

A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIAS EM UM SEX SHOP DIGITAL

Maria Eduarda Faria Peixoto (Projeto de Pesquisa/UEM), Deisy Cristina Corrêa Igarashi (Orientadora). E-Mail: ra129839@uem.br, dccigarashi@uem.br

Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Sociais Aplicadas,
Departamento de Ciência Contábeis, Maringá, PR.

Área e subárea do conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas /Ciências Contábeis.

Palavras-chave: Plano de negócios; Marketing; *Sex shop*.

RESUMO

Este estudo realizou pesquisa teórica junto a base de dados científicas, a fim de contextualizar os resultados obtidos em pesquisas anteriores desenvolvidas na temática plano de negócios com foco específico em sex shop digital. A pesquisa tem caráter qualitativo e descritivo, a coleta de dados foi elaborada por meio de pesquisa bibliográfica. Os artigos analisados foram coletados em ferramentas como Google Acadêmico, Redalyc e Capes abrangendo 2006 a 2021, conforme quadro 01. Os textos analisados afirmam a importância do plano de negócios em diferentes empreendimentos, ademais, o plano de negócios auxilia os empreendedores na tomada de decisões eficientes e evitam o fechamento precoce das empresas, com destaque ao fato de que o plano de negócios deve ser estruturado individualmente, tendo em vista que cada empresa possui especificidades únicas.

INTRODUÇÃO

O plano de negócios atua como uma ferramenta que apoia os empreendedores na tomada de decisões a fim de verificar a viabilidade de uma ideia e reduzir riscos inerentes ao processo. Para que o plano seja desenvolvido de modo eficiente ele deve ser adaptado ao setor de atuação, e aos objetivos da empresa.

Esta pesquisa tem por foco o plano de negócios para uma empresa que visa atuar com produtos eróticos. O mercado erótico, surge como uma área de atuação promissora no mercado digital pelo sigilo e anonimato dos consumidores. Ademais, o mercado de entretenimento adulto se destaca por abordar o sexo não apenas como um ato reprodutivo, mas como uma prática relacionada ao divertimento e ao prazer.

Considerando o contexto descrito esta pesquisa tem por objetivo realizar pesquisa teórica junto a base de dados científicas, a fim de contextualizar os resultados obtidos em pesquisas anteriores desenvolvidas na temática plano de negócios com foco específico em *sex shop* digital.

MATERIAIS E MÉTODOS

Essa pesquisa possui abordagem qualitativa e descritiva. Essa abordagem qualitativa está relacionada à compreensão dos significados, valores e motivações atribuídos aos fenômenos sociais. Por sua vez, a abordagem descritiva visa descrever as características do fenômeno. A coleta de dados faz uso de pesquisa bibliográfica, a partir do levantamento, leitura de materiais, análise de textos que forneçam dados teóricos essenciais ao tema abordado.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Essa seção aborda textos científicos sobre o mercado de consumo de produtos eróticos, traz abordagem sobre os fatores que levaram ao insucesso das empresas, a importância da inovação para o mercado e a importância de um plano de negócios para o sucesso empresarial. Foram coletados 05 artigos com dados de 2006 a 2021 pelas plataformas Google Acadêmico, Redalyc e Capes.

Autor (ano)	Objetivo e Método de pesquisa	Resultados
Neves e Pessoa (2006)	Objetivo: Investigar as principais causas do fechamento precoce de lojas de um shopping center de uma capital brasileira Método utilizado: Descritivo, estudo de caso.	Abordou que a ausência de um plano de negócios, gera falta de planejamento de marketing, insatisfação dos lojistas com a gestão do shopping, desconhecimento do público-alvo antes da abertura do negócio. São alguns dos fatores que levaram ao fechamento das lojas.
Minello, Alves e Scherer (2012)	Objetivo: Analisar, na percepção dos empreendedores, quais os fatores que mais contribuíram para o insucesso empresarial. Método utilizado: Qualitativo, exploratório, estudo de casos múltiplos, entrevistas semiestruturadas.	Identificou que a arrogância, onipotência e atuação do empreendedor, são características que estão relacionadas a distorção da realidade e levaram o empreendedor a dificuldade de perceber a realidade do negócio. A falta da gestão financeira e erros relacionados a tomada de decisões, alocação e controle de recursos e erros na gestão, levaram ao insucesso empresarial.

