facturaciones por ventas se duplicaron y aumentó significativamente el tráfico en su sitio web.

Internacional

Mientras varios comercios en el mundo veían caer sus ventas a causa de la pandemia, las sex shops experimentaban un aumento en sus facturaciones. Los

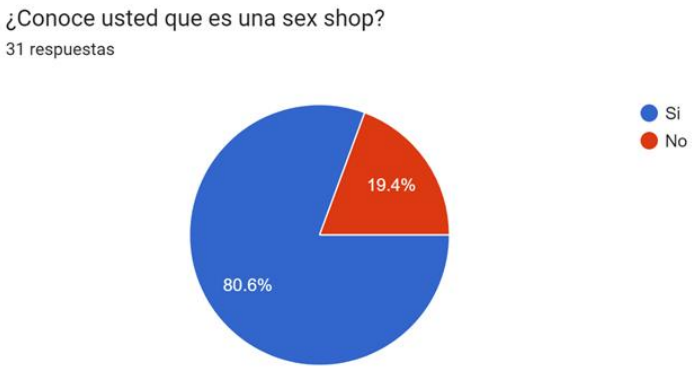
juguetes y dispositivos sexuales se habían convertido en la alternativa perfecta para que millones de personas siguieran disfrutando de sus relaciones y su sexualidad en medio de las cuarentenas.

El estudio de Juniper Research, una consultora especializada en mercado de tecnología digital, reveló que **durante el año pasado se utilizaron alrededor de 35,6 millones de juguetes o dispositivos digitales sexuales en todo el mundo**. De acuerdo con los datos, a **Asia** le corresponde un tercio de estos artículos, siendo la región que lidera esta industria. Mientras tanto, el resto del mundo le sigue los pasos y se estima que en América Latina se usarán cerca de 6 millones de dispositivos sexuales con conexión a internet para el año 2025.

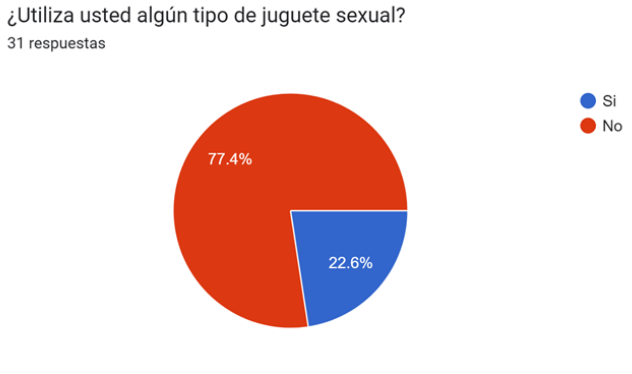
5. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico seleccionado es de tipo método cuantitativo, el cual consiste en la aplicación de una encuesta a 30 personas en la que se pretende recopilar información acerca del comportamiento del cliente, hábitos de compra, gustos, entre otros que permitan la viabilidad de este plan de negocios. A partir de esos datos se realiza el debido análisis y la depuración a través de gráficos que brinden un panorama del mercado en el que nos enfocamos.

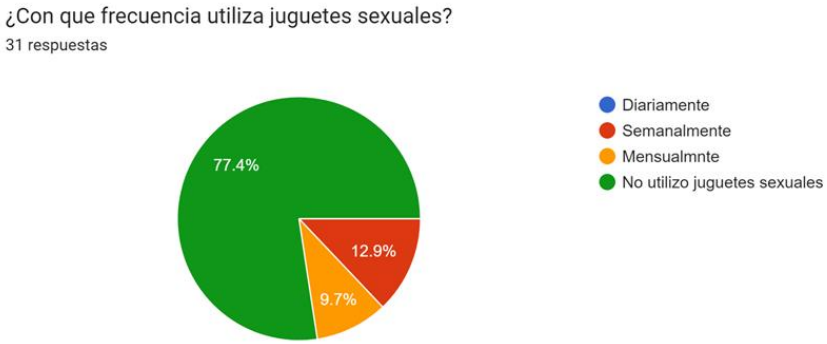
6. DESARROLLO DEL PROYECTO



El 80,6% de las personas encuestadas conocen que es una sex shop, el otro 19,4% restante lo desconocen.

