



# EL NEGOCIO DE LOS JUGUETES SEXUALES EN VENEZUELA

Evaluación del mercado y de prácticas sexuales asociadas a su uso

Julio 2021



[www.cedsex.org](http://www.cedsex.org)  
[www.inteligenciacomercial.org](http://www.inteligenciacomercial.org)



[cedsexve](https://www.instagram.com/cedsexve)  
[olicoercial](https://www.instagram.com/olicoercial)



[cedsexve](https://twitter.com/cedsexve)  
[olicoevzla](https://twitter.com/olicoevzla)

**Gracias por su interés en esta  
publicación de CEDESEX y OLIC**



**Visita**

<http://www.cedesex.org/>

<http://www.inteligenciacomercial.org/>



# ÍNDICE

Resumen.....	01
Justificación.....	02
Objetivos.....	04
Metodología.....	05
Caracterización del Consumo Mundial de Artículos Sexuales.....	06
Caracterización del Mercado en Venezuela Resultados de las Encuestas.....	11
Caracterización de los sex-shops existentes.....	13
Conclusiones.....	18
Recomendaciones.....	20
Principales Consultas Bibliográficas.....	23

## RESUMEN

Algunos estudios internacionales afirman que el acceso cada vez mayor a informaciones asociadas a una sexualidad libre, placentera y responsable y con ello, la superación de mitos y prejuicios, ha permitido un crecimiento acelerado del mercado de los artículos, productos y juguetes sexuales.

En el caso venezolano, se desconocen estudios específicos no sólo de este nicho de mercado sino incluso de hábitos, preferencias y prácticas sexuales de la población que puedan ofrecer insumos a quienes ya se encuentran explorando este negocio, a quienes estén interesado en conocer de ello o incluso, a quienes quieran desarrollar estrategias educativas para una mejora en el ejercicio de los derechos sexuales de la población.

En este sentido, el Centro de Estudios de Derechos Sexuales y Reproductivos (CEDESEX) en alianza con el Observatorio Latinoamericano de Inteligencia Comercial (OLIC), desarrollaron la presente investigación y hallaron importantes oportunidades que hasta la fecha han sido escasamente aprovechadas en Venezuela. En ese sentido, parece ser un terreno fértil para el emprendimiento, la innovación y el desarrollo comercial. Mas destacan ciertas particularidades que de no ser tomadas en cuenta pudiera experimentar numerosas barreras.

En este informe, se ofrece un acercamiento al entendimiento del nicho de mercado y su máximo aprovechamiento.

## JUSTIFICACIÓN

La utilización de juguetes o artículos sexuales se ha expandido y normalizado en los últimos años a nivel mundial, producto del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y con ello, la democratización del acceso a la información vinculada con la sexualidad humana.

En efecto, la proliferación de estudios científicos relacionados con la sexualidad humana ha permitido desmitificar la utilización de juguetes sexuales y por el contrario, ha potenciado su utilización, en la medida en que no sólo se considera “normal” sino que se recomienda su utilización, entendiendo sus beneficios para el ejercicio de una sexualidad libre, placentera e informada, e incluso para tratar los síntomas de algunas disfunciones asociadas a la salud sexual como, la disfunción eréctil, el trastorno de excitación genital, el trastorno del deseo sexual hipoactivo y la disfunción orgásmica.

En ese sentido, en la medida en que la demanda de estos artículos ha ido creciendo, el desarrollo tecnológico, la producción, la comercialización y la oferta han ido creciendo de manera significativa a nivel mundial, especialmente en Europa y América del Norte. El mercado de artículos sexuales en América Latina y el Caribe también ha experimentado un importante crecimiento aun cuando el mismo ha sido menos acelerado.

A este contexto, se le suma las particularidades sociales y relacionales desencadenadas por la emergencia sanitaria mundial por la COVID-19, especialmente producto de las medidas de confinamiento y aislamiento social y con ello, de las sugerencias internacionales de abstenerse de tener relaciones sexuales con personas que no conviven en el mismo hogar tomando en cuenta los altos riesgos de contagio del virus.

Estas circunstancias, además del significativo aumento de consumo de contenidos a través de redes sociales y demás canales de información

y comunicación digital, desataron el auge de la utilización de juguetes y artículos para la satisfacción y placer sexual, entendiendo que proliferaron prácticas de autoexploración y relacionamiento sexual a través de entornos digitales, lo cual ha posicionado este mercado como un negocio en auge en tiempos de pandemia.

En efecto, la “nueva normalidad” que se está configurando tras la crisis sanitaria de COVID-19, ha hecho que las empresas tengan por delante múltiples retos, para lo cual es necesario que cuenten con técnicas que les permitan optimizar los resultados y adaptarse a los continuos y acelerados cambios que se están produciendo.

