



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS PEDRO II
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

ANTONIO EVANILDO BANDEIRA DE OLIVEIRA

**OPORTUNIDADES DE INOVAR EMPREENDER COM O MERCADO ERÓTICO E
SENSUAL NO BRASIL**

PIRIPIRI

2024

ANTONIO EVANILDO BANDEIRA DE OLIVEIRA

OPORTUNIDADES DE INOVAR EMPREENDER COM O MERCADO ERÓTICO E
SENSUAL NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Especialização em
Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí,
Campus Pedro II.

Orientador: Prof. Dr. Gésio de Lima Veras.

PIRIPIRI

2024

OPORTUNIDADES DE INOVAR EMPREENDER COM O MERCADO ERÓTICO E SENSUAL NO BRASIL

Antonio Evanildo Bandeira de Oliveira¹
Gésio de Lima Veras²

RESUMO

O mercado de produtos eróticos no Brasil está em fase de crescimento e expansão tanto na qualidade quanto em relação a abertura de novas empresas e com a chegada da pandemia da Covid-19 esse mercado triplicou em número de vendas. Esse estudo tem como objetivo geral analisar as oportunidades de inovar e empreender com o mercado erótico e sensual no Brasil. Trata-se a uma revisão sistemática com uma consulta nas bases de dados: SciELO (Scientific Electronic Library Online) e Google acadêmico, considerando os títulos dos estudos e os seguintes descritores: inovação, empreendedorismo e mercado erótico. Foram critérios de inclusão: artigos publicados na íntegra e gratuito, disponíveis eletronicamente, em português, inglês e/ou espanhol, cujos resultados privilegiassem aspectos relacionados a temática em estudo. Os critérios de exclusão foram: não se adequar ao objetivo proposto, o período de estudo antes de 2019, os editoriais, cartas ao editor, relatos de experiência, estudos reflexivos. Foram encontrados nove artigos, dos quais foram selecionados apenas cinco. As pesquisas mostram que em 2020, enquanto muitos outros setores tiveram decréscimo, o mercado erótico teve crescimento de 4,12% em relação ao mesmo período de 2021. Houve também a criação de muitas sex shops virtuais, tendo atualmente pelo menos 500 muito ativas e competitivas, demonstrando uma estimativa do mercado de empreendedores atual. Sendo assim, os dados dessa pesquisa nos mostram que tem uma grande relevância acadêmica e social, pois contribui para falar sobre sexualidade e mostra que é um mercado lucrativo e promissor para os empreendedores modernos.

Palavras-chave: Inovação; Empreendedorismo; Mercado Erótico.

ABSTRACT

The market for erotic products in Brazil is in a phase of growth and expansion, both in terms of quality and in relation to the opening of new companies, and with the arrival of the Covid-19 pandemic, this market tripled in number of sales. This study has the general objective of analyzing the opportunities to innovate and undertake with the erotic and sensual market in Brazil. This is a systematic review with a consultation in the databases: SciELO (Scientific Electronic Library Online) and Google Scholar, considering the titles of the studies and the following descriptors: innovation, entrepreneurship and erotic market. Inclusion criteria were: articles published in full and free of charge, available electronically, in Portuguese, English and/or Spanish, whose results focused on aspects related to the topic under study. The exclusion criteria were: not suiting the proposed objective, the study period before 2019, editorials, letters to the editor, experience reports, reflective studies. Nine articles were found, of which only five were selected. Research shows that in 2020, while many other sectors saw a decrease, the erotic market grew by 4.12% compared to the same period in 2021. There was

¹ Bacharel em Administração. Universidade Federal do Piauí - UFPI. E-mail: nildobandeira@yahoo.com.br.

² Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual na Universidade Federal de Sergipe – UFS. E-mail: gesio.veras@ifpi.edu.br

also the creation of many virtual sex shops, currently having at least 500 very active and competitive, demonstrating an estimate of the current entrepreneur market. Therefore, the data from this research shows us that it has great academic and social relevance, as it contributes to talking about sexuality and shows that it is a profitable and promising market for modern entrepreneurs.

Keywords: Innovation; Entrepreneurship; Erotic Market.

Data de aprovação: 24/07/2024.