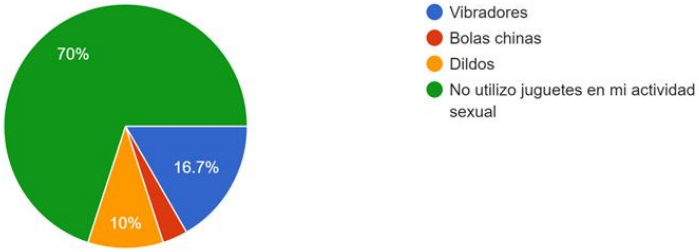


El 77,4% de las personas encuestadas utilizan juguetes sexuales, mientras que el 22.6% no utilizan de ningún tipo.



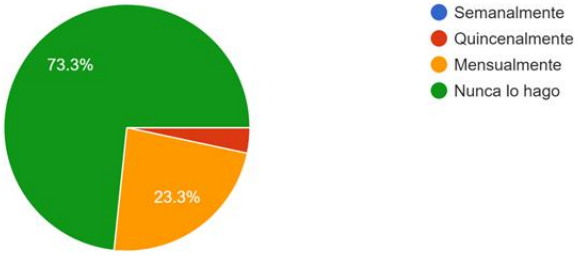
La totalidad de personas encuestadas fueron 31, dentro de ese rango el 77,4% dice que no utiliza juguetes sexuales de ninguna manera, el otro 12.9% dice que los utiliza semanalmente, y el 9.7% restante con una frecuencia mensual.

¿Qué tipo de juguetes prefiere utilizar en su actividad sexual?
30 respuestas



En la actividad sexual el 70% de las personas encuestadas no les gusta utilizar juguetes sexuales, el 16.7% de ellas prefieren vibradores y el 10% dildos.

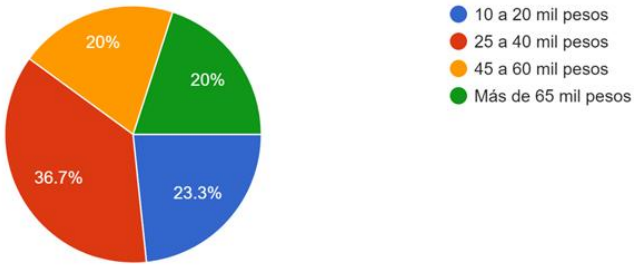
¿Con que frecuencia visita tiendas eróticas?
30 respuestas



El 73,3% de las personas encuestadas nunca visitan tiendas eróticas, mientras que el 23.3% restante las frecuenta mensualmente.

¿Cuánto dinero gastaría usted en la adquisición de nuestros productos?

30 respuestas



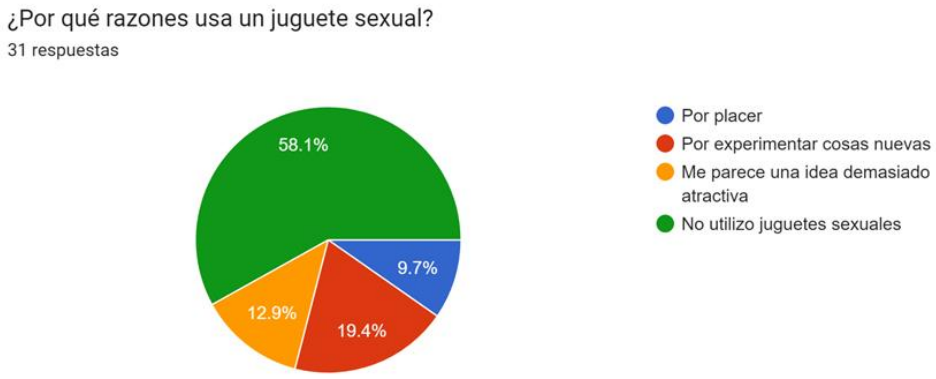
Las personas encuestadas responden que el 36.7% de ellos pagarían de 25 a 40 mil pesos por nuestros productos, el 23,3% de ellos pagarían de 10 a 20 mil pesos, el 20% de ellos más de 60 mil pesos y el otro 20% restante pagaría más de 65 mil pesos.

¿De qué forma se sentiría más cómodo comprando nuestros productos?