Ahora bien, entendiendo la ausencia de investigaciones sobre la materia en el mercado venezolano y las particularidades asociadas al contexto socioeconómico actual del país, el Centro de Estudios de Derechos Sexuales y Reproductivos (CEDESEX) en alianza con el Observatorio Latinoamericano de Inteligencia Comercial (OLIC), desarrollaron la presente investigación a los fines de analizar:

- El mercado venezolano de los juguetes sexuales como nicho de negocio, y;
- Prácticas sexuales asociadas a la utilización de juguetes sexuales en Venezuela.

Todo ello con doble enfoque, a saber:

- Un enfoque de inteligencia comercial para personas naturales o jurídicas, que forman parte de este mercado o que están interesadas en participar;
- Un enfoque de derechos que aporte insumos de educación sexual integral para la promoción y difusión del ejercicio de una sexualidad libre, placentera e informada.

---

<sup>1</sup> <https://www.elperiodico.com/es/cuaderno/20200717/juguetes-sexuales-ventas-satisfyer-boom-8041463>

## OBJETIVOS

**Analizar el negocio venezolano de los juguetes sexuales** como nicho de mercado y como fuente de información para la promoción y difusión del ejercicio de una sexualidad libre, placentera e informada.

Con ello, se busca:

- **Evaluar aspectos económicos, sociales y culturales** que inciden en el mercado de los juguetes sexuales.
- **Analizar prácticas sexuales** asociadas a la utilización de juguetes sexuales en Venezuela, en comparación con estudios realizados en otros países.
- **Ofrecer herramientas de inteligencia comercial** a personas naturales o jurídicas que forman parte de este mercado y buscan mejorar sus oportunidades de negocio, o aquellas que están interesadas en participar.
- **Ofrecer elementos cualitativos a instituciones** públicas o privadas, organizaciones de la sociedad civil o incluso profesionales, con competencias en derechos sexuales y reproductivos, para la promoción de contenidos informativos y educativos en materia de sexualidad.

## METODOLOGÍA

Para el presente estudio se utilizó una metodología cualitativa mixta, que incluye:

- Un levantamiento y análisis documental de antecedentes, datos e informaciones con fuente fiable, de las características del mercado en el mundo, la región y Venezuela.
- Un trabajo de campo que consistió en la elaboración, aplicación e interpretación de entrevistas y encuestas virtuales con dos poblaciones objetivos, a saber:
  - Una población potencialmente consumidora de juguetes sexuales: principalmente mujeres adultas jóvenes de Caracas y principales urbes cercanas a la región capital, con capacidad socioeconómica media o alta.
  - Las personas que administran algunos sex-shops ya existentes del mismo territorio que puedan aportar elementos asociados al “know how” del negocio.



## CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMO MUNDIAL DE ARTÍCULOS SEXUALES

Tal y como se ha destacado en la justificación del presente informe, la utilización de juguetes o artículos sexuales se ha expandido y normalizado en los últimos años a nivel mundial, y con ello el negocio de los sex-shop o tiendas eróticas.

De hecho, para 2016 la industria de juguetes sexuales para adultos se encontraba bordeando una facturación de 15 billones de dólares a nivel mundial, con un nivel esperado de crecimiento alrededor del 30% anual; y una proyección de crecimiento hacia el 2021 a 50 billones de dólares.

En efecto, los sex-shop o tiendas de artículos o juguetes sexuales pertenecen a un mercado que viene creciendo y haciendo cada vez más visible, dado que se manejaba de forma oculta y cubierta por los estigmas que hoy en día se han ido poco a poco superando.

Esta mayor visibilización se ha incrementado especialmente en tiempos de la pandemia por COVID-19, al punto que empresas estadounidenses como "Wow Tech Group", dueña de "We-Vibe" y "Womanizer", reportan un aumento del 200% en las ventas en línea al comenzar el confinamiento.

“ En 2016 la industria de juguetes sexuales se encontraba bordeando una facturación de 15 billones \$ ”

De igual modo, en España, estos negocios también han vivido un repunte de ventas, con nuevos clientes y, sobre todo, un especial interés por la educación sexual, que ha cambiado de formato, pasando de los talleres presenciales a Instagram o YouTube. Así, Platanomelón, que es una tienda virtual erótica española, que se ha constituido como un portal de difusión de contenidos asociados a la educación sexual y a derechos sexuales, también reportó un aumento de ventas del 200% en comparación con semanas previas a la cuarentena.

---

2 Burns, J. (2017). How The 'Niche' Sex Toy Market Grew Into An Unstoppable \$15B Industry. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/janetwburns/2016/07/15/adult-expo-founders-talk-15b-sex-toy-industry-after-20-years-in-the-fray/#35603cb25bb9>

“ Para el 2025 el comercio electrónico crecería hasta un 40% y generaría el cierre del 15% de tiendas físicas. ”

Ahora bien, **¿qué elementos, además de los antes expuestos, han provocado el crecimiento exponencial de este mercado?**

En el 2017, el 22% de la población mundial había comprado por Internet y el 50% de los que compraron, lo hicieron a través de dispositivos móviles. Y esta tendencia no ha hecho más que aumentar, especialmente en América Latina que desde 2020, se ha constituido como la región con el mercado de e-commerce con más rápido crecimiento, arrebatándole por primera vez el primer puesto a Asia-Pacífico desde 2010.

