



PRESERVATIVOS PRUDENCE CONQUISTA LIDERANÇA HISTÓRICA NO PEQUENO VAREJO

Empresa desbancou marca que ocupava o posto há três anos

A DKT do Brasil, detentora da marca de preservativos Prudence, atinge um momento inédito e muito importante em sua história. Pela primeira vez, a companhia chega à liderança em vendas nacionais no segmento de pequeno varejo alimentar, desbancando a principal concorrente que ocupava o primeiro lugar nos últimos três anos da pesquisa.

Os estudos foram realizados pela consultoria Nielsen em parceria com a Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD) em cerca de 60 mil pequenos supermercados e 360 mil varejos tradicionais.

De acordo com a gerente de marketing da DKT do Brasil, Denise Santos, o reconhecimento se deve a um trabalho contínuo: “Esse momento reflete todos os esforços voltados ao longo dos anos em prol da disseminação da marca Prudence, os trabalhos sociais que a empresa apoia e a ampliação do portfólio de produtos. Além disso, a Prudence é conhecida no mercado por ouvir seus consumidores, mantendo um diálogo aberto, seja através das redes sociais ou de ações como os ‘Testadores de Camisinha’, em que as avaliações e opiniões dos consumidores são levadas em consideração no desenvolvimento de novos produtos”, define.

Atualmente a DKT do Brasil / Prudence é líder no segmento de camisinhas com sabor e aroma, contando com 35% de participação. Este nicho foi criado pela própria empresa, em 1999, com o lançamento dos primeiros preservativos coloridos e aromatizados. Em 2010, a empresa inovou mais uma vez ao adicionar sabor e lançar a linha Prudence Cores&Sabores, segmento que representa atualmente 26% do total de preservativos vendidos no país. “É um número bastante considerável e que tende a continuar crescendo. Lançamos a primeira linha de camisinhas com sabor, cor e aroma (Prudence Cores&Sabores) e o único preservativo do mercado com sabor de caipirinha, que já é um sucesso de vendas, pois vendeu nos primeiros 10 dias a quantidade programada para três meses”, complementa a executiva.



SOBRE A DKT

Fundada em 1984 por Philip D. Harvey, a DKT International é uma entidade especializada na implantação de programas de planejamento familiar e prevenção de DSTs e AIDS ao redor do mundo. Mantém 22 programas de marketing social em 20 países - Brasil, China, Egito, Etiópia, Filipinas, Ghana, Índia, Indonésia, Irã, México, Mianmar, Moçambique, Nigéria, Paquistão, República Democrática do Congo, Sudão, Tailândia, Tanzânia, Turquia e Vietnã, sendo que Índia e China possuem dois projetos.

A DKT do Brasil, instalada no país em 1990, é detentora da marca Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas, géis lubrificantes e estimuladores do mercado, além da unidade de negócio voltada pra saúde da mulher. Seguindo as diretrizes da matriz, a filial brasileira apoia diversas ONGs (Organizações Não Governamentais) realizando trabalhos de conscientização sobre a importância do uso do preservativo em todas as relações sexuais.

SD&PRESS CONSULTORIA

(11) 3876-4070; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com/sdpress

PAULA BALDUINO paula.balduino@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

NOVEMBRO, 2014