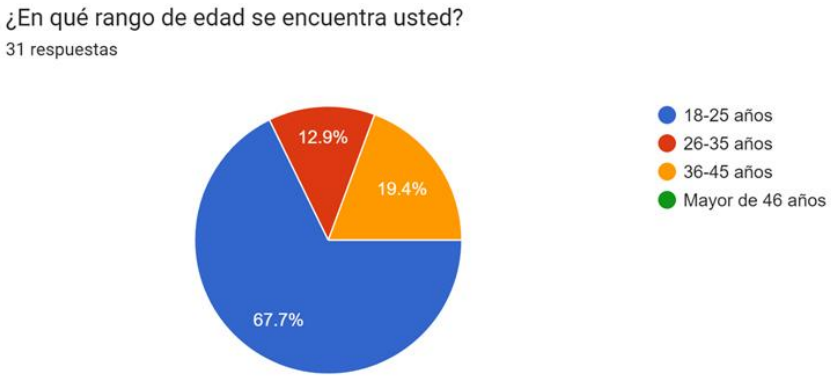
31 respuestas



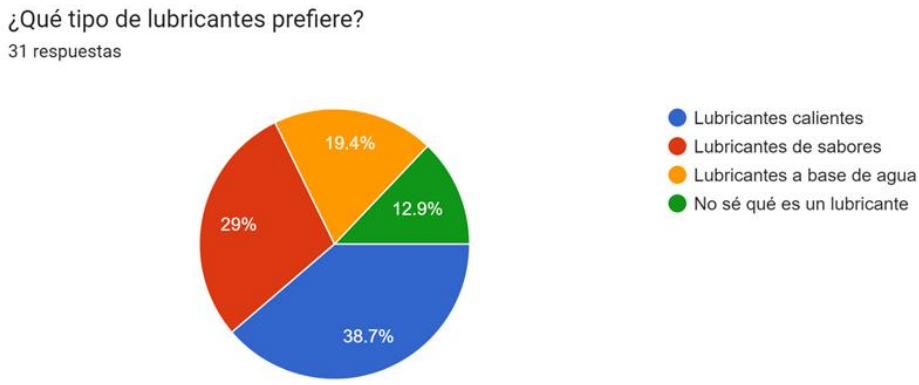
Las personas encuestadas dicen que se sentirían más cómodos comprando nuestros productos por medio de una tienda online llevándose el 45,2% del 100%, el 25,8% se le otorga a una tienda ubicada en un centro comercial, el 16,1% no se siente cómodo dentro de ninguna de las opciones anteriormente expuestas y el 12,9% restante prefieren una tienda ubicada en el centro.



El 58,1% de las personas encuestadas dicen que no utilizan ningún juguete sexual, el 19,4% de ellos(a) escogieron la opción de que lo hacen para experimentar cosas nuevas, el 12,9% porque les parece una idea demasiado atractiva y el 9.7% restante por placer.



Dentro del rango de edad el 67.7% de las personas encuestadas tienen entre 18 a 25 años, el 19.4% tienen entre 36 a 45 años y el 12.9% entre 26 a 35 años.



En las preferencias de lubricantes encontramos que el 38.7% de las personas encuestadas prefieren lubricantes calientes, el 29% lubricantes de sabores, el 19,4% lubricantes a base de agua y el 12.9% desconoce que es un lubricante.

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1 MIX DE MERCADO

PRODUCTO PRECIO PLAZA PROMOCIÓN

Nombre del producto: Lencería Consoladores Anillos vibradores Bolas chinas EXTRAÑO -caracteristicas -foto de todos los productos -subtipo -descripcion (especifico) -mercado objetivo -a quien va dirigido -modo de uso	Llegada cliente Saludo Registro Presentar el servicio Ejecutarlo	Distribuir el producto/servicio	
Tres estrategias 1.Mejorar la presentación física de los productos		-Vender desde páginas online hasta un punto físico. -realizar pedidos empresas mayoristas departamentales e internacionales para adquirir todos los productos para la empresa	-Obsequiar por cada compra mayor a 25 mil pesos, 2 condones

2. Catalogo/página web de los productos		Almacenaremos los productos de la empresa en casa de una de las dueñas de la misma, un sitio apropiado libre de humo, humedad -En un primer momento las ventas se realizaran por medio de páginas webs	-Por cada 10 compras se le entregara una ficha, cuando estas sean completadas se le obsequiara,si es mujer lencería, si es hombre retardantes o pastillas power x

3. Recomendaciones para que la utilización del producto sea mucho más satisfactoria		-La entrega de los productos la realizara una de las propietarias de la empresa por medio de domicilios si es a nivel departamental y si es a nivel nacional o más allá, se harán envíos por medio de empresas de mensajería instantánea	-Si el cliente se encuentra afiliado a la empresa atendrá promociones de 2x1 en toda la tienda al inicio de cada mes

FICHA DE PRODUCTO			
Lencería  -piezas diseñadas en tela de encaje y variabilidad de estilos -Cómodas -Innovadoras -De buena calidad	Desde $30.000 pesos		