Incluso, el Foro Económico Mundial ya había previsto en su informe “Formando el Futuro del Comercio Minorista para la Industria del Consumo”, estimó en 2017 que para el 2025 el comercio electrónico crecería hasta un 40% y generaría el cierre del 15% de tiendas físicas.

Porcentaje que se está recrudeciendo en tiempos de pandemia.

Ahora bien, el comercio electrónico en Venezuela no se queda atrás y, según el estudio “Usos de Internet en Latinoamérica 2016”, 78% de los encuestados del país declaró haber comprado en línea, con lo cual el país se ubicó en ese momento en la quinta posición de penetración de comercio electrónico en Latinoamérica.

Es importante precisar que justamente el crecimiento principal en el sector de juguetes sexuales se ha dado a través de las ventas por Internet. Este crecimiento se ha dado en gran medida gracias a tres factores conocidos como la Triple A: **Acceso, Asequibilidad y Anonimato.**

3 <https://www.elperiodico.com/es/cuaderno/20200717/juguetes-sexuales-ventas-satisfyer-boom-8041463>

4 Según la empresa de inteligencia e investigación comercial E-Marketer.

<https://www.emarketer.com/content/latin-america-will-fastest-growing-retail-ecommerce-market-this-year>

5 Traducción propia de “Shaping the Future of Retail for Consumer Industries”.

6 World Economic Forum. Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. Pág 4 y 24. Disponible en:

[http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF\\_AM17\\_FutureofRetailInsightReport.pdf](http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf)

7 Análisis publicado en el portal: <https://tendenciasdigitales.com/el-comercio-electronico-en-venezuela-como-se-comporta/>

8 Rengifo M., Huatuco J., Ortiz J., Vidal B. Plan de negocios de una boutique erótica online para adultos en Lima Metropolitana. Pág. 14. Disponible en:

<https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1574>

Sin dudas, numerosos estudios destacan particularmente lo importante de la privacidad del cliente, por lo que estos sitios se aíslan de su entorno con el fin de garantizar privacidad. Es por ello que, por más que este “anonimato” está siendo superado poco a poco, **los sex-shops deben en parte su conocimiento al boca a boca.** De lo cual destaca la importancia de la calidad del servicio.

Así, para potenciar esa calidad, se llama a identificar las 5 etapas para el uso de juguetes sexuales que se podrían comparar con las etapas o fases de compra:

- **Motivación:** fase en la que se reconoce la necesidad y se presenta la curiosidad y el deseo de innovar.
- **Auto-juzgamiento:** en razón de que persisten algunos tabúes especialmente en nuestra región, las personas se preguntan si su comportamiento es normal y temen ser juzgadas, por lo que busca la información de una manera secreta.
- **La toma del riesgo:** momento en que se decide comprar el juguete sexual. Evaluación de alternativas.

- **Búsqueda de legitimidad:** busca creer en su nueva propuesta de práctica sexual a través información en redes sociales, páginas web, libros, películas y personas cercanas.
- **Resolución positiva o negativa:** es positiva si la persona ya no tiene dudas, temores o culpas, y naturaliza su compra, potenciándose no sólo una nueva compra sino su recomendación, concretándose el boca a boca indicado anteriormente.

En ese sentido, la proliferación de uso de redes sociales y de la difusión de informaciones asociadas a la sexualidad y la normalización de juguetes sexuales han facilitado que estas fases se aceleren y son reforzadas en la medida en que el mercado de juguetes sexuales facilita las informaciones adecuadas para ello. Así, la propuesta valor que diferencia algunos comercios de otros es la oferta de esa información, la cual será analizada más adelante.

“ Los principales consumidores de los sex-shops son de nivel socioeconómico alto. ”

Ahora bien, para poder mejorar la capacidad del negocio, resulta indispensable primero segmentar la clientela con mayor propensión a consumir estos productos. Es decir, responder a la pregunta **¿quiénes son los principales clientes de estos productos?**

Según diversos estudios, los principales consumidores de los sex-shops son de nivel socioeconómico alto. Además, las mujeres se han convertido en las principales clientas de esta categoría. Incluso, los juguetes sexuales se han convertido en un símbolo de liberación femenina en una era en la que el empoderamiento de las mujeres se ha vuelto una prioridad. Es por ello que es común observar mujeres que afirman públicamente que con el uso de productos eróticos han experimentado transformaciones sexuales liberadoras, que han permitido mejorar la auto-comprensión o identidad en otros contextos.

### **Y, ¿qué busca esta clientela?**

Según, algunos estudios, los principales anhelos de la clientela son:

**Discreción:** para lo cual resultan importantes los métodos que permitan realizar compras en línea sin necesidad de registro y con un despacho discreto, que incluya no recibir estos productos en el hogar, oficina u otro espacio público. Por ejemplo, la opción de retiro personal en una oficina.

