



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**PRESENTADO POR:**

**LAURA ALEJANDRA CASALLAS BAPTISTA**

**DIEGO ANDRES AGUILERA GOMEZ**

**STELLA PEÑA MONTERO**

**PRESENTADO A:**

**OSCAR GIOVANNY HERNANDEZ**

**OPCION DE GRADO 1**

**OPEN MIND (SEX-SHOP Y EVENTOS PARA ADULTOS)**

**2017**

## Contenido

1.	Introducción .....	4
2.	Idea de negocio .....	5
3.	Misión .....	6
4.	Visión .....	6
5.	Objetivo General .....	7
6.	Objetivos específicos .....	7
7.	Cliente .....	8
8.	Estudio del Mercado .....	9
9.	Necesidades .....	10
10.	Perfilacion del Cliente .....	11
10.1	Expectativas .....	11
10.2	Soluciones .....	11
10.3	Frustraciones .....	11
10.4	Mercado .....	12
11.	Análisis Pestel .....	13
11.1	Político .....	13
11.2	Económico .....	13
11.3	Socioculturales .....	13
11.4	Tecnología .....	13
11.5	Ecológico .....	14
11.6	Legal .....	14
12.	Análisis Porter .....	15

12.1 Poder de Negociación con Clientes..... 15

12.2 Poder de Negociación con Proveedores ..... 15

12.3 Rivalidad entre Competidores..... 15

12.4 Amenaza de Nuevos Productos..... 16

12.6 poder de negociación con proveedores ..... 16

12.7 Amenaza de Sustitutos ..... 16

13. Encuesta ..... 17

14. Catalogo ..... 19

Bibliografía ..... 21



## 1. Introducción

El siguiente trabajo fue realizado con el fin de presentar un tipo de empresa el cual cuenta con ideas innovadoras y creativas, aquí se pretenderá exhibir las intenciones que esta compañía tiene con sus futuros clientes, los cuales se verán beneficiados con los ideales aquí presentados.

Además de presentar un informe detallado, el cual revelara todas las posibles situaciones que la empresa podría enfrentar tras su creación, como lo es el ámbito político, el ámbito social, el ámbito religioso y el ámbito económico. Dicho esto en la misma investigación se planteara las soluciones a estos inconvenientes.



## 2. Idea de negocio

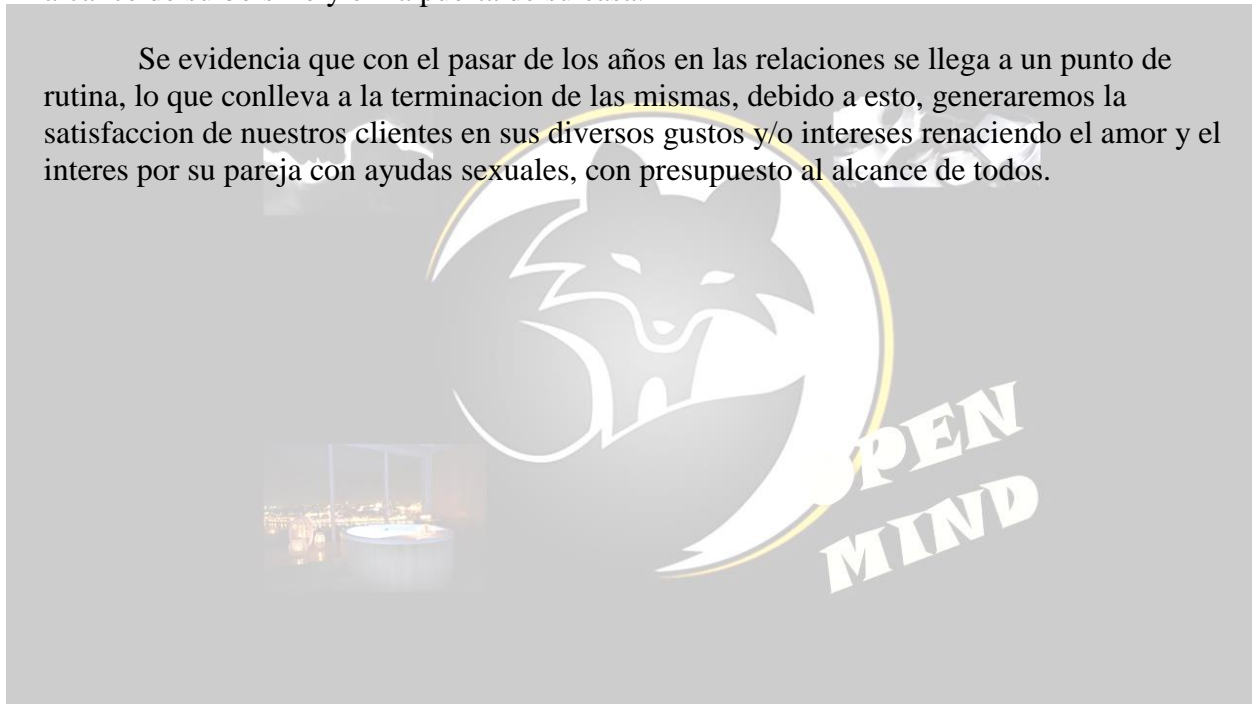
La idea de negocio está basada en proporcionar un servicio especial destinado a personas mayores de edad; el producto a ofrecer serán las “escapadas románticas”, “despedidas de solteros”, eventos para adultos y Sex Shop.