Consoladores  -Diversidad de materiales, tales como: en silicona, en goma, en vidrio…etc -Diferentes alcances de velocidad -Diferentes tamaños y funciones	Desde $45.000 pesos		

Anillos durex  -Diferentes formas -Produce más durabilidad en el sexo por parte del hombre	Desde $25.000 pesos		

Bolas chinas  -Aumento en la cantidad y el tamaño de las bolas -Diferentes materiales (silicona,acero)	Desde $50.000 pesos		

BDSM  -Diferentes tipos implementos (látigo, esposas, collares, cadenas, entre otras) para hacer más intensa	Individual Desde $35.000 pesos c/u Kit Desde $120.000 pesos		

8. ESTUDIO TÉCNICO



Decidimos empezar con nuestra empresa de manera virtual haciendo domicilios en la ciudad de Armenia, Quindío y en los municipios más cercanos que son Calarcá, Buenavista, La Tebaida, Montenegro y Circasia ya que para poder en un futuro tener un punto físico debemos comercializarnos más a nivel local y municipal; y la mayor razón de darnos a conocer primero por medio de nuestras redes es porque nuestro tipo de mercado es algo sensible para muchas personas y debemos generar confianza y así poder tener clientes fieles para que por consiguiente vayamos creciendo día a día.

9. 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 "Lujuria sex shop¨ dedicada a la venta de productos sexuales.

9.1 CONFORMACION JURIDICA

La empresa se constituirá bajo la figura jurídica de responsabilidad limitada porque está conformada por 2 accionistas quienes han determinado establecerla bajo el nombre de ¨LUJURIA SEX SHOP¨
Cada una de las socias aportara partes iguales, una el terreno y la otra los materiales necesarios para poner a funcionar el negocio entendiéndose como su dirección y administración. En este sentido de ideas, aunque legalmente deban existir cargos, las dos accionistas tendrán la misma participación en la toma de cualquier decisión de la empresa, así mismo el manejo de los ingresos de la misma, es decir, cada una tendrá un porcentaje del 50% de la empresa.

9.2
9.3 9.2 REQUISITOS PARA LA FORMALIZACION DE LA EMPRESA

- Nombre y domicilio de los socios.
- Domicilio social.
- Objeto social determinado.
- Capital social.
- Duración precisa de la sociedad.
- Causales de disolución anticipada de la misma

9.3 TRAMITES PARA LA LEGALIZACION DE LA EMPRESA

- Verificar en la Cámara de Comercio del Cauca que no existan 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.
- Comprar los libros de contabilidad (mayor, diario, inventarios y balances, etc.) presentarlos en la caja de la Cámara de Comercio del Cauca marcados, con las hojas enumeradas, la solicitud para su registro y pagar los derechos de inscripción.
- Obtener el certificado de matrícula mercantil.

TABLA DE PRESUPUESTO LEGALES

TRAMITE	VALOR
Permiso de uso de suelos	$ 0
Autenticación de documento privado	$ 2.500
Inscripción del RUT	$ 0
Matricula establecimiento ppal. en la cámara	$ 38.000
Formulario de Matricula Mercantil	$ 3.200
Registro de cámara de comercio	$ 36.000
Formulario de Matricula 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

Fuente: Elaboración Propia

10. ESTUDIO FINANCIERO

COSTOS DEL PRODUCTO	
CONCEPTO	**VALOR**
Kit: Esposas, antifaz,mordaza, plug anal, látigo, pluma y un aceite	$130.000
Kit: Collar, consolador, dildo, huevo vibrador,crema anal, crema masaje	$150.000
Kit: Retardante,anillo durex, condones setX3,lubricante sexo oral caliente	$90.000
Lubricante a base de agua	$25.000 C/U $125.000 5 unidades pedidas
Lubricante caliente	$18.000 C/U $90.000 5 unidades pedidas
Pera anal	$45.000
Crema retardante	$19.000 C/U $38.000 2 unidades pedidas
Spray retardante	$ 25.000 C/U $50.000 2 unidades pedidas
Anillo vibrador	$50.000
Huevo vibrador	$70.000
Arnés	$50.000