**Asesoría:** contar con una atención oportuna, personalizada y calificada es de suma importancia. Contar con un chat de asesoría en línea, y posibilidad de información mediante WhatsApp y teléfono, más allá de la mera venta puede ser un elemento a considerar.

**Calidad:** la venta de productos con certificaciones internacionales, de marcas reconocidas, o que sean recomendados por personal calificado, como personal médico, psicólogos, sexólogos, etc.

**Novedad:** la innovación resulta atractiva en un mercado donde la búsqueda de nuevas sensaciones es el principal móvil.

**Garantía:** Resulta importante distribuir productos con garantía o en su defecto, la tienda debe generar un método para ofrecer dicha garantía a la clientela.

**Precio:** si bien la clientela de estos productos es de estratos socioeconómicos altos, el manejo de productos de diversos precios y niveles de accesibilidad resulta importante.

**Variedad:** Mostrar diversidad de productos incide en reforzar la normalización de la utilización de juguetes sexuales, y con ello, impulsa su compra.

Resulta ahora importante entender otras **características del mercado que permitan orientar las propuestas de valor que puedan incorporarse en este negocio.**

Lo primero que hay que saber es que en el caso de este nicho de mercado, no se generan economías de escala, ya que el volumen de ventas no es tan grande y los productos son de baja rotación. Además, el negocio no gana por volumen, sino por la amplitud de margen. Por lo tanto, este factor no es una amenaza para los nuevos competidores.

De allí que la clave de este modelo de negocio es la propuesta de valor.

En la actualidad, diversos estudios destacan que **este mercado en Latinoamérica tiene poca diferenciación y no existe una clara propuesta de valor**, siendo que

muchos de los sex-shops venden los mismos productos con el mismo esquema. Sin embargo, **la propuesta de este negocio es tener una ventaja competitiva que se posicione en la mente del consumidor.**

Dicho esto, si bien la inversión y costos de abrir y/o mantener un sex-shop son medianamente elevados, así como traer una oferta completamente novedosa, resulta la estrategia clave para este nicho y varios ejemplos son prueba de ello.

Por ejemplo, el sex-shop "Platanomelón" de España, con 1.3 millones de suscriptores a su canal de YouTube y más de 675 mil seguidores a su Instagram, destaca por un fuerte componente educativo a través de sus secciones y contenidos, tales como artículos y bibliografía sobre temas asociados a la sexualidad y los derechos sexuales; guías y cursos gratuitos vía online, etc.

Asimismo, cuenta con un chat que muestra dos asesoras que ayudan a resolver consultas, y genera alianzas con marcas conocidas que recomiendan y/o avalan a la marca.

---

9 Nota de prensa "Caso de éxito: Platanomelón estimulando al consumidor". Disponible en:<https://adhertising.com/tendencias/caso-de-exito-formula-comunicacional-platanomelon/>

# CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO EN VENEZUELA

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

### • Caracterización de la clientela

Se realizó una encuesta virtual a una población potencialmente clientela de juguetes sexuales, sobre la base del perfil identificado en el levantamiento documental y en ese sentido, se realizó la encuesta de opinión a 153 personas de zonas urbanas, principalmente de la Gran Caracas.

De la población encuestada, el **77% fueron mujeres cisgénero**, ratificándose el mayor interés que representa para esta población las informaciones relacionadas con la sexualidad y la utilización de artículos sexuales.

Por otra parte, destaca de la población encuestada que si bien opina que aún persisten tabúes sobre la utilización de juguetes sexuales, el **95% considera que son de gran utilidad para la salud sexual de las personas.**

“ 95% considera que son de gran utilidad para la salud sexual de las personas. ”

No obstante, a pesar de considerarlos de gran utilidad, sólo un poco más de la mitad (**56%**) **de las personas encuestadas han comprado juguetes sexuales** y de esas personas, la mayoría se ha decantado por juguetes sexuales de estimulación vaginal y clítoris y productos y artículos para la estimulación sensorial tales como aceites, velas, feromonas, etc.

“ La mayoría se ha decantado por juguetes sexuales de estimulación vaginal y clítoris ”

Tipo de Producto o Jugete Sexual	Porcentaje de las personas encuestadas que informan haberlo comprado
Juguetes de estimulación vaginal y clítoris	58%
Productos de estimulación sensorial (aceites, velas, feromonas, etc)	50%
Juguetes de estimulación anal	16%
Juguetes de estimulación de pene	8%
Juguetes de estimulación de pezones	4%

Ahora bien, destaca el hecho de que si bien según análisis e investigaciones internacionales la demanda de juguetes sexuales ha aumentado significativamente en diversos países, el **80% de las personas encuestadas en este estudio en Venezuela, declararon no haber comprado ningún artículo sexual en tiempos de cuarentena por la pandemia COVID-19.**

10 “Mujer cisgénero” se refiere a personas que se autoidentifican como mujeres y tienen vagina (a diferencia de mujeres transgénero, por ejemplo).

