

Así son los nuevos negocios eróticos que están triunfando en un mercado actualmente en auge

Empresas muy picantes

Restaurantes, librerías, videocajeros, gimnasios que imparten técnicas para mejorar la sexualidad... El mercado erótico despunta gracias a nuevos formatos de negocios capaces de atraer al público femenino. Te explicamos las claves para triunfar en este mercado.

Que el sexo vende, y mucho, lo demuestra el reciente éxito alcanzado por la empresa Durex con su producto Play Vibrations. De este anillo vibrador se vendieron 150.000 unidades sólo durante los cuatro primeros meses de lanzamiento. Una cifra que se ha triplicado con el paso del tiempo, hasta situarse en el medio millón de unidades actuales, gracias a una extensa red de puntos de venta que incluye más de 5.000 farmacias, además de parafarmacias, perfumerías y grandes centros comerciales. Otro dato que confirma el poder de atracción que ejerce el sexo son los 35.000 visitantes que se acercaron al I Festival Erótico de Madrid celebrado el pasado mes de mayo y en el que participaron más de 75 negocios relacionados con lo erótico. Son sólo dos muestras de lo que ha empezado a moverse dentro de este mercado: un cambio liderado por el público femenino, según afirman los expertos. Para satisfacer su creciente demanda, las empresas han adaptado su estrategia a los gustos de ellas. Así son los nuevos negocios eróticos.

Dirigidos, sobre todo, a ellas

Mujer de 20 a 45 años, con formación y estudios universitarios y poder adquisitivo medio alto es el perfil general del cliente tipo de los nuevos negocios eróticos. Dicen los empresarios consultados que sus negocios han nacido para satisfacer una demanda femenina que no encontraba su sitio en establecimientos tradicionales, como los *sex shops*, donde la oferta se dirige casi exclusivamente al hombre.

Ubicaciones céntricas. Los negocios eróticos de ahora no se esconden en calles oscuras. Al contrario, buscan amplias avenidas y las calles más comerciales de las grandes ciudades para convertir sus establecimientos en una opción de *shopping* más. Siguiendo esta estrategia, la franquicia de *sexy* tiendas Sensual Love ha abierto tres locales propios en las principales calles de Barcelona y su primera franquicia en la calle más comercial de Palma de Mallorca. Otros van más lejos, como la librería, tienda erótica educativa y consulta sexológica Pérez Vieco, situada ▶▶



La franquiciadora Cinebank ha introducido una nueva línea de negocio en su red de videocajeros: Sexybank, que permite la compra de productos eróticos. Aceites, vibradores, preservativos, muñecas, bolas chinas... "Hemos realizado una cuidada selección dentro del millón y medio de artículos que existen en el mercado y nos hemos decantado por los que pueden resultar muy útiles a las parejas de entre 25 y 50 años, que es el perfil general de nuestros clientes", explica Daniel Díez, director comercial.

Abierto las 24 horas

A la par, la cadena ha diseñado una web (www.sexybank.es) que facilita información del servicio,

presentación de los artículos y consejos prácticos. "Proporcionamos información de todo lo relacionado con el mundo erótico, pero tratado con elegancia, frescura y naturalidad. La página de Internet sirve, además, para seleccionar previamente el artículo que se desee", aclara el director. Según Díez, la intimidad total en la elección del producto y la disponibilidad del servicio durante las 24 horas del día son las principales claves de su éxito. "Hay productos que se expenden directamente y otros en los que el videocajero entrega un vale anónimo para canjear en el interior del establecimiento por un paquete envuelto en papel de regalo".

Inversión inicial: 18.000 euros.

Plazo de recuperación: Año y medio.

Web: www.sexybank.es