Vibrador con variedad de intensidades	$150.000 C/U $750.000 5 unidades pedidas
Consolador de 16cm	$100.000C/U $300.000 3 unidades pedidas
Consolador de 20cm	$130.000C/U $260.000 2 unidades pedidas
Dildo sencillo	$25.000 C/U $100.000 4 unidades pedidas
Bolas chinas	$50.000 C/U $250.000 5 unidades pedidas
Plug cola de animal	$70.000 C/U $280.000 4 unidades pedidas
Tanga	$12.000 C/U $60.000 5 unidades pedidas
Bralettte	$20.000 C/U $100.000 5 unidades pedidas
Set´s de lencería	$80.000 C/U $560.000 7 unidades pedidas
Pastas estimulantes	$20.000 C/U $60.000 3 unidades pedidas
Polvo estimulante	$10.000 C/U $30.000 3 unidades pedidas
TOTAL COSTOS DEL PRODUCTO	**$3'978.000**

COSTOS FIJOS	
CONCEPTO	**VALOR**
ARRIENDO	$0
ENERGIA	$85.000
AGUA	$50.000
PUBLICIDAD	$150.000
TELEFONO / INTERNET	$160.000
TRANSPORTE (DOMICILIO)	$120.000
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	**$565.000**

11. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Actividades	Semana No. 1	Semana No. 2	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																×	×	
13. Realizar Conclusiones y Recomendaciones																	×	
14. Realizar Bibliografía																		×

12. CONCLUSIÓNES Y RECOMENDACIONES

En conclusión, Lujuria Sex Shop buscará posicionarse como una tienda erótica virtual (en un primer momento) en la que su promesa de valor sea la confidencialidad a la hora de hacer los envíos a los clientes sea lo más importante, esto para que ellos se sientan en confianza de adquirir y preguntar todo lo que desean saber sobre los productos que quieren comprar.

Gracias al análisis del sector y la investigación de mercados se detectó que el mercado colombiano ha tenido un buen crecimiento en el e-commerce representando el 1.5% del PIB (Producto Interno Bruto) del país considerando que equivale a 3.929.453 millones de pesos colombianos siendo esto de afinidad para Freyja, ya que estará clasificada en este sector y se demuestra que es el que está funcionando mejor en el país y además que las personas apoyan el hecho de comprar en línea. Lo que más nos impulsó a formar este tipo de empresa es que es uno de los temas que mejor se está posicionado en el país ya que comienza a contar con una entrada monetaria de alto ascenso, por esto nos hemos enfocado principalmente en una tienda erótica ya que nos brinda una estabilidad económica elevada por medio de los ingresos de los productos que hoy en día se están moviendo con agilidad en el mercado colombiano y que sabemos que como es un tema de mucha relevancia en estos tiempos, y lo más seguro es que siga así, dicho negocio podría seguir creciendo con afinidad.

RECOMENDACIONES

1. 1.Validar la posibilidad de hacer alianzas con marcas reconocidas en el tema erótico, tales como ferias reconocidas, moteles y bares swinger.
2. Mantener las campañas de publicidad activas y constantes para llegar a nuevos usuarios y generar mayor reconocimiento de marca.
3. Tener buen manejo de piezas publicitarias con el contenido adecuado y publicaciones constantes.
4. Capacitar adecuadamente al equipo de trabajo para que tenga la información adecuada sobre los productos y de esta manera brindar un buen servicio al cliente.
5. Estar en constante actualización de los productos integrándolos a la página web e Instagram.
6. Tener la tecnología adecuada para el buen funcionamiento de la tienda virtual incluyendo pasarelas de pago, envíos y contenido de la página web.

7. Estar actualizado en tendencias de productos, tecnología y comunicación asertiva para tener bases sólidas en cualquiera de los campos mencionados.

8. Tener un adecuado y efectivo servicio post venta con los clientes.

13. BIBLIOGRAFÍA

Muñoz, V. y Torres, Y. (2020). Trabajo de grado para título de profesional en mercadeo y publicidad, modelo de negocio. Boutique Erótica Virtual. Bogotá, Colombia. Fundación Universitaria del área Andina.

https://digitk.areandina.edu.co/

BBC NEWS. (2018, septiembre 28). 6 cosas que tal vez no sabías sobre el exitoso negocio de los juguetes sexuales. BBC news.

https://www.bbc.com/mundo/noticias-45670951

Educalingo. (2021, Mayo). QUÉ SIGNIFICA SEX SHOP. Educalingo.

https://educalingo.com/es/dic-en/sex-shop

Semana. (2021, Junio 2). Un mercado caliente: la industria del 'sextech' en Colombia. Industria.

https://www.semana.com/

Lozada, P. y Rodríguez, G. (2020). Modelo de negocio para el sex shop Cherry. Paradise Arizona. Bogotá, Colombia: Universidad EAN.

https://repository.universidadean.edu.co/