11 Al permitirse respuestas mixtas, algunas personas han comprado varias categorías de productos.

## Las estrategias de ventas online no se encuentran suficientemente aprovechadas en Venezuela.

E incluso el **66% alega haber comprado sus artículos y juguetes sexuales personalmente en tienda física**, lo cual denota que la penetración de las estrategias de ventas online características del contexto pandémico actual y que parece estar beneficiando este mercado en otros países no se encuentra suficientemente aprovechadas en Venezuela.

No obstante, este hallazgo puede ser asociado a diversas razones, entre las que destacan las brechas digitales existentes en el país, además del hecho de que persiste la preferencia sensorial a la hora de escoger y comprar un juguete sexual pues el **58% de las personas encuestadas alegó preferir comprar estos productos en tienda física**. Esta característica pudiese probablemente estar asociada al hecho de que considerándose artículos íntimos, resulta importante verificar a través de los sentidos, que se adapte a las necesidades requeridas.

Ahora bien, en cuanto a las preferencias, hábitos y opiniones de la clientela que suele usar y/o comprar juguetes sexuales, destacan los siguientes hallazgos:

**55% de las personas encuestadas alegan usar juguetes sexuales** y de esas, destacan las siguientes preferencias de uso:

- 25% usa los juguetes sexuales sólo cuando está solo/a.
- 22% únicamente cuando tiene relaciones sexuales (tanto presenciales como virtuales).
- 53% suele usarlos en ambos momentos.

En cuanto a **lo que más les importa en el servicio de atención de los sex-shops**, destacan en orden de prioridad (de más importante a menos importante), lo siguiente:

- Atención personalizada y respetuosa.
- Información precisa del producto.
- Privacidad y Discreción.
- Orientación y asesoría capacitada.

Mientras que para responder a la pregunta **“¿Qué es lo que más te interesa a la hora de adquirir un juguete sexual?”**, destaca el siguiente orden de prioridad:

- **El precio**
- **La calidad**
- **Sus funciones**
- **La estética**
- **La marca**

En cuanto a las fuentes de información de las personas encuestadas, **80% declaró informarse por diversos medios de comunicación**, a saber:

- 39% a través de Redes Sociales.
- 26% por medios de comunicación tradicionales (televisión, prensa y radio)
- 15% a través de WhatsApp y demás aplicaciones de mensajería masiva.

“ 84% de las personas, destacó que obsequiaría un juguete sexual.”

Asimismo, hay que destacar que los juguetes sexuales no sólo se compran para uso personal, pues **84% de las personas encuestadas, destacó que obsequiaría un juguete sexual.** Resultado que no tiene variación representativa entre hombres y mujeres.

Finalmente, **se analizó la búsqueda en Google desde Venezuela, de la expresión “juguetes sexuales”, y en el primer semestre de 2021 se realizaron más de 8.520.000 búsquedas,** lo cual implica en promedio, más de 46.300 búsquedas por día, denotándose gran interés en la población sobre el particular. Esto representa entonces una oportunidad de capitalización de ese interés.

#### • Caracterización de los sex-shops existentes

A los fines de evaluar algunas características propias del mercado actual y proponer recomendaciones para consolidar una ventaja competitiva, se realizó una encuesta que fue completada por ocho (8) sex-shops activos en las ciudades de Caracas, Maracay y Valencia, que se presentan a continuación:

Ciudad	Nombre del Sex-shop	Usuario de Instagram	Tiempo en el mercado
Caracas	Te provoca	@teprovocaonline @teprovocastore @teprovocapuntocom	Más de 5 años
	Lamia SexShop	@lamiasexshop	Menos de 1 año
	Sodoma Venezuela	@sodomavzla	Más de 5 años
	Lovers Pleasure	@loverspleasure	Más de 5 años
	Lola SexShop	@lolasexshopvzla	Entre 1 y 5 años
Maracay	Full Sex	@fullsexmcy	Más de 5 años
Valencia	SexToysValencia	@sextoysvalencia2	Entre 1 y 5 años
	Orgasmic	@orgasmicsexshop	Más de 5 años



De la encuesta realizada, se destacan los siguientes hallazgos:

