

Contra la crisis, felices orgasmos

Happy Lola, ¿sexy accesorios y love toys para todos los públicos?

Las buenas ideas son las que, vistas en perspectiva, parecen sencillas y evidentes. Y esta lo es. Con la marca Happy Lola dos empresarios están dando la campanada. Para comprender cómo nace esta iniciativa vamos a ponernos por un momento en la cabeza Curro Dorronsoro y Alicia Zurita de la empresa WAY.

Para empezar, aunque su sede física está en Málaga, su ventana es el mundo. Así, con los ojos y la mente bien abiertos, comienzan a bullir las ideas: el sector de *love toys* y *sexy accesorios* maneja unos volúmenes de ventas que no conocen la crisis. Es más, hay datos que prueban que el sector no para de crecer: un informe de la consultora británica Hewson afirma que para el año 2020 se venderán tantos *lovetoy*s como *smartphones*. Sí, la coyuntura económica es favorable pero también la social. El éxito de la trilogía 50 sombras de Grey ha hecho que miles de mujeres en todo el mundo estén más abiertas a nuevas experiencias y ha contribuido a normalizar algunos tabúes en nuestra sociedad.

Hasta aquí todo bien. ¿Dónde está el truco? Redoble de tambores... ¡tachán! Vamos a vender estos productos en tiendas generalistas, las de toda la vida: perfumerías, tiendas de regalo y moda, centros de salud y belleza, hoteles... WAY ha detectado la gran oportunidad que supone para estos comercios. Son una venta adicional, no compiten con sus productos y además actúan como un imán para los clientes que la publicitan con el boca a boca. Si es negocio para ellos es negocio para nosotros, piensan. No está nada mal, ¿verdad? Pues aún hay más.

Lencería sexy, patitos vibradores, pala azotitos, adhesivos para pezones que causan furor entre las *celebrities* americanas... Su nueva categoría de *love toys* y *sexy accesorios* son productos de calidad y muy seguros, vale, pero ¿cómo normalizar estos *lovetoy*s en espacios tan generalistas? Respuesta: creando una marca con un diseño muy cuidado y de gran personalidad que sea capaz de presentar estos productos de manera elegante, original y divertida. Nace así Happy Lola, un personaje que cuenta sus experiencias con mucho descaro. Lola es capaz de soltar frases como Todo el mundo tiene un pasado y el mío mola y

quedarse tan fresca. “Es un personaje redondo porque aglutina chispa, imaginación, humor, mucha cara pero también responsabilidad. Y aquí es donde está el secreto. El personaje es la bomba”- dice Alicia Zurita.

Y la marca está siendo un bombazo. Después de un exitoso periodo de prueba en puntos de venta de perfumería y regalos, Happy Lola se está expandiendo a gran velocidad. Ya puede encontrarse en espacios de diseño como Isolée en Madrid o L'appartement en Barcelona, en los Relay de aeropuertos y en los puntos Mini Love Shop, presentes, próximamente, en multitud de tiendas y centros comerciales. Además, los productos pueden adquirirse online en <http://shop.miniloveshop.com>.

La gama completa, así como las historias que inspiran a Lola están disponibles en www.happylola.com.

SOBRE NOSOTROS

Happy Lola es una marca de WAY (We Are You Partnership Solutions S.L.). Una consultora malagueña especializada en la implantación y posicionamiento a nivel internacional de sexy marcas de nueva generación. Pioneros en introducir estos productos en el mercado generalista, tienen experiencia con cientos de clientes en más de 20 países. Está claro que Happy Lola es una buena idea empresarial que nos traerá muchas alegrías a todos. Así que ánimo; contra la crisis, felices orgasmos.

[Dossier de prensa pulsando aquí.](#)
