

Las mujeres representan el 47% de los usuarios que hacen compras online de condones en lelo.com



7 de marzo de 2017 | Madrid, España: con el Hash-Tag #BeBoldForChange (“Atrevete a cambiar”) para el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, muchas sexólogas se han hecho eco de la importancia de la adquisición de condones por parte de las mujeres.

La lucha para cambiar el estigma del uso y propiedad del condón es solo uno de muchos campos de batalla, que subyacen a la amenaza de una creciente legislación en torno a los derechos reproductivos.

LELO, los creadores de los premiados [condones HEX™](#), acaban de revelar que las mujeres representan casi la mitad de las compras online de estos preservativos. Los datos muestran que ya ha habido un cambio acentuado en el comportamiento de las mujeres hacia la adquisición de condones.

En el reciente sondeo que ha llevado a cabo LELO solo el 14% de los encuestados decían no tener ningún tipo de problema a la hora de comprar condones en un establecimiento. En contra de lo que se pueda suponer, el estudio mercado indica que las mujeres representan el 40% del total de las compras de preservativos, online y en

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 y la salud sexual. 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. [LELOi AB](#) es la empresa sueca detrás de LELO, y sus oficinas se extienden de Estocolmo hasta San José y desde Sidney hasta Shanghái.

tiendas físicas. Y, específicamente, en lelo.com [más del 47% de las compras de condones HEX™ son realizadas por mujeres.](#)

Teniendo en cuenta el hecho de que el 28% de TODAS las mujeres (no solo las solteras) usan condones habitualmente, se hace evidente que coinciden necesidad y deseo por el producto.

Parece que definitivamente el estigma se está revirtiendo, pero aún queda camino por recorrer.

El estudio realizado por OnePoll y LELO también mostró que es casi la misma cantidad de mujeres la que va provista de condones cuando sale por la noche (6%) que la que lleva cepillo de dientes (4%).

En un renovado esfuerzo por combatir la dicotomía entre el deseo de usarlos y el estigma de llevarlos consigo, distintas personalidades están incidiendo en este apartado. Por ejemplo Cindy Gallop, de [MakeLoveNotPorn](#), ha dicho:

“Queremos terminar con el doble rasero por el que se considera putas a las mujeres que llevan condones. Nosotras queremos llevar y usar condones, y que sea visto como una medalla de honor y valor para mujeres (y hombres), porque viene a decir: Soy buena en la cama en la forma en que realmente cuenta.”

Y, con respecto a HEX, añade: “yo siempre llevo los condones más innovadores que se puedan comprar, porque eso es #condomhotness (lujuria por el condón) de verdad.”

La [Dra. Zhana Vrangalova](#) comparte este potente y empoderado sentimiento:

“Por primera vez en la historia de la humanidad, las mujeres se pueden dar el lujo del sexo casual sin tener que lidiar con consecuencias indeseadas para su salud. Probablemente, la herramienta más poderosa que la mujer tiene para proteger su salud sexual y reproductiva es el condón. Y nuestra salud es demasiado importante como para dejarla en manos de nuestra pareja o parejas: debemos responsabilizarnos y llevar e insistir en usar condones siempre.”

El Día Internacional de la Mujer no es solo una celebración de las mujeres, sino un reconocimiento de los desafíos a los que actualmente se están haciendo frente, y a los que vendrán. En este sentido, LELO –con sus revolucionarios condones HEX™– continúa apoyando el avance en los derechos sexuales de todas las mujeres.

Steve Thomson, jefe de marketing global de LELO, ha dicho:

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 y la salud sexual. 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. [LELOi AB](#) es la empresa sueca detrás de LELO, y sus oficinas se extienden de Estocolmo hasta San José y desde Sidney hasta Shanghái.

“Es casi vergonzoso que debamos sentir como necesaria la politización de los condones. En un mundo ideal, un condón serviría para mejorar el sexo seguro de manera discreta. Pero el mundo está muy lejos de ser ideal. Con el lanzamiento de HEX™, que acompaña la herencia de LELO (en diseños de [juguetes para mujeres](#) que ofrecen una verdadera liberación sexual), esperamos mostrar que hay un sentido de empoderamiento en la protección activa y deliberada que supone elegir llevar y usar un condón.”

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 y la salud sexual. 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. [LELOi AB](#) es la empresa sueca detrás de LELO, y sus oficinas se extienden de Estocolmo hasta San José y desde Sidney hasta Shanghái.