Los anteriores servicios serán entregados a domicilio, esto con la mayor discreción posible.

La intención es ofrecer al público una forma efectiva de pasar el tiempo en pareja; a través del placer, la satisfacción y el gozo.

El objetivo principal es dar un valor agregado a un día diferente y salido de la rutina al alcance de su bolsillo y en la puerta de su casa.

Se evidencia que con el pasar de los años en las relaciones se llega a un punto de rutina, lo que conlleva a la terminación de las mismas, debido a esto, generaremos la satisfacción de nuestros clientes en sus diversos gustos y/o intereses renaciendo el amor y el interés por su pareja con ayudas sexuales, con presupuesto al alcance de todos.



### 3. Misión

Fidelizar nuestra clientela con una variedad de servicios y productos sexuales, satisfaciendo las necesidades de los clientes a cabalidad, creando así una relación estrecha y un crecimiento constante de la compañía.

### 4. Visión

En el 2019, ser reconocidos como una excelente opción en el mercado que ofrece servicios para adultos las 24 horas del día y los 7 días a la semana, logrando la satisfacción y fidelización de nuestros clientes.



## 5. Objetivo General

Crear un sex shop con servicios adicionales y un valor agregado que permitan a las parejas salir de la rutina, con servicio a domicilio que permita la distribución en tiempos máximos de 30 minutos sin recargos.