1 INTRODUÇÃO

O mercado de produtos eróticos no Brasil está em fase de crescimento e expansão tanto na qualidade quanto em relação a abertura de novas empresas, pois conforme Santos (2022), o Brasil possui produtos de qualidade para a saúde e o bem-estar sexual, focados no prazer, na saúde e no cuidado íntimo – e muitos até mesmo passaram a ser recomendados por médicos ginecologistas.

Sobre o número de novos empreendimentos, em 2022, o número de empresas de bem-estar sexual abertas no Brasil atingiu a marca de 1.068 novos empreendimentos – uma alta de 34,7% em comparação ao ano anterior (BOLZANI, 2023).

A Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (ABEME), apontou o aumento de 146,53% em 2021 na demanda de clientes das sex shops em comparação a 2020. Esses números do setor erótico e sexual demonstram um aumento promissor (MERCADOEROTICO.ORG, 2022a).

Em 2020, ano que iniciou a pandemia da COVID-19, o mercado aumentou cerca de 4,12%, enquanto muitos outros setores tiveram decréscimo, em relação ao mesmo período do ano anterior e o número de pessoas que passaram a revender produtos eróticos triplicou (MERCADOEROTICO.ORG.,2022b).

Portanto, tem-se a seguinte questão norteadora da pesquisa: Quais as oportunidades de inovar e empreender com o mercado erótico e sensual no Brasil? A fim de confirmar as seguintes hipóteses sobre o crescimento constante de empresas do mercado erótico e sensual no Brasil e consequentemente uma importante participação na economia brasileira em vendas de produtos eróticos.

Esse estudo tem como objetivo geral analisar as oportunidades de inovar e empreender com o mercado erótico e sensual no Brasil e como objetivos específicos enumerar as possibilidades de ganhos financeiros com o mercado erótico e identificar tabus e preconceitos que ainda existem com os empreendedores do eixo sensual e erótico.

Conforme Santos (2022), as vendas estimadas no mercado erótico no Brasil tiveram um crescimento anual de mais de 12,5%. Sendo assim, fica evidente que o mercado erótico no país vem crescendo a cada ano que passa e com pandemia da Covid-19 impulsionou ainda mais esse eixo de mercado erótico, pois devido a limitação de liberdade as pessoas procuram inovar a relação com produtos de sex shop.

Corroborando ainda o Mercadoerotico.org (2023), que esse aumento cresceu com a criação de muitas sex shops virtuais, tendo atualmente pelo menos 500 lojas online muito ativas e competitivas, embora 80% do volume de vendas esteja restrito a somente as 5 maiores sex shop do Brasil.

Esse estudo tem uma grande relevância acadêmica e social, pois contribui para falar sobre sexualidade e a ascensão de profissionais da área que ajudam a popularizar o assunto e consequentemente para o aumento de procuras e/ou vendas desse setor, diminuindo o tabu e

preconceitos. Também mostra que é um mercado lucrativo e promissor para os empreendedores modernos.

Essa pesquisa está organizada da seguinte forma: procedimentos metodológicos, a sexualidade e o mercado erótico no Brasil, como tema central, que se subdivide em a história do mercado erótico no Brasil, o crescimento do mercado erótico no Brasil, a ascensão do mercado erótico com a pandemia da covid-19, considerações finais e as referências.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esse trabalho foi realizado mediante a realização de uma revisão sistemática, que de acordo com Linde; Willich (2003), é uma forma de pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinado tema. Esse tipo de investigação disponibiliza um resumo das evidências relacionadas a uma estratégia de intervenção específica, mediante a aplicação de métodos explícitos e sistematizados de busca, apreciação crítica e síntese da informação selecionada.

Essa pesquisa em relação aos objetivos é de cunho descritivo e buscará descrever as determinadas características encontradas, as quais necessitam da realização de confronto em busca de resposta para o problema identificado. Envolve a coleta de dados por meio de técnicas padronizadas, para que dessa forma se possa fazer um levantamento de dados assertivo (Silva, 2005).

Para isso, essa pesquisa foi realizada a partir de coleta de dados nas bases SciELO (*Scientific Eletronic Library Online*) e Google acadêmico, sem restrição de idioma, com período de 2018 a 2023, considerando os títulos dos estudos e os seguintes descritores: inovação, empreendedorismo e mercado erótico.