- La mayoría de los sex-shops son **atendidos por mujeres.**
- No existe homogeneidad que pueda ser concluyente acerca de la rentabilidad actual del negocio o del tamaño del flujo de ventas de los sex-shop pues el 50% de los sex-shops consultados reportan flujos de venta medios y altos y el **50% reportan flujos de ventas bajos.**
- **Tampoco existen datos concluyentes que permitan alegar que las ventas han mejorado en tiempos de pandemia** para el mercado pues tres de los sex-shops consultados alegan que las ventas estaban mejor antes de la pandemia, dos afirman que se encuentran igual y tres afirman que han mejorado.
- A pesar de las disparidades no concluyentes antes señaladas, existe unanimidad al reconocer que **existe mayor disposición actual de acceder a productos y juguetes sexuales,** principalmente por la mayor oferta de modalidades de compras online, seguido del amplio desarrollo tecnológico que han experimentado los juguetes en los últimos años, así como la democratización del acceso a la información sobre sexualidad y prácticas sexuales.
- **En cuanto al género** de la clientela que mayoritariamente acude a comprar en sex-shops, destaca el hecho de que mientras que tres de los negocios encuestados alegaron que las mujeres son la principal clientela, la mayoría (cinco de los ocho encuestados) alegó que tanto hombres como mujeres acuden a comprar juguetes sexuales sin gran diferencia. No obstante, destaca que **ninguno alegó que su principal clientela son hombres.**
- Lo antes expuesto se conecta con el siguiente hallazgo, relativo al hecho de que la mayoría (cinco de los negocios consultados) informa que los juguetes femeninos son los más vendidos, especialmente los juguetes de estimulación vaginal y de clítoris. Mientras que tres alegan que tanto juguetes femeninos como masculinos son igual de vendidos. Ninguno alega que los juguetes masculinos son los más vendidos.
- Por otra parte, destaca que la mayoría considera que **las funciones,** junto con la estética y el precio, son los elementos **de mayor importancia para la clientela que compra sus productos.**

- Finalmente, algunas de las tiendas entrevistadas destacaron el **aumento de apertura de la población** hacia la utilización de productos y artículos que magnifiquen el placer sexual, incluyendo el creciente interés por productos asociados a prácticas BDSM.

Ahora bien, en el levantamiento de redes sociales asociadas a sex-shops en Venezuela, se identificaron varias cuentas que muestran ausencia de contenidos desde hace 6 a 12 meses, lo cual pudiera inferir el cierre de **algunos sex-shops que no lograron adaptarse a las nuevas dinámicas asociadas a la pandemia**. Esto denota que si bien es un mercado que muestra un aparente crecimiento, necesita orientación especializada.

Asimismo, partiendo de las informaciones aportadas, así como el análisis del manejo de las cuentas en Instagram de las referidas tiendas, se optó por realizar un ejercicio preliminar de acercamiento a un **benchmarking nacional**, entendiendo que se evidencia la necesidad para este sector del mercado nacional, de estudiar su competencia para poder avanzar con más fuerza. Esto implica trazar estrategias que las ayuden no solo a mantenerse, sino también a crecer en los mercados y a incorporar nuevos actores.

Y es aquí donde entra en juego el benchmarking, una herramienta de análisis y evaluación comparativa, basada en la observación de las fortalezas y debilidades, precisamente, de la competencia.

**En cuanto a la estructura del mercado:** destaca que el mismo está estructurado por una competencia de a penas una veintena de sex-shops, principalmente de Caracas, que tienen una oferta muy similar. El mercado venezolano parece aún bastante virgen e incipiente. A ello se le suma que la mayoría de la oferta es genérica y no certificada en cuanto a calidad.

**En relación a la estructura de costes:** el sector presenta unos costos elevados ya que, los productos son importados, y debido a este hecho y a la poca oferta actual, los precios de venta de los productos son elevados, lo cual atenta contra su sustentabilidad tomando en cuenta la expectativa de precios de la potencial clientela encuestada en el presente estudio.

**Referente a la diferenciación de productos:** se observa que los productos no están diferenciados o especializados, lo cual hace inferir que la mayoría de las tiendas manejan los mismos proveedores.

12 BDSM: Siglas que significan Bondage, Disciplina, Dominación y Sumisión, y Sadismo y Masoquismo

13 Se trata de un acercamiento genérico en base a las informaciones generales a las que se tiene acceso. Para mayor precisión y veracidad, se requiere un estudio más pormenorizado e individualizado.

Además, muchas de ellas se dedican sólo a la venta de productos y la información de los mismos, pero sin ningún otro valor agregado como la asesoría diferenciada, la generación de contenidos de educación sexual, la oferta de contenidos eróticos, etc.

**En cuanto al flujo de salida:** hay que decir que a nivel general es bajo, ya que la mayoría de los productos no son perecibles y tienen un tiempo de vida elevado.

En base a este análisis, destaca como principal competidor el sex-shop **“Te Provoca”**, por ser un negocio con una clara diferenciación, conocimiento de su clientela y una propuesta valor ingeniosa. En ese sentido, sin ánimo de plantear un escenario decisivo, destacan algunos elementos que hacen de este sex-shop el principal competidor:

**Los productos se ofertan haciendo énfasis principalmente en su calidad,** y luego en sus funciones y estética conjuntamente con sus beneficios, que corresponden a los principales anhelos de la clientela mayoritaria, enfocada especialmente en mujeres y parejas de un estrato socioeconómico alto.

Esto responde a la necesidad de la clientela de gozar de información precisa de los productos

(por ejemplo con imágenes, videos y descripciones específicas), además de que pone en práctica un elemento fundamental en marketing, como lo es el hecho de que **el consumidor no compra un producto sino una experiencia** que le garantiza el producto que se le oferta.

