****

**Prudence: La marca de preservativos #1**

**en América Latina, llega a Bolivia**

* **Prudence pertenece a DKT International, empresa social que apoya proyectos de planificación familiar y prevención de enfermedades sexuales**

**Santa Cruz de la Sierra, septiembre del 2019.-** Prudence, la marca de preservativos número uno en ventas de Brasil y América Latina, se presentó oficialmente en la 44 Feria Internacional de Santa Cruz (Expocruz) con el objetivo de posicionarse en el mercado boliviano.

Prudence forma parte del portafolio de DKT Internacional y llega al país de la mano del Grupo Hansa, no solo para satisfacer la exigente demanda que existe actualmente en el medio, sino que también tiene el objetivo de romper la rutina de los consumidores trayendo algo con aún más diversión y experiencias estimulantes, gracias a sus productos que combinan placer y protección a través de su línea de texturas, sabor, color y aromas.

Durante el evento de lanzamiento los directivos de la empresa expresaron que la marca “Prudence” no es un preservativo más de uso común, sino que tiene una historia de compromiso social con la ciudadanía a través de la red DKT Internacional, la cual está dedicada a proteger y planificar a casi un millón de parejas en el mundo. Los ejecutivos destacaron la fortaleza que tienen los preservativos “Prudence” en términos de calidad y variedad. También comentaron que se los podrá encontrar en tiendas de conveniencia y farmacias, así como también en supermercados.

El lanzamiento contó con la participación del gerente de desarrollo de nuevos negocios DKT, Paulo Caffagni, quién llegó al país exclusivamente para oficializar la penetración de la marca Prudence en Bolivia. “Este producto es el más vendido en Brasil, y sus estándares de calidad son altos. Nuestro plan es ofrecer nuestra marca para todos los bolivianos; un producto accesible, variado y muy atrevido”, comentó el ejecutivo.

El evento también contó con la presencia del gerente de división Consumo & Pharma de Hansa, Ricardo Valera y la administradora regional de Cormesa Ltda., Patricia K. de Icaza, socios estratégicos de DKT que le dieron realce al lanzamiento.

**DKT International. -** Es una organización civil fundada en 1989 y con presencia en 50 países. Se enfoca en la promoción de la planificación familiar y en la prevención de enfermedades de transmisión sexual. Empresa sin fines de lucro que promueve el uso de preservativos y anticonceptivos.

**Prudence. -** Es la marca de preservativos más vendida en América Latina. Ofrece una amplia variedad de productos de calidad producidos en sus modernas fábricas de Malasia, destinados a todo tipo de público. Llevan como lema “Más placer para todos”.

**Datos de los lanzamientos**

**Voceros:** Paulo Caffagni, gerente de desarrollo de nuevos negocios DKT

**Invitados especiales:** Ricardo Valera, gerente de división Consumo & Pharma en HANSA y Patricia K. de Icaza, administradora regional de Cormesa Ltda.

**Modelos:** Andrew Nugent, Anna Caroline Barbosa, Abraham Kouby y Talía Vargas

**Evento y PR:** Lola Group S.R.L.

**Press Contact | PRUDENCE**

Fernando Sandoval Conde

[fsandoval@lolagroup.com.bo](mailto:fsandoval@lolagroup.com.bo)

Móvil: +591 708 72611