Quanto aos processos de coleta de dados, o mesmo ocorreu no mês de março de 2024, no qual foi utilizado os critérios de inclusão e exclusão.

Os critérios de inclusão utilizados foram artigos disponibilizados de forma completa e gratuita, nos idiomas português, inglês e espanhol, publicados no recorte temporal de 2018 a 2023, para ser um estudo com bases científicas atualizadas.

Os critérios de exclusão foram artigos duplicados, disponibilizados somente em forma de resumo, resenha, estudos que não estavam disponíveis na íntegra de forma gratuita e artigos publicados anteriormente a 2018.

Logo após os artigos foram selecionados em três etapas: 1ª Etapa resumiu-se à construção de uma cadeia de busca formada pela combinação dos descritores, já citados, os quais foram submetidos ao banco de dados relacionado. Na 2ª Etapa, aplicaram-se os filtros (disponibilidade de texto livre e completo; idiomas inglês, português e espanhol; data de publicação nos últimos 5 anos). Nesta etapa, os títulos e os descritores foram lidos com o objetivo de verificar se os artigos correspondiam à questão de pesquisa. Finalizando, na 3ª Etapa, os artigos pré-selecionados foram lidos na íntegra, identificando-se com mais precisão a sua relevância para a pesquisa, e se os critérios de inclusão e exclusão estavam contemplados. Nesta última etapa, foram extraídos os dados relevantes para posterior análise.

Sendo assim, foram encontrados nove artigos, dos quais foram selecionados apenas cinco. Os estudos selecionados foram analisados na íntegra pelo autor desse estudo no intuito de afirmar as hipóteses da importância do mercado erótico para o empreendedorismo no Brasil.

3 A SEXUALIDADE E O MERCADO ERÓTICO NO BRASIL

Segundo Maslow (1943), sexo é uma das necessidades humanas mais primitivas e ancestralmente vista apenas como a instintiva maneira de reprodução da espécie humana, ficando ao lado da alimentação e outras necessidades fisiológicas mais básicas. A primeira relação sexual é tida como um ponto importante e marcante na vida reprodutiva de todo indivíduo e normalmente, essa fase tem início ainda na adolescência, de forma cada vez mais precoce (BORGES, 2005).

Quando o assunto é sexo, homens e mulheres afirmam que ele é essencial para a felicidade individual e do casal (BEZERRA, 2007). Porém, na hora de procurar algo que incremente a relação, as mulheres são a maioria absoluta representando 70% dos frequentadores de lojas de artigos eróticos (FURBINO, 2008).

Apesar de a sexualidade ser um tema que ao longo do tempo enfrentou diversos tabus, hoje ela vem sendo discutida e conversada de uma forma mais ampla e clara entre pais e filhos, como também bastante divulgada em escolas através de palestras ou pela mídia, levando, com isso, informação a todos sobre prevenção, risco de doenças e gravidez (STEARNS, 2009).

No princípio, a primeira sex shop vendia livros e revistas sobre o tema de saúde feminina, lingerie e contraceptivos. Com o passar do tempo, outras lojas foram surgindo, evoluindo e diversificando seus produtos, e a preocupação passou a ser não somente educar os seres humanos com suas precauções, mas também oferecer produtos que proporcionassem prazer em suas relações com seus parceiros e parceiras, ou até mesmo sem (WOJCIK, 2019).

3.1 A HISTÓRIA DO MERCADO ERÓTICO NO BRASIL

A 1ª sex shop brasileira surgiu na década de 70 em São Paulo, na qual foi denominada como Complement. Após alguns anos em alta, a loja passou por algumas crises financeiras e o seu proprietário resolveu oferecê-la a um dos seus funcionários, pelo valor de 10 mil cruzeiros, que não hesitou em comprá-la, e então, a partir desse acordo em 1984, a Complement deixou de existir, sendo substituída pela Darne, que deu ascensão ao segmento, e hoje, é a sex shop mais antiga no país (MACHADO, 2013).

