The Sensual Tea®

La alternativa natural que SÍ funciona

PUBLICACIÓN: PODER Y NEGOCIOS
FECHA: ENERO 2007

SENSUAL TEA

Un té que seduce

NO ES UN MEDICAMENTO, pero este producto ya vende el equivalente a más de cinco por ciento del volumen que la lucrativa industria de tratamiento de la disfunción eréctil coloca en el país. Se trata de Sensual Tea, un té consistente en una mezcla de hierbas y raíces orientales, incluida la de ginseng, comercializado por la empresa Herbamédica como un vigorizante sexual con varios beneficios –incluido el efecto generado por productos como Viagra, Cialis y Levitra–, y que prolonga el desempeño y el placer durante el sexo, tanto para hombres como mujeres.

Leónides Guadarrama, director general de Herbamédica, asegura que la firma ha duplicado su volumen de ventas con respecto al año pasado, alcanzando entre 70,000 y 80,000 piezas mensuales, lo que representa unas 840,000 unidades anuales. Según la consultora especializada en la industria médica, IMS Health, entre octubre de 2005 y septiembre de 2006, el volumen de la industria de medicamentos que tratan la disfunción eréctil fue de 11.1 millones de tabletas, repartido entre Pfizer, Lilly-Icos y Bayer.

El directivo, cineasta de profesión, quien tuvo la idea, a partir de su interés en el uso tradicional de plantas medicinales, de traer a México este remedio herbolario que se usa en China desde hace varias generaciones para "vestirlo y darle una personalidad" –o sea, para hacerlo una marca–, afirma que no intenta competir con las grandes farmacéuticas.

La empresa, fundada hace dos años, pretende seducir aún más consumidores en 2007: entrará a Europa y lanzará una presentación en tabletas. Las puertas de entrada al Viejo Mundo serán Italia y España. En este último país su plan es distribuirlo en la cadena de tiendas departamentales, El Corte Inglés, en sociedad con un comercializador europeo.

El lanzamiento en presentación de pastillas responde a razones comerciales y de conveniencia: según la Asociación Mexicana de Salud Sexual, 60 por ciento de estos productos se utilizan fuera del matrimonio, explica Guadarrama. De ser cierto, la nueva presentación ampliará su base de consumidores. La empresa también trabaja en nuevos productos como ansiolíticos, y para combatir el insomnio, dolores reumáticos, la adicción al tabaco y el estrés.