Además, esa oferta destaca por una **importante diversidad de productos y artículos,** lo cual también juega un rol muy importante en la emoción del consumidor en la medida en que la presencia de esa diversidad pudiese inferirse como normalidad del consumo y amplitud del mercado, lográndose la motivación, la toma del riesgo y con ello, la legitimidad y la resolución positiva, al mismo tiempo que minimiza el auto-juzgamiento.

Asimismo, las cuentas públicas del sex-shop tienen un alto número de cuentas seguidoras que han aumentado de manera sostenida a través de **alianzas e intercambios con figuras con legitimidad especializada** en la opinión pública para recomendar productos asociados a la sexualidad, así como de la aplicación de diversas estrategias de marketing digital y manejo de comunidades a través de redes sociales, destacándose las siguientes:

---

14 Información basada únicamente en las redes sociales del competidor.

15 Ver las cinco etapas por la que pasa el comprador de juguetes sexuales, pág. 6.

- **La difusión de información sobre educación sexual y sexualidad en general**, lo cual permite mostrar una imagen especializada y de capacidad técnica en la orientación de la utilización de productos y artículos.
- **La interacción permanente con su comunidad**, permitiéndole evaluar sus preferencias permanentemente y realizar ofertas segmentadas más acertadas.

Ofrece una **atención especializada oportuna**, personalizada, de calidad y sobretodo, en la que se ofrece altos niveles de privacidad, no solamente mediante el entorno virtual, sino incluso en la oferta presencial pues no cuenta con tienda, sino con un "show room" al que se puede acceder únicamente vía cita previa. Esto sin dudas destaca como una de las principales propuestas de valor que ofrece este sex-shop.



## CONCLUSIONES

Si bien a lo largo del presente informe se ofrecen conclusiones e interpretaciones de los hallazgos de la investigación, se destacan algunas conclusiones generales tanto en el nicho de mercado, como en relación a los hallazgos asociados a prácticas, hábitos y preferencias sexuales de las personas encuestadas.

**En relación al mercado**, se puede afirmar que en general, denota importantes oportunidades, principalmente por las siguientes razones:

- Hay un escenario favorable en cuanto al crecimiento sostenido del E-commerce por ser un mercado en desarrollo, pero ello requiere una adaptación y adecuación del servicio pues de lo contrario está garantizado el fracaso del negocio.
- El mercado de juguetes sexuales se encuentra en pleno auge y es atractivo debido a su alto potencial de crecimiento, mediana inversión y una competencia poco desarrollada y casi indiferenciada.
- No obstante, por ser un negocio que no es de economía de escala, sino que la ganancia está asociada a la amplitud del margen, de aumentar la competencia se redobla la necesidad de la incorporación de la propuesta valor, para lo cual resulta indispensable evaluar al consumidor periódicamente.
- Destaca la importancia de la privacidad en el rubro, lo cual está totalmente alineado con el modelo de negocio online que plantea la nueva realidad actual.

En general, **se podría sacar una gran idea de negocio e impulsar este tipo de tienda y consumo si se llegara al público con una comunicación más asertiva y abierta**. No obstante, pareciera que hay grandes oportunidades de mercado que están siendo desaprovechadas, al no incluir estrategias de inteligencia comercial y diferenciación.

**En cuanto a las tendencias, preferencias y prácticas sexuales** que pudieron evidenciarse en el presente estudio, denota lo siguiente:

- Si bien persisten tabúes sobre la utilización de productos y artículos que aumenten el placer sexual, existe la propensión a la superación de éstos, al punto de estimarse ya hoy en día, como elementos que contribuyen a la salud sexual.

- Los artículos y productos enfocados en el placer de personas con vagina son los más buscados y comprados, no sólo por mujeres cisgénero, sino también por hombres (como obsequio principalmente). En ese sentido, se vincula su utilización de estos artículos no sólo para la autoexploración sino para su utilización en pareja, para relaciones sexuales.
- La mayoría de las personas que no han usado o no usan juguetes sexuales tienen intención de usarle, siendo el principal obstáculo el de la precarización económica propia de la situación actual en Venezuela.
- Si bien las personas usan cada vez más los entornos digitales para la compra de estos artículos, lo sensorial sigue muy presente, siendo la posibilidad de poder ver y tocar el artículo un elemento altamente pertinente, razón por la que la existencia de tienda física u otras estrategias de “show room” continúan siendo muy pertinentes a la hora de ofrecer un juguete sexual.