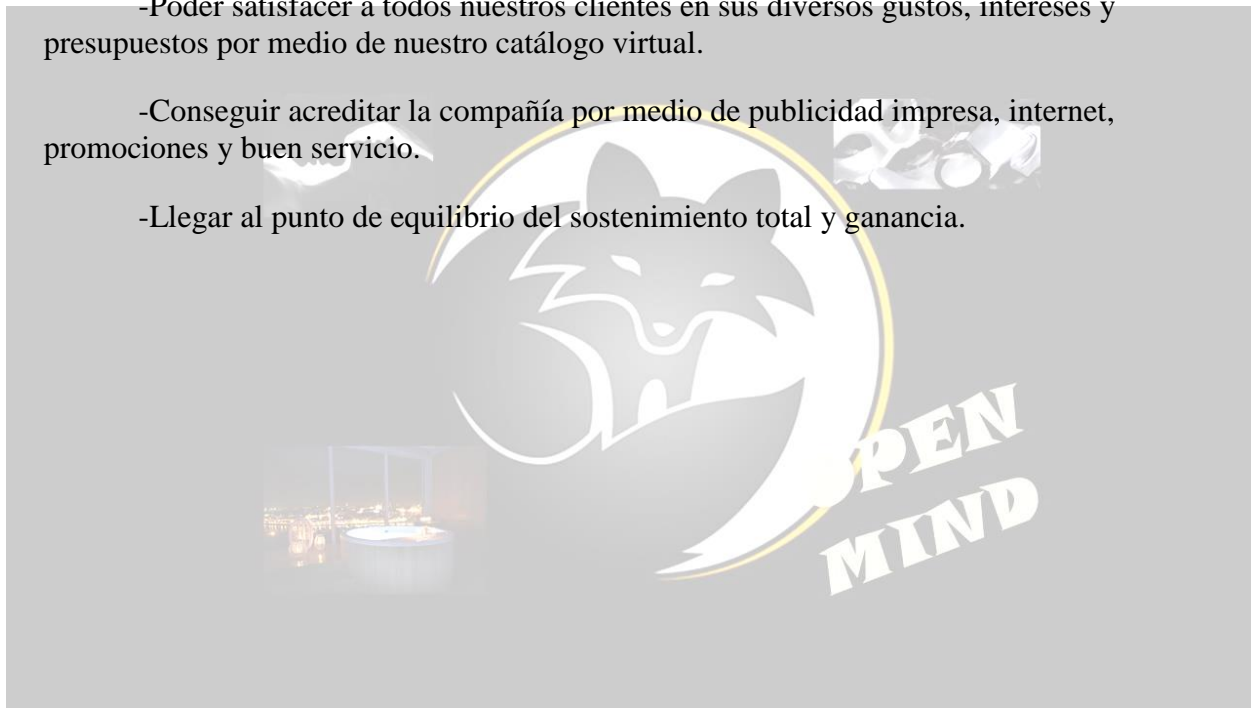
## 6. Objetivos específicos

-Lograr crear un servicio de distribución en las zonas establecidas en tiempos máximos de 30 minutos sin recargo al cliente.

-Poder satisfacer a todos nuestros clientes en sus diversos gustos, intereses y presupuestos por medio de nuestro catálogo virtual.

-Conseguir acreditar la compañía por medio de publicidad impresa, internet, promociones y buen servicio.

-Llegar al punto de equilibrio del sostenimiento total y ganancia.



## 7. Cliente

Hemos encontrado la carencia de conocimiento de las personas adultas en cuanto al tema de las ayudas sexuales, se evidencia en el sector del centro ( calle 12 con kra 8 establecimiento ) que los mayores compradores de estos productos están en un rango de edad de los 25 a 35 años donde están experimentando su vida sexual, la persona encargada del establecimiento hace referencia que son muy pocas las personas de una edad superior a los 38 años que ingresen al lugar, debido a esto se podría decir que nuestro producto iría directo a estos clientes que dan poca demanda a nuestras competencia.





## 8. Estudio del Mercado

Se realizó un estudio del mercado frente a nuestra competencia, esos grupos presentan las siguientes características:

-Cuentan con una variedad de hoteles dentro y fuera de la ciudad para el servicio de escapadas románticas.

-Manejan una aplicación propia en el Celular.

- Ofrecen unas promociones vigentes.

-El servicio es a 24 Horas.



## 9. Necesidades

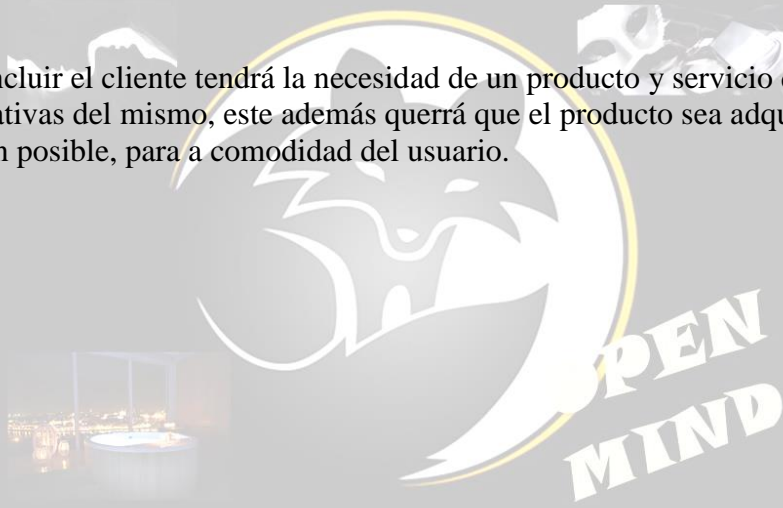
-Las necesidades del cliente están relacionadas con la calidad requerida, la calidad esperada y la calidad potencial; entre otras necesidades que a continuación explicaremos:

-El cliente tendrá la necesidad de un producto con unas características especiales que son indispensables para su satisfacción, en nuestro caso el cliente desea un producto que tenga un tipo de color específico, un aroma, un tamaño o un servicio en específico.

