



SABORIZADOS

María Cristina Guijarro

Brithany Pincay

Bianka Plasencia

Camila Saltos

EMILIANO NÚÑEZ

Joven universitario de 21 años.

La marca ideal es aquella que entiende este momento y actúa como un facilitador.

Vive su sexualidad con apertura mental, curiosidad y naturalidad.

Prefiere farmacias pequeñas y de autoservicio.

No es desinformado ni conservador.

Aprecia el humor inteligente basado en situaciones reales y reconocibles.

Conecta con marcas que se ríen con él, nunca de él.

Instagram es su red social principal.





ESTRATEGIA

"DUEÑO DEL MOMENTO"

La estrategia "Dueño del Momento" transforma la timidez en confianza, posicionando la compra rápida y discreta de Durex como un acto de control y seguridad personal.

ETAPA 1: DESCUBRIMIENTO

La Etapa 1 utiliza el sarcasmo inteligente y el diseño minimalista, validando la incomodidad de "dar vueltas" en la farmacia y transformándola en una decisión rápida y segura que refuerza su confianza personal.

Piezas Paradero



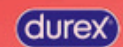
Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día. La seguridad de Durex te respalda.



Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día. La seguridad de Durex te respalda.



Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día. La seguridad de Durex te respalda.



Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día. La seguridad de Durex te respalda.



Pieza Valla



Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu
día. La seguridad de Durex te
respalda.



Pieza Valla



Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día.
La seguridad de Durex te respalda.





Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día. La seguridad de Durex te respalda.