Segundo Aguiar (2009), essas boutiques eróticas ainda são classificadas como vulgar, pois foram instaladas no país em um contexto de repressão sexual, uma forte influência da moral conservadora e por ainda ser um tabu falar sobre sexo.

Em 2002, foi fundada a Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (ABEME), com o objetivo de dar força, unir diferentes seções do setor erótico, além de divulgar pesquisas voltadas a este, já que tal assunto ainda é considerado um tabu. Ela representa a força produtiva de 11 mil empresas instaladas por todo o território nacional, sendo 90% micro e pequenas empresas, que geram direta e indiretamente mais de 100 mil empregos (ABEME, 2014).

Os pontos de venda de produtos sensuais e eróticos já passam de 10 mil além das 650 lojas virtuais. Pode-se relacionar esse grande crescimento à mudança de visão que passou a ser aplicada, onde o sensual não é o mesmo que o pornográfico. Entre os produtos fabricados e comercializados no Brasil os líderes de vendas são os cosméticos, vibradores e próteses (ABEME, 2010).

Em 2021, os três produtos mais procurados pelas mulheres foram os excitantes com 90%, seguidos por adstringentes (produtos que deixam o canal vaginal mais apertado) com a mesma porcentagem de 7% para os perfumes ou desodorantes vaginais representando. Entre os homens tiveram como preferência os cosméticos funcionais para prolongar ou retardar a ereção (55%), para excitar a parceira (29%) e aumento peniano (16%).

Ainda que existam tabus que envolvam o mercado erótico, o setor emprega aproximadamente 125 mil pessoas no Brasil, direta ou indiretamente. A importação respondeu por 45% dos 12.000 itens que circularam nos 10.000 pontos de venda. O potencial fabril de mais de 50 empresas nacionais tem sua especialização em próteses com e sem vibradores (massageadores íntimos), acessórios, vestuário sensual e cosmética (ABEME, 2012).

3.2 O CRESCIMENTO DO MERCADO ERÓTICO NO BRASIL

Foi em 2009 que o segmento viu as suas vendas dispararem. O grande avanço aconteceu, apesar da crise econômica mundial e, nesse ano, o crescimento do mercado foi de 15%. Dois anos mais tarde, em 2011, o setor surpreende e cresce 18,5%, segundo a Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico (Abeme). Isso demonstra a capacidade do segmento de atingir bons desempenhos (ABEME, 2012).

Em 2013, as boutiques sensuais completaram uma década de existência no Brasil, e o setor mantém o investimento no mercado que cresce. Essas boutiques ofereceram serviços como: cursos para sedução, pompoarismo e mesmo curso de sexo oral e atendimento especializado em relacionamentos, o que certamente influenciou o tempo de permanência nas sex shops em geral (ABEME, 2014).

O notório crescimento desse mercado pode ser comprovado no grande movimento de capital registrado na casa de um bilhão por ano, com números bem expressivos que se refletem na quantidade de fábricas (30), atacadistas (50), importadores (15), consultoras (80 mil), lojas virtuais (mil) e mais de 15 mil itens. A maior parte das vendas fica em São Paulo (33%), seguido pelo Rio de Janeiro (16%), no caso de loja virtual (FOFONKA; FERNANDES, 2017).

O histórico continuou a se manter nos anos recentes. Em 2017, o setor cresceu novamente. Enquanto a economia brasileira ficou no saldo positivo de 1%, as vendas aumentaram 8,5% (ABEME, 2017).

Em 2021 existiam 100 fornecedores, entre indústrias nacionais, importadores e distribuidores, atendendo 9 mil pontos de vendas e 50 mil vendedores porta a porta. (MERCADOEROTICO.ORG., 2022).

3.3 A ASCENSÃO DO MERCADO ERÓTICO COM A PANDEMIA DA COVID-19

Em 2019, o Brasil e o mundo passam por mudanças drásticas, pois foi o ano que iniciou a pandemia mundial pelo vírus da COVID-19, mas o mercado erótico e sensual teve o crescimento de 12% e o faturamento chegou a R\$ 2 bilhões. Em 2020, enquanto muitos outros setores tiveram decréscimo, o mercado erótico teve um crescimento de 4,12% em relação ao mesmo período de 2021 (MERCADOEROTICO.ORG., 2022a). Em relação ao número de pessoas que iniciaram a vender produtos eróticos em 2020 triplicou (MERCADOEROTICO.ORG, 2022).