-El cliente tendrá la necesidad de un producto especial con características adicionales que él va a apreciar, en otras palabras, el deseara o necesitara un complemento en su producto o servicio.

-El cliente tendrá la necesidad de un producto con posibles características del bien que el desconoce, pero que, si se las ofrecemos, valoraría positivamente; en este caso el hecho de las entregas a domicilio no solo se convierte en una necesidad sino también en una ventaja mutua.

-Para concluir el cliente tendrá la necesidad de un producto y servicio que cumpla con todas las expectativas del mismo, este además querrá que el producto sea adquirido con la mayor discreción posible, para a comodidad del usuario.



## 10. Perfilacion del Cliente

- Nuestros clientes serán mujeres y hombres.
- La edad de consumo será de 25 a 40 años como máximo.
- El 60% de las personas serán casados y el 40% serán personas solteras.
- El cliente será una persona que vivirá en zonas de estrato 3 en adelante, como lo son zonas residenciales y barrios de esa clasificación.
- El cliente será una persona que conozca o quiera conocer el mercado para “Adultos”, este estará solo o con una pareja; tendrá cierto gusto e interés por este tipo de cosas.

### 10.1 Expectativas.

- Creemos que nuestros clientes buscan un servicio de productos sexuales y demás a bajos costos, pero de excelente calidad; así mismo lograr el anonimato.
- El cliente tendrá la esperanza de que todo se rija según de la siguiente frase: “Bueno, Bonito y Barato”.
- Consideramos que el cliente esperará que lo anunciado por la empresa será cumplido en la mayor brevedad.

### 10.2 Soluciones

Las soluciones actuales en el mercado son las siguientes:

- Venta de Sex Shop en locales, centros comerciales.
- Venta de artículos para Adultos en páginas web.
- Ventas a Domicilio pero de manera clandestina.

### 10.3 Frustraciones

Las frustraciones serán con respecto a la calidad del producto, a la información que este le llegue a las personas y a cuantas personas les llega esta información, el tipo de envío o entrega de los productos, el lugar donde se venden los productos, el nivel de discreción que se le da a los clientes, los precios, etc.

## 10.4 Mercado

Consideramos que nuestro segmento será en la localidad de San Cristobal Sur con cerca de 409.00 habitantes dividida en 5 UPS ( Unidad de planeamiento social)participando directamente el barrio Villa Javier, que esta ubicado entre las calles 8ª. Y 10ª. Sur y las carreras 2ª. Y 6ª., con una poblacionn de 476 habitantes mayores de edad. El mercado que abarcaremos no tendra un edad especifica en cuanto a vida, si no al tiempo de duaracion de las relaciones de pareja ya que según estudio realizado por vanguardia.com, los matrimonios comienzan a temblar a los 7 años, es alli donde Open Mind entrara con sus eventos e ideas que reaniman y fortalezcan de nuevo su relacion, contribuyendo asi tambien al roll social e integridad de las familias que vemos, se acaban con mayor frecuencia en la era del 2016-2017.



## 11. Análisis Pestel

### 11.1 Político

Siempre estaremos expuestos a que se creen leyes o legislaciones que nos afecten negativa o positivamente, estamos en un proceso de aceptación del matrimonio igualitario, de aceptar diferentes estilos de vida. Si llegase a haber una crisis frente a la unión europea o estados unidos, afectaría en gran parte a la importación de nuestros productos.

### 11.2 Económico

Una buena ubicación del local en planta física, a aparte de la venta por internet y a domicilio generaría grandes ingresos, también dependemos de las épocas del año en que se promueva más las ventas. La mayoría de los productos se importan, por lo tanto, todo va sujeto al precio del dólar con el que se realice la compra y al incremento de los costos, aunque el precio en pesos no varíe mucho.

Un tratado de libre comercio con Estados Unidos favorece el negocio para el tema de la importación, ya que los productos llegarían en masa y bajos costos.

### 11.3 Socioculturales

Vivimos en una sociedad conservadora, a pesar de que los niveles del machismo se han reducido, aún existe un tabú muy grande en cuanto al tema de sexualidad, pero aun así las personas se han vuelto un poco más abiertas al tema de la sexualidad y a nuevas experiencias. Esto afecta la parte de la comercialización de los productos. También la localización del local, pues no, en cualquier sitio se permite la apertura de este tipo de negocio.

