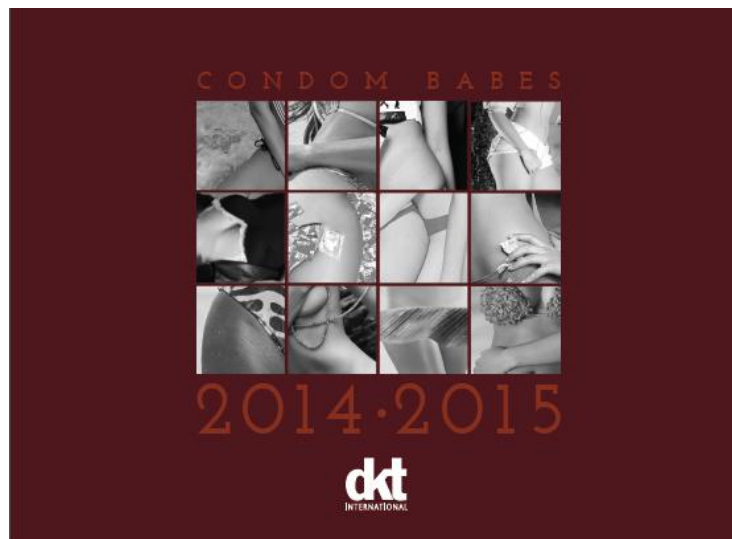


***DKT DO BRASIL LANÇA CALENDÁRIO GLOBAL  
'CONDOM BABES', EXPLORANDO A SENSUALIDADE E AS  
CARACTERÍSTICAS ÉTNICAS DE 11 PAÍSES DIFERENTES  
ONDE A EMPRESA ESTÁ PRESENTE***



*Iniciativa pioneira da unidade brasileira tem como objetivo reforçar a importância do trabalho social realizado pela DKT International, atuante em 19 países em desenvolvimento*

Imagine viajar ao redor do mundo ao lado de mulheres incríveis. Isso é o que propõe a DKT do Brasil, detentora da marca de preservativos Prudence, que acaba de lançar um calendário global sensual. O material traz em suas páginas lindas modelos, batizadas de **Condom Babes**, de 11 dos 19 países onde a DKT International atua.

O calendário mostra todo o charme e a sensualidade de cada região, ilustrando também a presença da entidade nas localidades, reforçando a importância dos trabalhos de prevenção defendidos pelo marketing social



executado pela DKT. Vale lembrar que a empresa é uma das maiores fornecedoras privadas de produtos e serviços em saúde reprodutiva e planejamento familiar para países em desenvolvimento e que atendeu, só em 2013, mais de 21 milhões de casais.

O calendário, uma ação pioneira da unidade brasileira, vai percorrer o mundo todo com informações personalizadas de cada uma das localidades onde serão distribuídos. São elas: Filipinas, Brasil, Tailândia, Moçambique, Estados Unidos, Gana, China, México, Tanzânia, Vietnã e Indonésia.

As fotos utilizadas focam na sensualidade e beleza que cada mulher traz, destacando um pouco de sua cultura. As modelos foram escolhidas pelos representantes da DKT em cada país, tendo, inclusive, a participação da Miss Tanzânia 2011, Nelly Kamwelu.

“O propósito do calendário foi produzir um material inédito com modelos incríveis e sensuais, como uma forma inusitada de fomentar a discussão sobre a importância do uso do preservativo, bandeira promovida pela DKT em todos os países presentes na publicação”, comenta Denise Santos gerente de marketing da Dkt do Brasil.

O calendário Condom Babes é válido para o período de julho de 2014 a junho de 2015 e conta com as versões digital, de parede e de mesa. Para fazer o download da versão digital acesse o link <http://www.dktcondombabes.com.br/wallpapersbrasil> .

## **MARKETING SOCIAL**

A DKT do Brasil atua no país desde 1990, desenvolvendo um trabalho de conscientização sobre o uso do preservativo em todas as relações sexuais. Atualmente, possui a maior linha de preservativos, géis, lubrificantes e brinquedos eróticos do país. Quando a DKT do Brasil foi instituída, em 1990, o mercado nacional de preservativos masculinos era inferior a 50 milhões/ ano. Em 2006, o setor cresceu para 500 milhões de camisinhas, com mais de 230 milhões fornecidas pelo governo.



Nacionalmente, a entidade realiza parcerias e doações para organizações não governamentais, com foco na conscientização e incentivo à prática do sexo seguro, bem como a venda com valor simbólico ao consumidor.

A DKT International mantém, ao todo, 21 programas de marketing social em 19 países, que juntos abrigam mais de 50% da população mundial. Só em 2013 mais de 21 milhões de casais foram atingidos pelas ações da entidade, que preveniu 8,3 milhões de gestações indesejadas, mais de 12 mil mortes maternas e 1,8 milhão de abortos, através do fornecimento de mais de 548 milhões de preservativos, 72 milhões de cartelas de pílulas anticoncepcionais, 16 milhões de contraceptivos injetáveis e 1,8 milhão de DIUs.

## ***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 21 programas de marketing social em 19 países - Brasil, China, Egito, Etiópia, Filipinas, Ghana, Índia, Indonésia, México, Mianmar, Moçambique, Nigéria, Paquistão, República Democrática do Congo, 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) 3759-1333; [www.sdpress.com.br](http://www.sdpress.com.br); @sdpress; facebook.com/sdpress

---

**PAULA BALDUINO** [paula.balduino@sdpress.com.br](mailto:paula.balduino@sdpress.com.br)

---

**MARIANA LARSSON** [mariana.larsson@sdpress.com.br](mailto:mariana.larsson@sdpress.com.br)

---

**SERGIO DUARTE** [sergio.duarte@sdpress.com.br](mailto:sergio.duarte@sdpress.com.br)

---

JUNHO, 2014

---