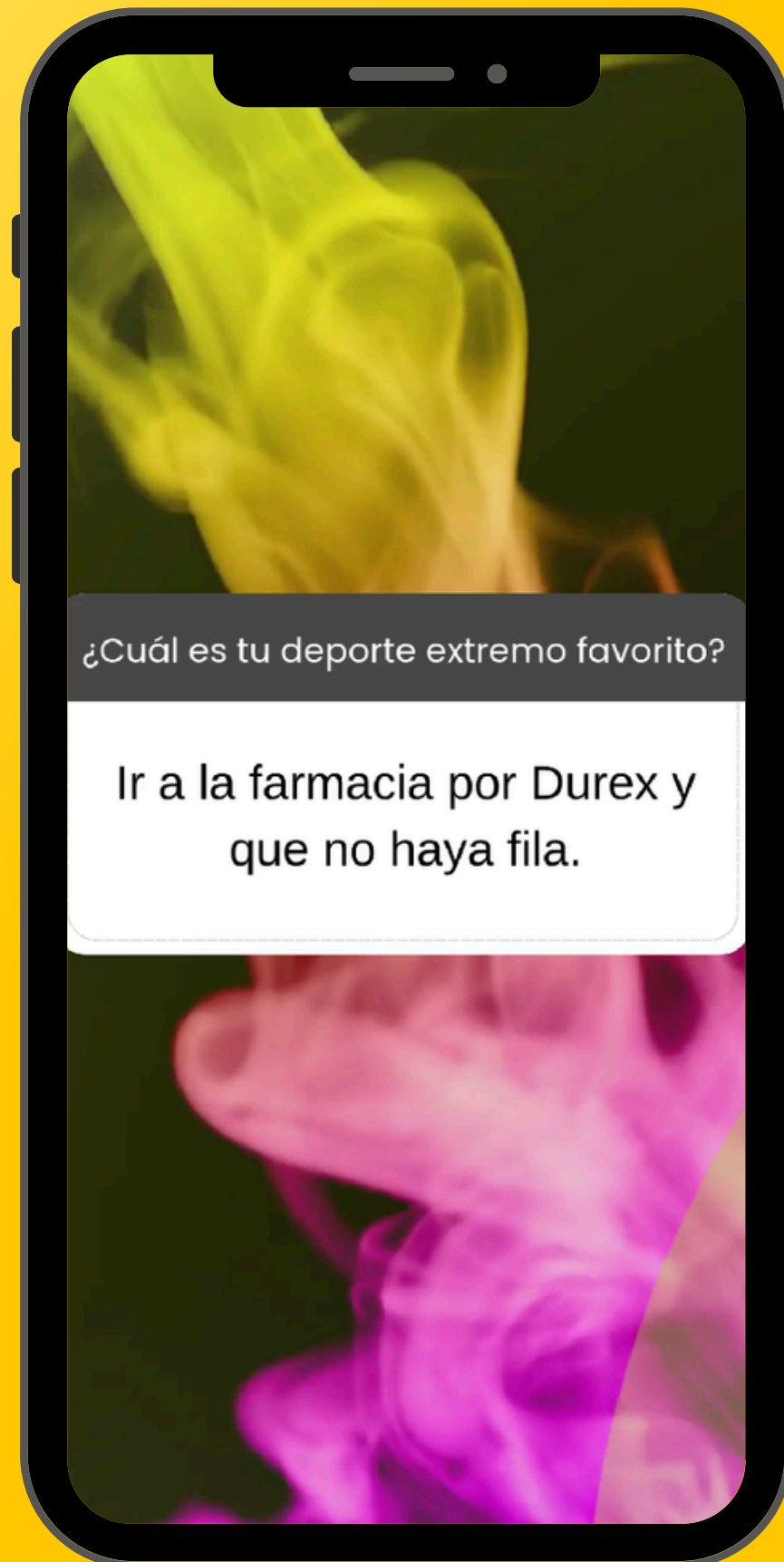


Viniste por una solución,
no por un interrogatorio.

Entra, elige y sigue con tu día.
La seguridad de Durex te respalda.



Anuncio Instagram



ETAPA 2: CAPTURA Y NUTRICIÓN

Situación Actual: La compra tradicional se siente como un interrogatorio (expuesta, incómoda, infantiliza al usuario).

Nuestra Propuesta: "Dueño del Momento".

El Cambio: Transformar la vergüenza en Autonomía.





CONFIDENCE STATION

No es un stand cerrado, es un tótem digital de autoservicio. Funciona como un espejo: el usuario se acerca, escanea el QR y toda la interacción ocurre en su zona segura: su propio teléfono. Es BTL moderno que respeta la burbuja personal.



**¿SABES CUÁL ES TU
SABOR DE HOY?**



Herramienta: Quiz interactivo
(Plataforma Interact).

Lógica: Preguntas de personalidad
Asignación de Sabor (Fresa, Manzana,
Plátano, Naranja).

Incentivo: Descubrir tu perfil





Traductor psicológico que
convierte rasgos abstractos
de personalidad en atributos
tangibles del producto.
Utilizamos la psicología del
color para anclar
visualmente emociones
primarias al empaque y
elevamos la narrativa
sensorial



ETAPA 3:

(CONVERSIÓN / OWNED MEDIA)