### 11.4 Tecnología

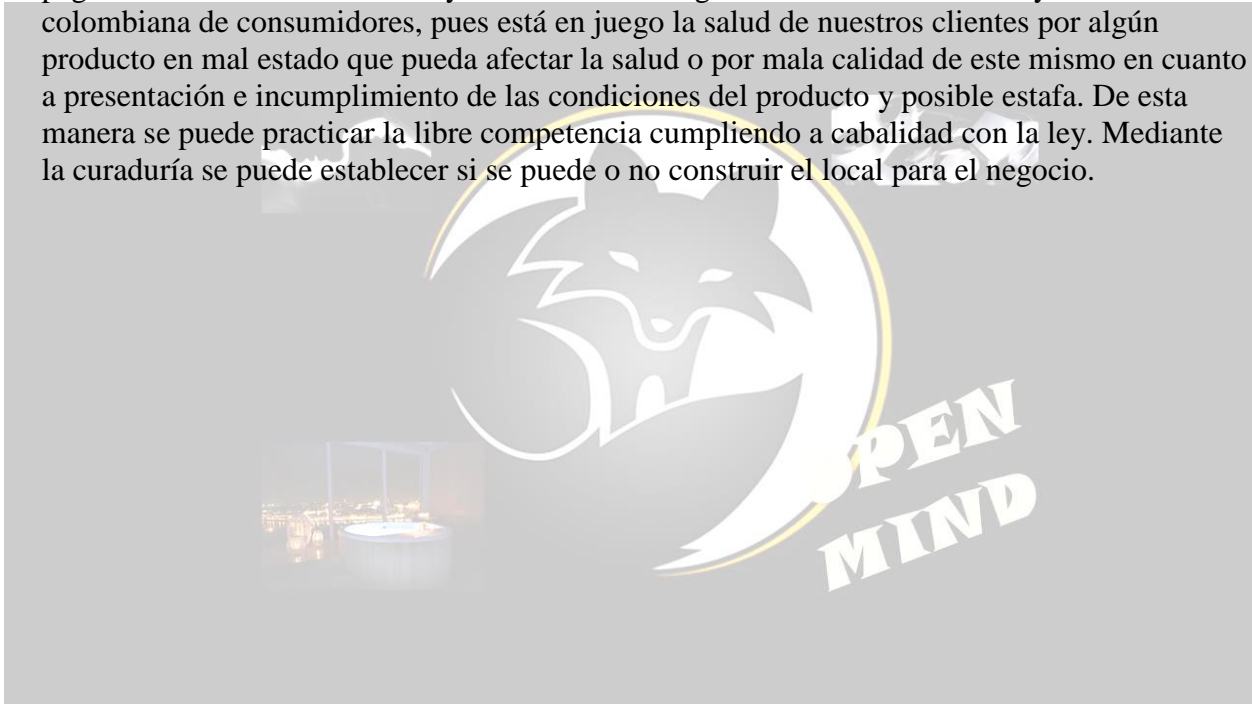
La implementación de nuevas tecnologías afectaría de forma positiva, ya que inicialmente contamos con una página donde se incluye toda la información del negocio, así mismo contar con un software que soporte nuestras bases de datos de nuestros clientes donde exista absoluta reserva y no haya lugar a divulgación de la información. La curiosidad y el auge de las redes sociales, ayudará a difundir nuestro negocio, aunque también es cierto que en internet nos encontraremos con la competencia en su mayor furor.

## 11.5 Ecológico

Para la elaboración de la mayoría de productos, se usan materiales hipo alérgico, pues la mayor parte de su uso es íntimo, existen de plástico, silicona o látex, un ejemplo de esto es la existencia de las “esposas” hechas a base de materiales reciclados. Además, la mayoría de los productos no son de uso por única vez, pero sí de uso personal.

## 11.6 Legal

La regulación de la edad de los clientes de los sex shop, por eso al ingresar a nuestra página encontrará si es o no mayor de edad. Nos vigila el ministerio de salud y confederación colombiana de consumidores, pues está en juego la salud de nuestros clientes por algún producto en mal estado que pueda afectar la salud o por mala calidad de este mismo en cuanto a presentación e incumplimiento de las condiciones del producto y posible estafa. De esta manera se puede practicar la libre competencia cumpliendo a cabalidad con la ley. Mediante la curaduría se puede establecer si se puede o no construir el local para el negocio.