Schaefer e Minello (2017)	Objetivo: Analisar diferentes abordagens da mentalidade empreendedora, reunindo e confrontando os principais resultados e entendimentos alcançados sobre o tema. Método de pesquisa: Qualitativo, pesquisa bibliográfica.	O estudo destaca que pensar como empreendedor é algo que se constrói ao longo da vida, com base nas experiências, sonhos e na forma como a pessoa vê a si e o futuro. O empreendedor tem que estar preparado para riscos e fracassos, tem capacidade de gerar inovação e mudanças, e capacidade de organizar recursos que tem a sua disposição.
Amaral, Toledo e Salles (2018)	Objetivo: Identificar e descrever as estratégias e as características empreendedoras adotadas por proprietários de lojas de sex shops localizados na cidade de São Paulo. Método de pesquisa: Qualitativa, exploratório, estudo de caso, questionário semiestruturado	Os entrevistados reconhecem que utilizam estratégias na gestão de seus empreendimentos, são elas: habilidades e atitudes no desenvolvimento do negócio, representadas por: inovação e proatividade, informações do ambiente competitivo e acompanhamento das inovações do setor. Os entrevistados apresentam características como criatividade, consciência do mercado e visão, capacidade de assumir riscos.
Feitoza et al. (2021)	Objetivo: Determinar as estratégias de marketing mais viáveis o aumento do consumo de produtos eróticos nas plataformas digitais na empresa pesquisada. Método utilizado: Descritiva e exploratória, estudo de caso, entrevistas.	Adotou ações interventivas na empresa <i>Hot Secrets</i> , após a utilização da ferramenta 5w2h compreendeu pontos de melhoria, e aplicou ações interventivas, para melhorar o engajamento com os clientes, propôs ações de marketing, ações de responsabilidade social, criação de campanhas para quebra de tabus e conteúdos interativos.

Quadro 01- Estudos correlatos ao tema plano de negócios

Ao analisar os trabalhos apresentados observa-se que a falta de um plano de negócios gera falta de planejamento no empreendimento. Além de maiores riscos e possíveis falhas no setor de atuação. Ademais, os empreendedores devem estar preparados para qualquer eventualidade que ocorrer no negócio e deve gerar inovação, ao traçar um plano de negócios voltado a alocação de estratégias, é possível prever possíveis falhas no negócio.

CONCLUSÕES

Ao analisar os textos abordados, o plano de negócios assume importância aos empreendedores para auxiliar na tomada de decisões independentemente do tamanho da empresa e do setor de atuação, ao traçar um plano de negócios voltado a alocação de estratégias, é possível prever possíveis falhas no negócio. Ademais, a partir do plano de negócios é possível oferecer aos empreendedores uma estrutura de negócio que os apoiem na gestão de seus negócios e tomada de decisões,

alocação eficiente de recursos e definição de estratégias de marketing mais assertivas no mercado digital. Neste contexto é possível oferecer suporte aos empreendedores que desejam iniciar no segmento de produtos eróticos no desenvolvimento de empreendimentos digitais. Com destaque ao fato de que o plano de negócios deve ser estruturado individualmente, tendo em vista que cada empresa tem especificidades únicas. Para continuidade da pesquisa recomenda-se a elaboração de um plano de negócios em uma empresa real com o intuito de alocar estratégias empreendedoras.

REFERÊNCIAS

AMARAL, D. J., TOLEDO, L. A., & SALLES, O. G. Estratégias e características empreendedoras adotadas pelos proprietários de sexshops localizados na cidade de São Paulo. **Revista Inteligência Competitiva**, v. 8, n. 2, p. 85 – 121, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327339722_ESTRATEGIAS_E_CARACTERISTICAS_EMPREENDEDORAS_ADOTADAS_PELOS_PROPRIETARIOS_DE_SEXSHOPS_LOCALIZADOS_NA_CIDADE_DE_SAO_PAULO. Acesso em: 10 dezembro 2024.

FEITOZA, T. L., FERNANDES, A. K., DIDIER, G. S., ALMEIDA, V. D. S., SANTOS JÚNIOR, A. P. DOS, & ROBERTO, J. C. A. Proposta de utilização do marketing digital para captação de clientes no ascendimento da e-commerce no ramo erótico em 2021: Estudo de caso na Hot Secrets. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 11, n. 13, p. 113-134, 2021. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/wp-content/uploads/2021/11/captacao-de-clientes-3.pdf>. Acesso em: 19 fevereiro 2025.

MINELLO, I. F., ALVES, L. C., & SCHERER, L. A. Fatores que levam ao insucesso empresarial: Uma perspectiva de empreendedores que vivenciaram o fracasso. **Revista de Administração**, v.48, n. 4, p. 13-27, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3372/337228653002/>. Acesso em: 15 janeiro 2025.

NEVES, J. A. D., & PESSOA, R. W. A. Causas da mortalidade de micros e pequenas empresas: O caso das lojas de um shopping center. **Organizações em contexto**, v. 2, n. 4, dez., 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/279656458_Causas_da_mortalidade_de_micros_e_pequenas_empresas_o_caso_das_lojas_de_um_shopping_center. Acesso em: 14 dezembro 2024.

SCHAEFER, R., & MINELLO, I. F. Mentalidade empreendedora: O modo de pensar do indivíduo empreendedor. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, v.6, n. 3, p. 495-524, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=561576601003>. Acesso em: 13 fevereiro 2025.