



Un grupo de personas en una tienda de Canela en Polvo. LA OPINIÓN



Varios clientes observan artículos de las estanterías. LA OPINIÓN

La Región exporta sexo

► La primera franquicia murciana del sector erótico tiene dos tiendas en el centro de Madrid y Barcelona y pretende expandirse este año a varias ciudades más, entre las que está Murcia

J. Miguel Peñalver



■ El sexo vende. En esta época nada ni nadie te asegura que abrir un negocio vaya a ser rentable, más bien todo lo contrario, salvo en el sector sexual, que siempre goza de buena salud.

Y si no que se lo digan a la franquicia murciana Canela en Polvo, pionera en el negocio del erotismo al separarse de la idea tradicional y oscura del sex shop. «En nuestras tiendas todo es blanco, tenemos detalles claros por todos lados y, además, no hemos incluido pornografía», comenta David Álvarez de la O, gerente de la franquicia, que añade que «estas tiendas desde fuera parecen perfumerías».

Solo un año después de su cre-

ación, Canela en Polvo cuenta con dos tiendas, una en la famosa calle Fuencarral de Madrid, un referente de modernidad, diseño, del movimiento más underground, y otra en Barcelona, con previsión de abrir dos más en Valencia y Vigo. La apertura de una tienda en Murcia tendrá que esperar hasta después del verano si se cumplen las previsiones. Estos establecimientos no se esconden, como algunos de los tradicionales sex shop, cuanto más a la vista estén mejor.

«La idea surgió de broma, somos una empresa familiar que ha intentado darle una vuelta de tuerca a la idea del sexo», explica De la O.

En los últimos años ha sido el negocio menos mermado por la recesión económica. Así, se demuestra un crecimiento continuo en un sector que, cada vez

«La idea surgió de broma, somos una empresa familiar que ha intentado darle una vuelta de tuerca al sexo»

más, apuesta por la naturalidad a la hora de tocar el tema del sexo: «No hay caída porque hemos empezado desde abajo», aclara el gerente de la franquicia.

Organizados por temáticas, los productos están expuestos de manera que el público pueda interactuar con ellos. Existen cuatro grupos de artículos correspondientes con cuatro sentidos: gusto, tacto, olfato y vista se organizan en el local, como si de un juego se tratara. Así, el público podrá saborear, tocar, oler y ver muestras de los artículos para estimular la ven-

ta a la vez que se fomenta la normalidad.

La gama de productos de estos locales es básicamente europea, con unos precios medios-altos para personas que exigen la máxima calidad. Los artículos cumplen todos una serie de requisitos como, por ejemplo, no tener sexo explícito en el envase o que este no sea de plástico.

Entre el stock del establecimiento destaca el 'We Vibe 3', un vibrador para parejas, o el 'Paul & Paulina', un doble vibrador.

En el catálogo de Canela en Polvo figuran más de tres mil artículos de entre las 50 y 60 marcas más conocidas del sector. Todos ellos han sido diseñados y aprobados por sexólogos.

«Al principio, nos extrañó bastante que nuestros clientes fueran

PERFIL DEL CLIENTE

«Las parejas de 35 a 50 años compran más»

► El perfil del cliente de la franquicia Canela en Polvo se sitúa en el rango que va desde los 35 a los 50 años y con un poder adquisitivo medio-alto: «Es sorprendente ya que, en principio, nos decantamos por la horquilla de 25 a 40 años», explica David Álvarez de la O, gerente de Canela en Polvo. La amplia gama de productos hace que pueda comprar cualquier persona pero, al ser los productos de la máxima calidad, el precio es más alto. «Tenemos un vibrador bañado en oro que cuesta 1.500 euros. Quien quiera encontrar la mejor calidad, aquí la tiene», añade David Álvarez. El sexo es un tema que cada vez se trata con más normalidad, por tanto, da lo mismo la edad de la persona que quiera adquirir un producto en estos establecimientos. J.M.P.S

de entre 35 y 50 años, ya que en nuestras previsiones teníamos como público objetivo la horquilla entre 25 y 40 años. Nos agrada que no haya rechazo a estas tiendas», añade orgulloso el gerente.

Ahora estos productos se utilizan más como juegos o como complemento de las relaciones sexuales, no como sustitutos, como explica David, que dice que «vienen a comprar cada vez más parejas, los productos que más se venden son los que se utilizan en pareja».

Los artículos relacionados con el sexo se venden aunque no sean de primera necesidad, las ventas no se resienten porque el producto «tiene un componente emocional, como son las relaciones sexuales», concluye David Álvarez.

LOS MÁS DEMANDADOS



We Vibe 3
VIBRADOR PARA PAREJAS

► Juguete erótico cien por cien sumergible. Perfecto para parejas que buscan una experiencia singular y muy completa. Tiene seis modos de vibración diferente.



Paul & Paulina
VIBRADOR DOBLE

► Juguete especialmente diseñado para la mujer, ya que incide directamente sobre el punto G femenino. Está relleno de perlas que proporcionan una estimulación vaginal extra.



Tenga Egg
HUEVO MASTURBADOR

► Masturbador masculino con forma de huevo. Se quita el papel protector y encontramos un caparazón que contiene en su interior una especie de huevo blando de gelatina con un agujero.



Smartballs Teneo Duo
BOLAS CHINAS

► Bolas vaginales con una tecnología innovadora que permite una rotación rápida y regular de las bolas interiores, así como un funcionamiento extremadamente silencioso.



Vela de masaje Shunga
COSMÉTICA ERÓTICA

► Combina la suavidad de un suave masaje con un ambiente íntimo y sensual. Enciende la mecha y a los 20 minutos vierte la cera creada sobre la piel de tu pareja.

1 MAYO 2012 QUIEREN ACABAR CON TODO

TRABAJO, DIGNIDAD, DERECHOS

MANIFESTACIONES

Murcia - Pz. Circular

Cartagena - Pz. España 11.30 h.

¡ACUDE!

CCOO WWW.MURCIA.CCOO.ES

UGT WWW.UGTMURCIA.ES