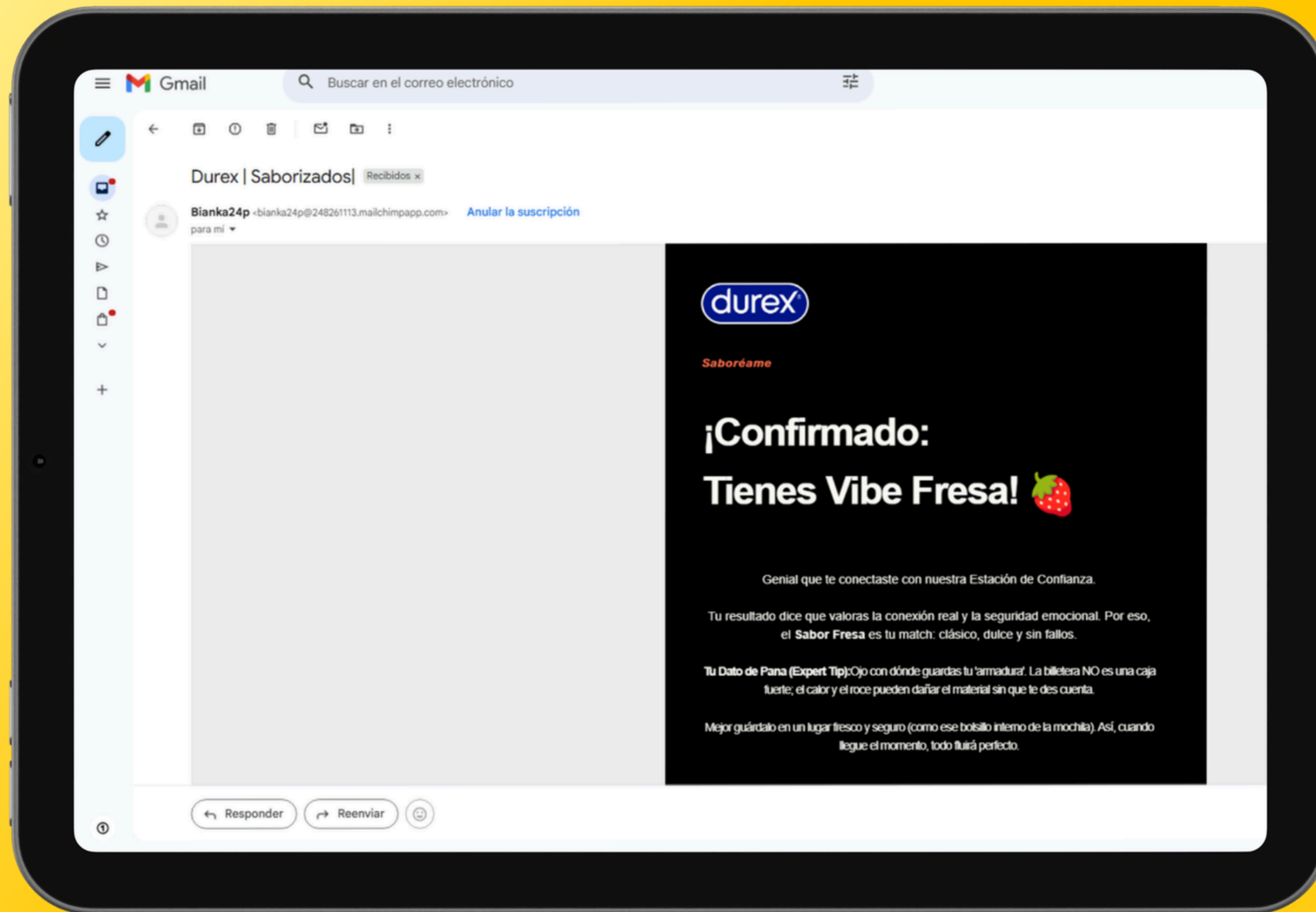
- **Canal Propio:** Email Marketing Automatizado (Mailchimp).
- **Segmentación:** Uso de Etiquetas (Tags) según el resultado del Quiz.



Validación del Vibe
(Empatía)



"Dato de Pana"
(Valor educativo).



Estás recibiendo este correo porque escaneaste el código en la

Estación de Confianza Durex

[Campaña Universitaria 2026]

[Actualizar tus preferencias](#) o [Dejar de recibir novedades](#)



DUREX “DUEÑO DEL MOMENTO”

Duración: 8 semanas (2 meses)

ETAPA 1: DESCUBRIMIENTO

Duración: Semanas 1 a 4

Canales:

MUPLs y paraderos cercanos a farmacias de barrio

Instagram Reels (Paid Media)

