

# ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE BIENESTAR SEXUAL EN GUAYAQUIL, FACTORES DETRÁS DE LA PENETRACIÓN DE LA MARCA DUREX

## PROBLEMA

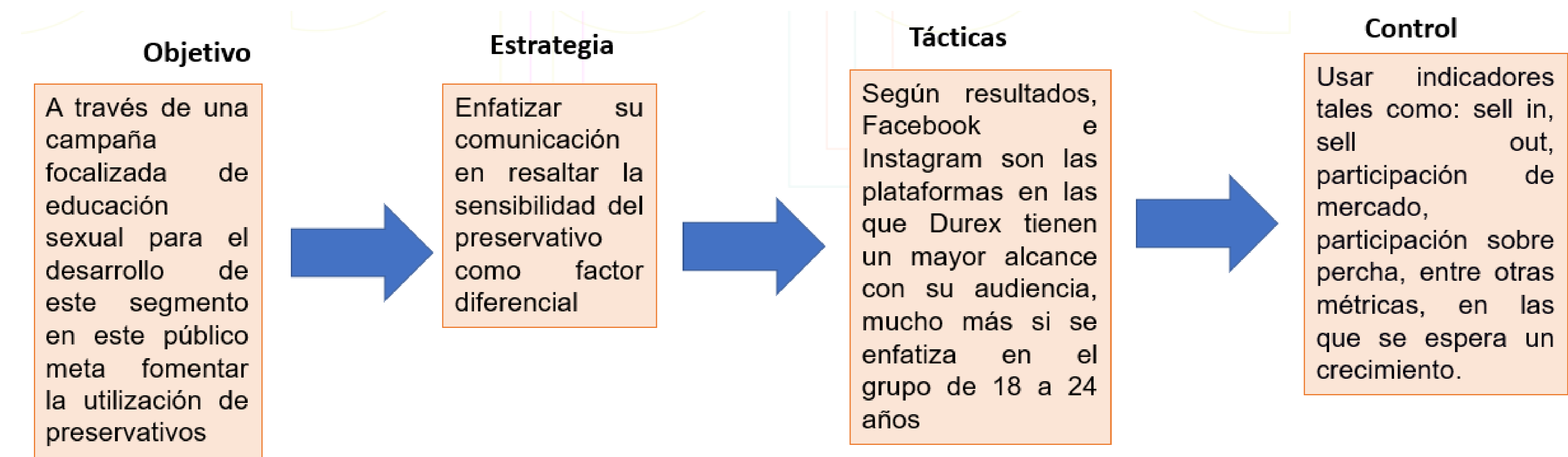
En el año 2021, Durex tuvo una participación de mercado promedio en Ecuador del 5%, muy por debajo de las marcas líderes como Five y Duo. En julio presentó su pico más alto, producto de implementar iniciativas digitales. El proyecto integrador se enfoca en realizar una investigación de mercado que permita definir lineamientos para un plan de marketing y así incrementar el porcentaje de participación de mercado de la marca Durex.

## OBJETIVO GENERAL

Desarrollar lineamientos de estrategias de mercado a través del uso y levantamiento de información que permitan la penetración de la marca Durex en la ciudad de Guayaquil.

Marca	Porcentaje de participación de mercado
Five	49%
Duo	19%
Eros	9%
Otros	6%
VIP	6%
Preventor	6%
Durex	5%