## 12. Análisis Porter

### 12.1 Poder de Negociación con Clientes

Nuestro mercado se basará en los clientes de estratos altos y una cierta parte de estratos bajos, las compras serán directas, on line y a domicilio, manteniendo siempre el anonimato. De esta forma se asegura que los clientes tendrán asesoría personalizada de una u otra forma, además de que el cliente no sentirá discriminado por algún tipo de Tabú.

Así mismo el servicio a domicilio tendrá un plus de algún obsequio por compras superiores a unos valores determinados, combos o paquetes en las escapadas románticas o en algún evento temático.

Este poder está en un nivel medio-alto

### 12.2 Poder de Negociación con Proveedores

Existe una gran variedad de proveedores a nivel mundial, como anteriormente se había manifestado la mayoría de los productos son importados, un punto a favor son los costos y las innovaciones. Dependiendo del proveedor sobre todo China se pueden importar grandes volúmenes a menor costo, pero esto también depende del inventario que se maneje y la calidad del producto, mientras que en estados unidos o Europa compiten más con la calidad y originalidad manejando buenos precios, ya que les interesa ingresar al mercado latino.

Este poder está en un nivel medio-alto

### 12.3 Rivalidad entre Competidores

La rivalidad en este mercado es alta debido a que no existe diferenciación entre los competidores, ya que manejan diferentes tipos de comercializar el producto, ya sea en local, a domicilio, on line, etc.

Una fuerte competencia es “complicidad para el amor”, quienes ofrecen una variedad de productos, manejan domicilios y productos de alta calidad, además de tener una imagen ya posicionada.

Esta rivalidad se encuentra en un rango alto.

#### **12.4 Amenaza de Nuevos Productos**

Últimamente se ha incrementado la competencia en esta clase de negocios favoreciendo el acceso a los productos y servicios. No es un negocio que se encuentre en cada esquina, por lo tanto, se puede decir que se encuentra en auge, por esta razón se puede explotar en cuanto a comercialización de productos, eventos y el libre acceso al producto.

Por lo tanto, la amenaza es media–alta

#### **12.6 poder de negociación con proveedores**

Existe una gran variedad de proveedores a nivel mundial, como anteriormente se había manifestado la mayoría de productos son importados, un punto a favor son los costos y las innovaciones. Dependiendo de proveedor, sobre todo China, se pueden importar grandes volúmenes a menor costo, pero esto también depende del inventario que se maneje y la calidad del producto, mientras que en Estados Unidos o Europa compiten más con la calidad y originalidad manejando buenos precios, ya que les interesa ingresar al mercado latino.

Por lo tanto, el poder es medio–alto

#### **12.7 Amenaza de Sustitutos**

La amenaza es alta, ya que muchas personas no querrán un juguete sexual o la intención de recuperar el tiempo con la pareja y prefieran un servicio sexual, el ciberporno o en su defecto prefieran lo tradicional y no experimentar nuevas alternativas.



### 13. Encuesta

1. ¿De los siguientes productos cuales ha utilizado?

a. Aceites o lubricantes

b. Juguetes sexuales

c. Lencería

d. Ninguno

2. Con que frecuencia adquiere el producto?

a. 1 vez al mes

b. Cada 3 meses

c. Cada año

3.Cuál es la variable de decisión de compra?

a. Precio

b. Necesidad

c. Oportunidad

d. Regalo

4.Cuál es el aspecto que más valora a la hora de entrar a un sex shop?

