

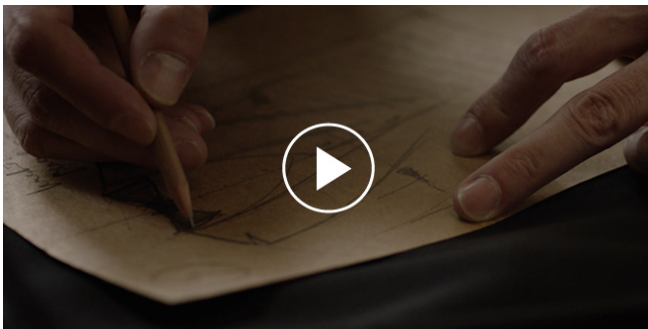
¡Llega el esmoquin de pene!

[LELO](#) reinventa una antigua tradición escocesa



21 de enero de 2016 | Estocolmo (Suecia) – San José (EE.UU.)

La lujosa marca sueca de objetos de placer ha viajado al pasado para recuperar la tradición escocesa de vestir el pene, ahora con un moderno y elegante toque; inspirado en el clásico esmoquin, [TUX™](#) es lo último en moda íntima masculina.



Confeccionar [prendas para el pene](#) no es un fenómeno revolucionario en sí, pero nada como TUX™ se había lanzado antes al mercado. Una variante conocida como “Willy Warmer” se sigue vendiendo en todo el

Puedes obtener más información escribiéndonos a <https://youtu.be/ZCsrkZ914oAA> PR@LELO.COM

LELO es la marca número uno del mundo en el diseño de productos para la vida íntima. Creada en 2003, LELO es célebre por haber protagonizado una transformación radical de la manera de entender los masajeadores personales, su aspecto, su funcionamiento y las sensaciones que transmiten, y ahora aplica el mismo compromiso de calidad e innovación a través de la colección de accesorios de alcoba, velas para masaje flickering touch. LELOi AB es la empresa sueca detrás de LELO, y sus oficinas se extienden de Estocolmo hasta San José y desde Sidney hasta Shanghai.

Reino Unido, mientras que es relativamente desconocida en el resto del mundo. Sus orígenes se remontan al siglo XII, cuando los pastores nórdicos y centroeuropeos se protegían sus partes íntimas con una especie de calcetín de lana. De allí, la tradición se trasladó a Inglaterra, hasta el día de hoy.

Steve Thomson, Jefe de marketing de LELO, ha dicho: "¿Por qué solo se pueden divertir los escoceses? El resto del mundo también tiene derecho a vestir de forma moderna y elegante, sin perder el humor."

Y añade: "En verdad, producirlo fue mucho más complicado de lo que parece; desde la selección de los materiales, hasta el corte final, TUX™ fue rediseñado en múltiples ocasiones. Aunque, si os fijáis, es increíble que en 2016 apenas haya habido investigación en torno a las prendas íntimas masculinas."

El hecho de que TUX™ sea un artículo único, hace más significativa la brecha que existe entre la expresión de la sensualidad femenina y la masculina. Mientras que la industria de la lencería prevé recaudar [30 mil millones de dólares en 2020](#), muchas de sus grandes marcas se resisten a operar en el mercado de la ropa íntima para hombres.

La experta en sexo y relaciones de pareja Tristan Taormino está esperanzada en que TUX™ incite a llevar más diversión a las alcobas, durante el próximo San Valentín. Y añade: "Se pone todo este énfasis en vestir a las mujeres con lencería, braguitas sexis y disfraces para seducir a sus parejas o reavivar la atracción pero, en mi opinión, esto es igualmente importante en los hombres. Las mujeres adoramos ser seducidas por nuestras parejas. Y, saber que un hombre ha hecho un esfuerzo extra para vestir sexi, es un verdadero estimulante."

Puedes obtener más información escribiéndonos a PR@LELO.COM

LELO es la marca número uno del mundo en el diseño de productos para la vida íntima. Creada en 2003, LELO es célebre por haber protagonizado una transformación radical de la manera de entender los masajeadores personales, su aspecto, su funcionamiento y las sensaciones que transmiten, y ahora aplica el mismo compromiso de calidad e innovación a través de la colección de accesorios de alcoba, velas para masaje flickering touch. LELO AB es la empresa sueca detrás de LELO, y sus oficinas se extienden de Estocolmo hasta San José y desde Sidney hasta Shanghái.

Los primeros testers de TUX™ se han mostrado entusiasmados, además de sorprendidos. Este asombro ya ha generado debate en Estados Unidos, donde varias parejas han sido entrevistadas acerca del nuevo producto de LELO y sobre la idea de vestir elegantemente el pene, como un todo.



<https://youtu.be/qHAJlqDpwI8>

“El Día de los enamorados puede convertirse en una rutina, dentro de otra rutina, para muchas personas. En LELO, sumando TUX™ a nuestros galardonados objetos de placer, queremos que la chispa se convierta en una explosión de excitación y sensualidad. Estamos convencidos de que nuestros clientes entenderán TUX™ como una herramienta para conservar las fantasías sexuales, la exploración y el humor, como elementos centrales de sus relaciones”, añadía Thomson.

TUX™ es una cómoda pieza única, ornamentada con una pequeña pajarita negra y una rosa roja. En talla única, con una confortable cinta elástica que se ajusta hacia la parte posterior del escroto, se presenta en una lujosa caja de regalo con sus instrucciones.

Hasta el 14 de febrero, TUX™ será gratuito para compras superiores a los 110 euros, y a través de un número de retailers elegidos y vía lelo.com, por el precio de 25.95 euros.

Puedes obtener más información escribiéndonos a PR@LELO.COM

LELO es la marca número uno del mundo en el diseño de productos para la vida íntima. Creada en 2003, LELO es célebre por haber protagonizado una transformación radical de la manera de entender los masajeadores personales, su aspecto, su funcionamiento y las sensaciones que transmiten, y ahora aplica el mismo compromiso de calidad e innovación a través de la colección de accesorios de alcoba, velas para masaje flickering touch. LELOi AB es la empresa sueca detrás de LELO, y sus oficinas se extienden de Estocolmo hasta San José y desde Sidney hasta Shanghái.