

## **Un nuevo tipo de consumidor revoluciona el mercado erótico español**

**El mercado erótico español está experimentando unos cambios muy notables, debido a una transformación significativa de los hábitos de consumo y del perfil del consumidor de sex toys. Gracias a la superación de tabúes sociales, la mujer y las parejas se han convertido en los principales compradores. En el ámbito online la mayoría de sex shops online siguen pecando de contenidos excesivamente explícitos. Existe, por tanto, un nicho en el que unas pocas star-ups tecnológicas están comenzando a despuntar.**

El mercado de los juguetes eróticos en los últimos años ha seguido aumentando de forma considerable, como respuesta a una demanda incesante del público. Superados los tabúes que en un momento dado suscitaban los juguetes adultos, las tiendas dedicadas a la venta de este tipo de producto han ido proliferando y, evidentemente, se han tenido que subir al tren del mercado online. De acuerdo con datos publicados hace un año, en 2013 el sector erótico en España arrojó una facturación de 420 millones de euros, de los cuales un 10% procedían de la exportación. En el caso de los sexshop online entre 2011 y 2013 el tiquet medio de compra aumentó en un 45% de 58€ a 85€.

La metamorfosis que ha experimentado el sector erótico en los últimos años en España responde a cambios muy evidentes en el perfil y los hábitos del consumidor de este tipo de productos. La actitud general de la sociedad ante la sexualidad ha dado un giro radical. La apertura y tolerancia que se ha producido con respecto a la vida sexual en España, ha favorecido la creación de nuevos negocios en este mercado que va dirigido a públicos completamente diferentes.

### El público femenino

La mujer ha cobrado un papel muy importante dentro de este segmento de mercado. A la mujer del siglo XXI no le avergüenza lo más mínimo hablar sobre sexualidad, ni mostrar sus inclinaciones públicamente. Este tipo de mujer de mediana edad, que posee un nivel socio-cultural y económico entre medio y alto consume sin reparos muchos de estos juguetes adultos. Actualmente un 65% de los artículos eróticos online los compran mujeres frente a un 35% de hombres.

De acuerdo con un estudio realizado el año pasado por una de las franquicias eróticas españolas más relevantes, ocho de cada diez mujeres de entre 18 y 40 años usan de forma asidua juguetes eróticos en sus relaciones sexuales. Los artículos más populares entre el segmento femenino son las bolas chinas y los vibradores.

### El consumo masculino de artículos eróticos

Hace ya unos años la empresa española proveedora de servicios online y soluciones de contenido en

red publicó un revelador estudio, según el cual un volumen considerable de hombres compran en sex shops online juguetes eróticos femeninos con el fin de utilizarlos en pareja. Los datos apuntaban a que un 51% de las compras online masculinas correspondían a juguetes sexuales, mientras que los DVDs con contenidos eróticos o pornográficos se limitaban a un 13%. De hecho, según revela otro estudio sectorial, un 65% de las compras en sexshop las realizan parejas.

En vista de estos datos, cabría esperar que los nuevos negocios digitales fuesen adaptándose a esta nueva realidad del mercado, también en lo que al tono general y a la forma de presentarse a sí mismos respecta. Sin embargo, muchos sex shops online siguen pecando de imágenes de producto y contenidos relativamente explícitos, a pesar de que el nuevo perfil de consumidor tiene unas expectativas altas y no simpatiza particularmente con páginas web que tengan un diseño que, en ocasiones, roza lo pornográfico. Mujeres, hombres y parejas se inclinan cada vez más por líneas de productos de calidad y diseño. Prefieren el erotismo y la insinuación al sexo expuesto con crudeza.

Zensual.es, la start up que tiende la mano a otro tipo de consumidor

Con el afán de abarcar y agradar a un mayor número de segmentos, nace la plataforma de e-commerce Zensual.es, una tienda online de artículos eróticos que se presenta a sí misma como un negocio sofisticado, cuyo tono es mucho menos explícito y sexual que la mayoría de portales dedicados a la venta de este tipo de artilugios. La start-up ofrece una línea de productos exclusiva, marcada por la calidad y el diseño a precios muy competitivos. Sus productos estrella son los vibradores de marcas prestigiosas y la lencería femenina de calidad. El cliente constituye el núcleo de su actividad, alrededor del cual teje un impecable servicio personalizado.

Aunque aún se trata de un negocio en fase incipiente, Zensual está comenzando a dar sus primeros frutos. La e-commerce aspira a liderar el mercado español y, en un futuro próximo, expandir su negocio a Latinoamérica, por medio de una estrategia de largo catálogo y excelentes precios, respaldada por profesionales expertos.

Fundada por un equipo de emprendedores digitales

La start-up ubicada en Barcelona, fue fundada a inicios del 2015 por un equipo de jóvenes emprendedores del mundo digital. Sus 6 socios –entre ellos dos business angels y la agencia de marketing online alemana B2-Performance- han realizado una inversión de 100.000€ para su lanzamiento en España. Uno de sus co-fundadores y mentores es Francesc Font, CEO de la exitosa start-up barcelonesa nubelo.com que aporta a la start-up el expertise de su holgada experiencia en el sector del negocio digital.

El co-fundador de la compañía y CEO Jordi Esturi se ha marcado como objetivo hacer crecer el negocio a nivel nacional durante el 2015. Cuenta para ello con dos empleados y el apoyo de B2 Performance, una agencia con amplio conocimiento en la industria online de artículos eróticos. En palabras de Jordi Esturi, el objetivo es “dar a conocer el negocio en territorio español durante el 2015 y expandirse a Latinoamérica a partir del 2016, donde ya tenemos distintas vías abiertas para iniciar las

operaciones de Zensual durante el próximo año”.

Precio, calidad y largo catálogo como base del negocio

Según Jordi Esturi “Zensual.es cuenta con el catálogo más amplio de productos de todo el territorio español, además de contar con los mejores precios”. “Trabajamos directamente con los principales fabricantes europeos, haciendo distribución directa del fabricante al consumidor sin pasar por mayorista”, comenta Esturi. La clave para satisfacer la demanda del consumidor de artículos eróticos del siglo XXI es, de acuerdo con el product manager de Zensual.es, Pol Fisas, “ofrecer productos de las mejores marcas, artículos de calidad y diseño”.

**Datos de contacto:**

Jordi Esturi  
CEO de Zensual.es

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>