a. Atención personalizada



b. Distribución de productos

c. Limpieza

5. Por qué razón no entraría a un sex shop?

a. Algo vulgar y de mal gusto

b. No quiero que me consideren pervertido

c. Vergüenza

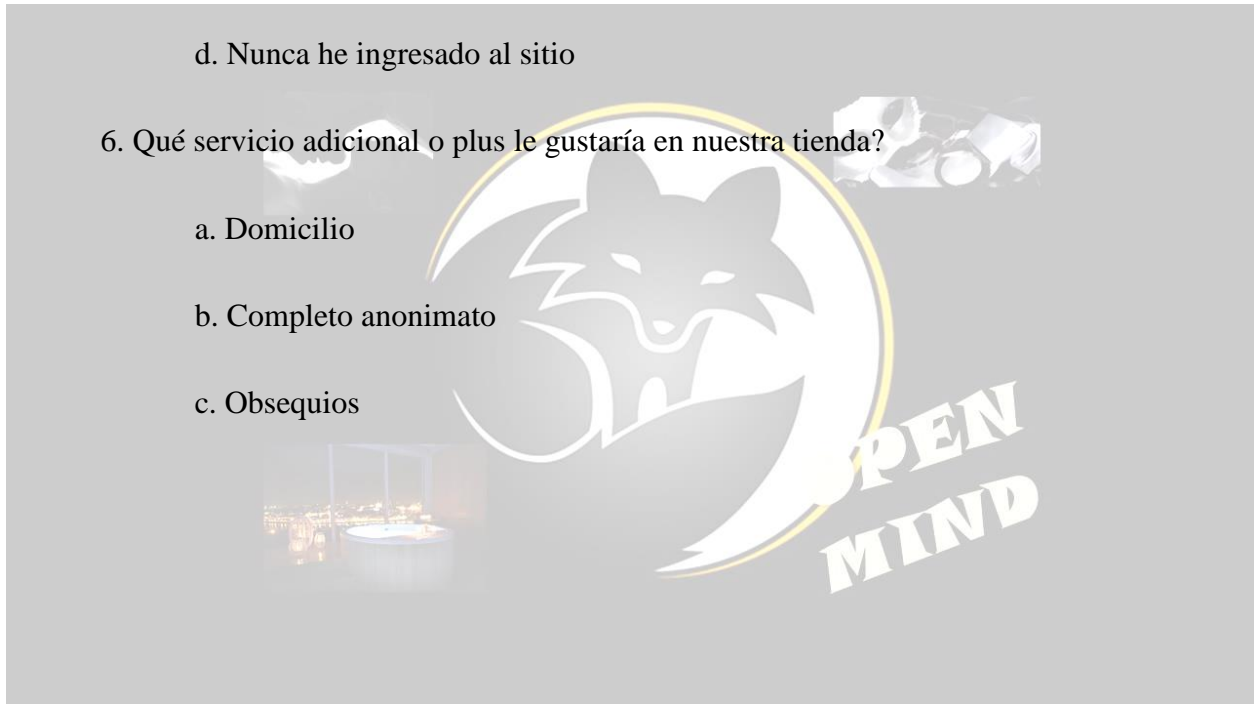
d. Nunca he ingresado al sitio

6. Qué servicio adicional o plus le gustaría en nuestra tienda?

a. Domicilio

b. Completo anonimato

c. Obsequios



## 14. Catalogo





## Bibliografía

Aguilera, D. (s.f.). *Wix.com*. Obtenido de <https://aguileragomez0.wixsite.com/openmind>

Jorge, G. C. (30 de Septiembre de 2013). *BlogSpot*. Obtenido de <http://gianninacastro.blogspot.com.co/2013/09/fiestas-para-adultos.html>

LEÓN, P. B. (24 de Octubre de 2008). *Vanguardia*. Obtenido de <http://www.vanguardia.com/historico/11172-iel-matrimonio-empieza-a-temblar-a-los-7-anos>

S.A, E. T. (s.f.). *ABC del Bebe*. Obtenido de <http://www.abcdelbebe.com/juguetes-sexuales>

Sierra, Y. M. (19 de Mayo de 2012). *The Huffington Post*. Obtenido de [http://www.huffingtonpost.com/yesenia-mendez/juguetes-sexuales\\_b\\_1528039.html](http://www.huffingtonpost.com/yesenia-mendez/juguetes-sexuales_b_1528039.html)

WordPress.com. (10 de Octubre de 2012). *Jugueteria Erotica*. Obtenido de <https://jugueteriaerotica.wordpress.com/2012/10/10/materiales-juguetes-sexuales/>

Yumi. (24 de Diciembre de 2016). *VITALEGRIA*. Obtenido de <http://vitalegria.com/1714457-empieza-a-calentar-tu-navidad-y-ao-nuevo-con-estas-actividades-sexuales.html>