Segundo Gratão (2021), destaca que o mercado erótico triplicou financeiramente na pandemia, principalmente com a criação de muitas sex shops virtuais, tendo atualmente pelo menos quinhentas muito ativas e competitivas.

Sobre os principais canais de venda estão distribuídos assim: lojas físicas com 31,9%, seguidas pelas redes sociais representando 30,2% dos canais de vendas e lojas online representando 14,7% das vendas. Atualmente os aplicativos como Whatsapp e Telegram passaram a compor as vendas com 11,2% (MERCADOEROTICO.ORG., 2022).

De acordo com Santos (2022), o monitoramento sobre a atuação do setor erótico durante a pandemia da COVID-19 e traz alguns pontos que merecem ser destacados: em 2022 o mercado erótico vendeu 4,12% a mais em relação ao mesmo período do ano de 2021; quem

compra mais ainda são os casados, somando 27,8% contra os 13,9% dos solteiros; 51,4% dos clientes dos lojistas pesquisados têm entre 25 a 34 anos; mulheres correspondem a 65% dos clientes contra os 21,1% de homens.

Em relação aos canais de vendas dos produtos eróticos, as redes sociais (30,2%), particularmente o Instagram se tornou o mais importante canal de, seguidos de perto pelas lojas físicas (31,9%) e lojas online (14,7%). Vale ressaltar a venda pelos aplicativos Whatsapp e Telegram (11,2%) e que se destacam por ser o meio mais usado de interação entre clientes e lojistas (SANTOS, 2022).

Santos (2022), enfatiza que o mercado erótico está mais amadurecido, visto que em comparação a 2009, a maioria dos pesquisados encontrava-se estudando e pesquisando o mercado (55%), e hoje 77,2% dos pesquisados já se dizem atuantes e estabelecidos no Mercado Erótico, contra apenas 17% que em 2009 se considerava estabelecido.

Sobre os novos empreendedores no mercado erótico, a loja virtual continua sendo o tipo de negócio mais atrativo para 42,9%, e para 28,6% vai ser uma empresa tocada de casa mesmo, outros 20% ainda não se decidiram sobre uma estrutura física para o novo negócio e esses dados parecem refletir os novos tempos de home office e vendas online (SANTOS, 2022).

Com relação a valores para iniciar o empreendimento nesse mercado, quando foi perguntado em 2009 a fonte de investimento para iniciar a empresa, para 43% a sociedade era uma forma de obter dinheiro para investir no setor, já em 2022 para 71,1% a preferência é investir sozinho no com capital próprio. Quanto ao valor inicial, para 32,5% o valor para iniciar é em torno de R\$ 3.000,00 e com expectativa de recuperar o valor em até 1 ano para 57,1%. Em 2009 os investidores eram menos otimistas e para 61% o investimento retornaria após 2 anos (SANTOS, 2022).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho alcançou seus objetivos ao elucidar as oportunidades de inovar e empreender com o mercado erótico e sensual no Brasil, pois os dados mostram uma potência financeira através da grande variedade de produtos disponíveis, distribuidores nacionais e pela possibilidade de abertura de sex shops de formas variadas (física e *on line*) e com baixo custo financeiro.

Essa pesquisa tem uma grande relevância social, pois fala do mercado erótico e ajuda a popularizar o assunto, contribuindo para o aumento de procura e/ou vendas desse setor e consequentemente ajuda para a diminuição de tabus e preconceitos.

Espera-se com os resultados obtidos com essa pesquisa, possam contribuir para outros estudos acadêmicos, tendo em vista a carência bibliográfica existente sobre o tema. Além de poder auxiliar empresas e profissionais do setor com informações pertinentes desse mercado tão promissor.

REFERÊNCIAS

ABEME. **Como sair da Crise vendendo Produtos eróticos e sensuais**. 2012. Disponível em: <<http://www.abeme.com.br/2011/11/presidente-da-abeme-realiza-workshop-em-lisboaportugal-dia-07-de-janeiro-de-2012-confira/>>. Acesso em: 26 de março de 2024.