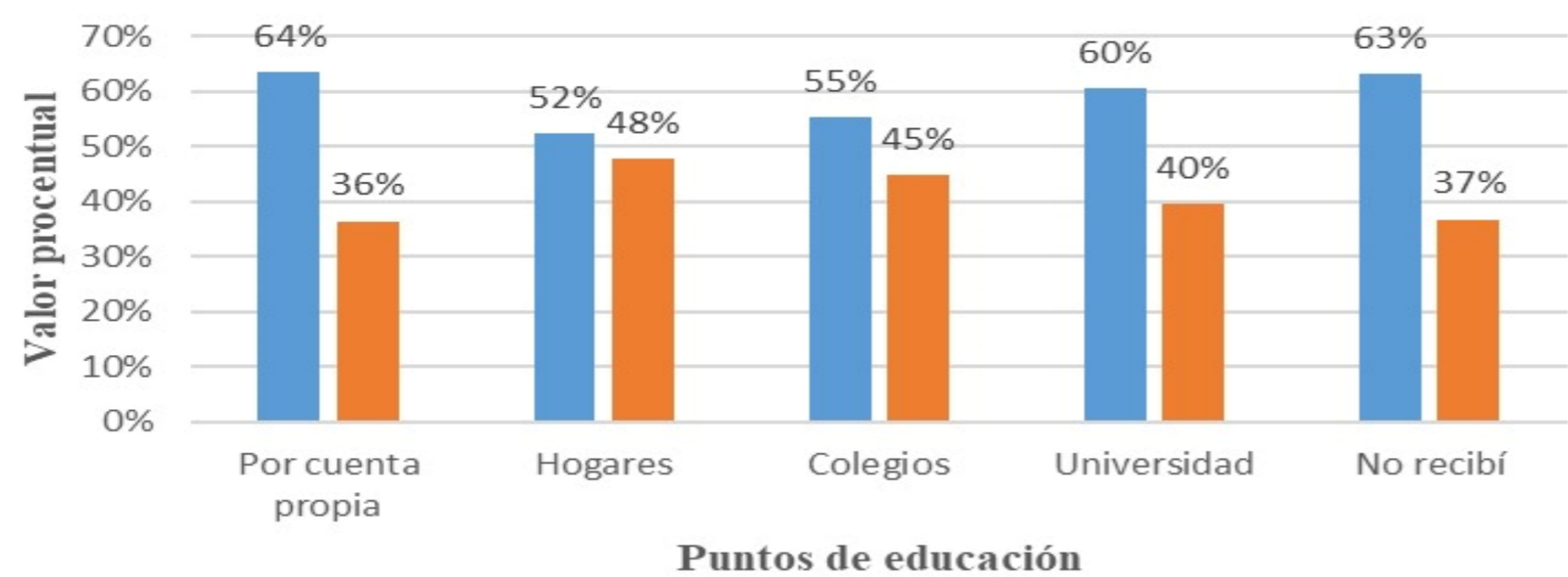
## PROPUESTA



- La propuesta de valor radica en establecer lineamientos para un proyecto de Marketing centrado en la población de jóvenes entre 18 y 24 años.
- Dado que la mayoría de encuestados fue este grupo, se puede encontrar una oportunidad en resaltar los beneficios de usar los preservativos de la marca Durex, marcando un diferencial característico en torno a la sensibilidad del mismo.

## RESULTADOS

Usa método anticonceptivo	Género				
	Femenino	Masculino	Total	Total general	
No	9434,43%	3512,45%	128	46,89%	
Si	7427,11%	7126,01%	145	53,11%	
Total general	16861,54%	10538,46%	273	100,00%	



No usan preservativo	144			
	Femenino	Masculino	Total	Total Porcentual
Razones				
Es incómodo	15	10	25	17,4%
Difícil acceso al producto	2	0	2	1,4%
Mala Experiencia	4	0	4	2,8%
Inconformidad con el precio	2	0	2	1,4%
Utiliza otro método	33	11	44	30,6%
Otro	57	20	77	53,5%
	113	41		

## CONCLUSIONES

- El 51% de las mujeres utiliza el condón como método anticonceptivo, el porcentaje restante utiliza cualquier otro método.
- Los colegios y la instrucción autodidacta son los principales medios para aprender de sexualidad. La universidad es el espacio menos común.
- Los formatos más utilizados para para adquisición de preservativos son las farmacias y supermercados.
- Durex es la tercera marca que se encuentra en la mente del consumidor al nombrar preservativos. Las marcas Five y Duo ocupan los primeros lugares.