



PRUDENCE DESENVOLVE PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COM TOM MAIOR

Parceria entre a empresa e a escola de samba vai além do patrocínio para o Carnaval e envolve diversas ações, como palestras sobre educação sexual e distribuição de preservativos

Para a Prudence, marca de preservativos da DKT do Brasil, a parceria com a Tom Maior é mais que uma ação de patrocínio para criar um desfile de Carnaval, é um ato de responsabilidade social. Da escolha do enredo ao desenvolvimento das alegorias, a empresa trabalhou para a conscientização de toda a comunidade envolvida com a escola, sobre a importância do uso de preservativos para a prevenção de DST/AIDS e gravidez indesejada.

Durante a fase de preparação para o desfile, a DKT detectou uma grande carência de informação sobre o tema e seria fundamental levá-la à população. Em parceria com o Instituto Cultural Barong, a empresa desenvolveu uma programação de palestras relacionadas à saúde sexual, além da distribuição de preservativos e o incentivo ao uso do produto.

“Foi um ano inteiro trabalhando com a comunidade do Carnaval de São Paulo, pela conscientização da importância do sexo seguro e pela criação de um desfile memorável. Foram envolvidos, além dos integrantes da Tom Maior e seus admiradores, escultores, pintores, bordadeiras, carpinteiros, vidraceiros, costureiras, figurinistas, arquitetos, coreógrafos e mais outros inúmeros artistas para a realização deste sonho. Levaremos para a avenida a mensagem do sexo seguro e prazeroso de forma lúdica, elegante e sensual”, afirma Daniel Marun, presidente da DKT do Brasil.

As campanhas de orientação sexual são realizadas junto aos trabalhadores do barracão da Tom Maior. Por meio deste trabalho, a Barong esclareceu dúvidas, orientou e até encaminhou pacientes, para tratamentos em hospitais públicos.

“O programa é composto por uma equipe que conversa com todos os integrantes da comunidade sobre sexo, entrega materiais informativos e

também distribui preservativos Prudence. Esse trabalho é muito importante, pois muitos desconheciam as doenças e como são transmitidas. Já chegamos a encaminhar pessoas para o sistema público de saúde com hepatite, por exemplo”, conta Marta McBritton, presidente da Barong.

Para Denise Santos, gerente de Marketing da Prudence, o resultado dessa parceria foi muito positivo. “A distribuição de preservativos e o acompanhamento dos voluntários da Barong foram uma excelente arma no combate às doenças e proteção contra a gravidez indesejada. Nosso compromisso vai além do patrocínio para o desfile, procuramos levar aos integrantes da escola informações essenciais sobre prevenção, pois faz parte da filosofia da empresa, e estamos muito satisfeitos com o retorno”, afirma.

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 20 programas de marketing social em 19 países - Brasil, China, Congo, Egito, Etiópia, Filipinas, Gana, Índia, Indonésia, Malásia, Marrocos, México, Moçambique, Nigéria, Paquistão, Sudão, Tailândia, Turquia e Vietnã.

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. 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; @sdpress; facebook.com/sdpress

ALLYNE DE ANTONI allyne.antonni@sdpress.com.br

LUCIANA BULGARELLI luciana.bulgarelli@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

FEVEREIRO, 2013