_____. **Dados estatísticos.** 2014. Disponível em: https://www.abeme.com.br/publicacoes_old/dados-estatisticos/. Acesso em: 18 de março de 2024.

_____. **Resumo do Mercado Erótico e Sensual no Brasil.** 2010. Disponível em: <http://www.abeme.com.br/mercado-erotico/>. Acesso em: 19 de março de 2024.

_____. **Resumo do mercado erótico no Brasil.** 2017. Disponível em: https://www.abeme.com.br/publicacoes_old/dados-estatisticos/. Acesso em: 25 de março de 2024.

AGUIAR, Paula. **Sexshop** – Guia de Negócios. São Paulo: Ed Atenas, 2009. v. 1.

BEZERRA, R. C. **Uma nova visão sobre o consumo em sex shop.** In: Congresso Internacional de comunicação e Marketing, São Paulo, 2007.

BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo**, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.

BOLZANI, Isabela. **Do sex toy ao podcast erótico: mercado de bem-estar sexual cresce com novas gerações e lideranças femininas.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/02/10/do-sex-toy-ao-podcast-erotico-mercado-de-bem-estar-sexual-cresce-com-novas-geracoes-e-liderancas-femininas.ghtml>. Acesso em: 16 de março de 2024.

BORGES, A. L. V. **Início da vida sexual na adolescência e relações de gênero: um estudo transversal em São Paulo, Brasil**, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v21n2/16.pdf> >. Acesso em: 23 de março de 2024.

FOFONKA, R.; FERNANDES, J. **Mercado erótico movimentou R\$ 1 bilhão por ano.** 2017. Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/mercado-dos-sex-shop-s-segue-em-alta/>. Acessado em: 22 de março de 2024.

FURBINO, Z. O comportamento do consumidor de produtos sensuais e eróticos. **Jornal Estado de Minas. Caderno Economia.** Belo Horizonte, 2008.

GRATÃO, Paulo. **Mercado Erótico Triplica Número De Empreendedores Na Pandemia.** Pequenas empresas & grandes negócios. 2021. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2021/03/mercado-erotico-triplica-em-numero-de-empresarios-na-pandemia.html>. Acesso em: 19 de março de 2024.

LINDE, K., WILLICH S. N. How objective are systematic reviews? Differences between reviews on complementary medicine. **J R Soc Med.** 2003.

MACHADO, L. **O mercado erótico nasceu em SP, afirma dono de sex shop no Centro.** 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/01/o-mercado-erotico-nasceu-em-sp-afirma-dono-de-sex-shop-no-centro.html>. Acesso em: 19 de março de 2024.

MASLOW, A. H. (1943). **A theory of human motivation.** Disponível em:

<<http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>>. Acesso em: 21 de março de 2024.

MERCADOEROTICO.ORG. **O mercado erótico e a pandemia**. In: Fornecedores sexshop. 5 ed. 2022, p. Disponível em: <https://www.mercadoerotico.org/wp-content/uploads/2022/11/fornecedores-sexshop-5aedicao-2022.pdf> 08/09/2022. Acesso em: 19 de março de 2024.

_____. **Perfil do empreendedor do mercado erótico na pandemia**. In: Fornecedores sexshop. 4 ed., 2022a, p. 43 a 49. Disponível em: <https://www.mercadoerotico.org/wp-content/uploads/2022/09/fornecedores-sexshop-4aedicao.pdf>. Acesso em: 23 de março de 2024.

SANTOS, Julianna. **Pesquisa Mapa Brasil Erótico. Mercado Erótico**, 2022. Disponível em: <https://www.mercadoerotico.org/resultados-do-mapa-do-brasil-erotico-2022/>. Acesso em: 29 de março de 2024.

SILVA, E. L. da. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4 ed. Florianópolis: UFSC, 2005, 138 p.

STEARNS, Peter N. **História da Sexualidade**. São Paulo: Contexto, 2009.

WOJCIK, Nadine. **Beate Uhse, a mulher por trás da primeira sex shop do mundo**. DW Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/beate-uhse-a-mulherpor-tr%C3%A1s-da-primeira-sex-shop-do-mundo/a-50990337>. Acesso em: 19 de março de 2024.