## RECOMENDACIONES

Entendiendo que unas recomendaciones más efectivas deben ser especializadas y partiendo de un negocio concreto, nos permitimos no obstante, realizar algunas de orden general:

- Siendo un mercado que se caracteriza por no ser de consumo masivo, resulta indispensable **generar políticas empresariales o iniciativas de gestión que promuevan la eficiencia en el uso de recursos asociados a las estructuras de costos**, a los fines de ampliar el margen de ganancia.
- Aun cuando se trata de un negocio cuya ganancia se refleja más por amplitud de margen que por volumen, **la ampliación de la competencia puede incidir en mayor visibilización del mercado**, y con ello mayor predisposición de compra de la potencial clientela, aumentándose el volumen de venta. En ese sentido, promover este nicho de mercado puede ser rentable a mediano plazo. No obstante, en ese caso la diferenciación asociada a una propuesta de valor propia resultaría aún más oportuna.
- En vista de que es un negocio con clara estimación de crecimiento, especialmente en entornos de e-commerce, resulta importante **invertir en la visibilización digital** del sex-shop (posicionamiento SEO, redes sociales, creación de comunidades virtuales y grupos por WhatsApp y Telegram, etc).
- **Segmentar la publicidad e información con un enfoque de género**, dirigiéndola a mujeres que constituyen las principales consumidoras de juguetes sexuales, sin menospreciar la segmentación hacia hombres heterosexuales con parejas femeninas, potenciando el obsequio del mismo. Asimismo, la información debería estar enfocada no sólo en su utilización para la auto-estimulación o sólo para las relaciones sexuales, sino que debe ofrecerse la dualidad de su utilización. Todo ello, sin olvidar que lo que se ofrece es la experiencia.
- Tener en cuenta que **la oferta** debe realizarse desde la necesidad de **la clientela**, y con ello en base a la Triple A: Acceso, Asequibilidad y Anonimato. En ese sentido, la oferta debe enfocarse en: **discreción, asesoría calificada, calidad, novedad, precio y variedad**. Todo ello promoviendo una resolución positiva de la clientela quien daría a conocer el servicio o los productos a través del boca a boca.

- Establecer **colaboraciones, asociaciones y alianzas** con: marcas reconocidas, organizaciones especializadas, personalidades del medio, profesionales, etc, que tengan legitimidad en materia de sexualidad y temas análogos, a los fines de que se promuevan contenidos informativos conjuntos que impulsen la utilización y consumos de productos y artículos sexuales.
- Con lo antes expuesto, destaca que la información difundida no sólo debería estar asociada a la concreción de fantasías, morbos y deseos sexuales, sino incluso a los **beneficios aportados para la salud sexual**.

Finalmente, se recomienda tanto a los negocios actualmente establecidos en el país como a potenciales emprendedores que se interesen en explorar este nicho de mercado:

- **Asociarse** a otros emprendimientos, marcas, organizaciones y personalidades para potenciar la visibilización del negocio y aumentar margen de ganancias.
- Realizar un modelo de negocios que permita construir una **propuesta de valor única** para el logro de la diferenciación que se requiere en este nicho.



## PRINCIPALES CONSULTAS BIBLIOGRÁFICAS

Burns, J. (2017). How The 'Niche' Sex Toy Market Grew Into An Unstoppable \$15B Industry. Forbes. Disponible en:

<https://www.forbes.com/sites/janetwburns/2016/07/15/adult-expo-founders-talk-15b-sex-toy-industry-after-20-years-in-the-fray/#35603cb25bb9>

Da Silva Nunes, B. (2017). Plano de emprendimiento: Sex Boutique. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, 101-124.

Mora, M. (2010). "Significados construidos en la práctica de usar juguetes sexuales por mujeres de clase media de la Región Metropolitana: Un Análisis desde la psicología comunitaria". Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Humanas, Santiago de Chile.

Planned Parenthood. Sección "Aprende". Sexo y Placer. Juguetes Sexuales. Disponible en: <https://www.plannedparenthood.org/es/temas-de-salud/sexo-placer/sexo-y-placer/juguetes-sexuales>

Rengifo M., Huatuco J., Ortiz J., Vidal B. Plan de negocios de una boutique erótica online para adultos en Lima Metropolitana. Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Maestro en Marketing por: (2019) <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1574>

Ruiz, D., & Melchor, M. (2015). Sexshop: Tendencias y percepciones entre jóvenes universitarios - Daniel Ruiz - Madeline Melchor. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 2(2), 22-29.

<https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/91/73>

World Economic Forum. Shaping the Future of Retail for Consumer Industries. Pág 4 y 24. Disponible en:

[http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF\\_AM17\\_FutureofRetailInsightReport.pdf](http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/CO/WEF_AM17_FutureofRetailInsightReport.pdf)

## PRINCIPALES CONSULTAS BIBLIOGRÁFICAS

### Artículos informativos:

<https://www.emarketer.com/content/latin-america-will-fastest-growing-retail-ecommerce-market-this-year>

<https://contrapunto.com/nacional/salud-nacional/juguetes-eroticos-un-metodo-seguro-en-la-cuarentena/>

<https://www.elperiodico.com/es/cuaderno/20200717/juguetes-sexuales-ventas-satisfyer-boom-8041463>

<https://adhertising.com/tendencias/caso-de-exito-formula-comunicacional-platanomelon/>