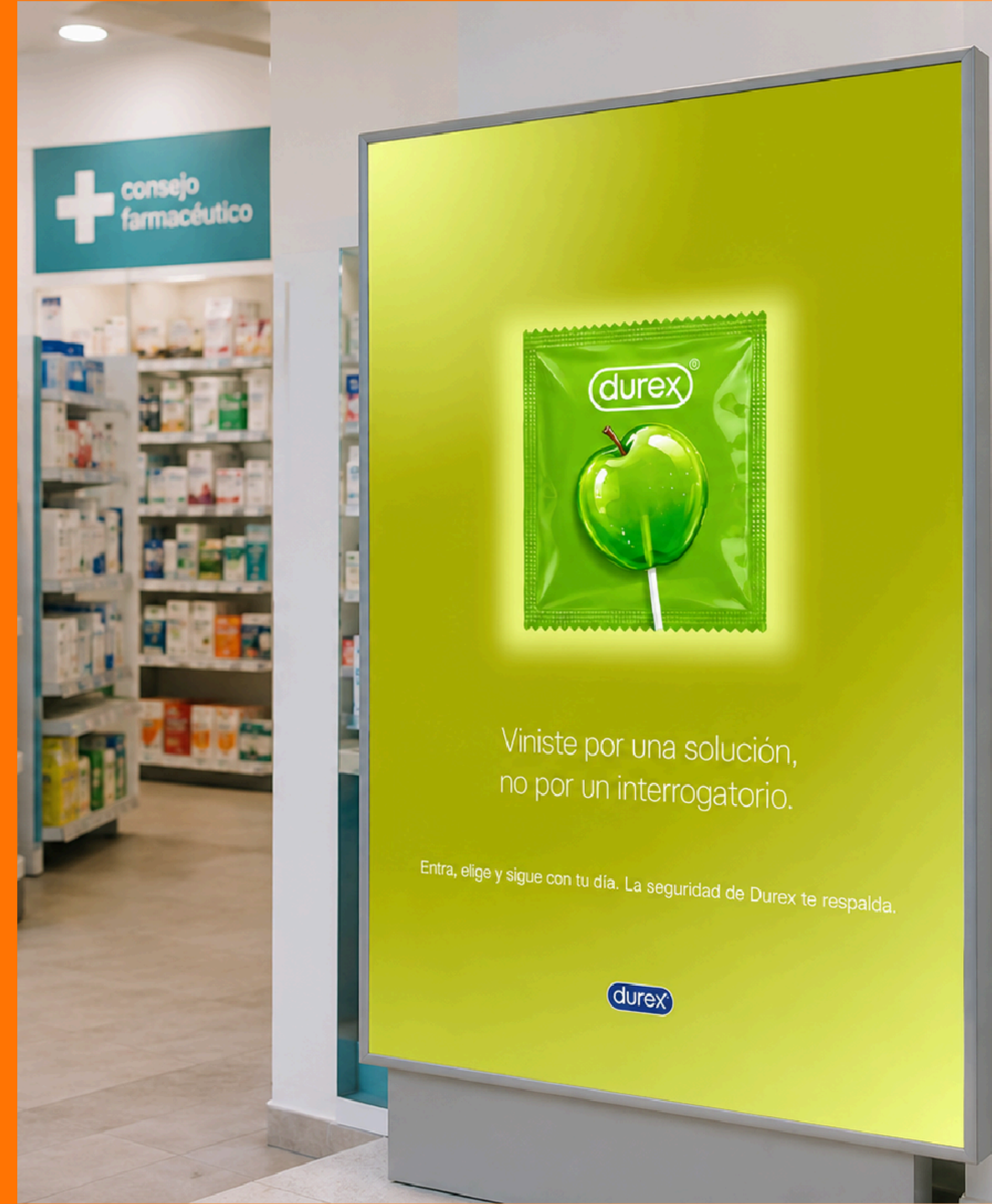


Objetivo: Transformar la ansiedad en orgullo y seguridad personal.

Métricas

- Alcance estimado: **250.000 – 350.000 impresiones**
- Ad Recall Lift esperado: **7% – 9%**
- Engagement Rate esperado: **4% – 5%**

Estos resultados validan que el mensaje fue recordado y emocionalmente relevante.



DUREX

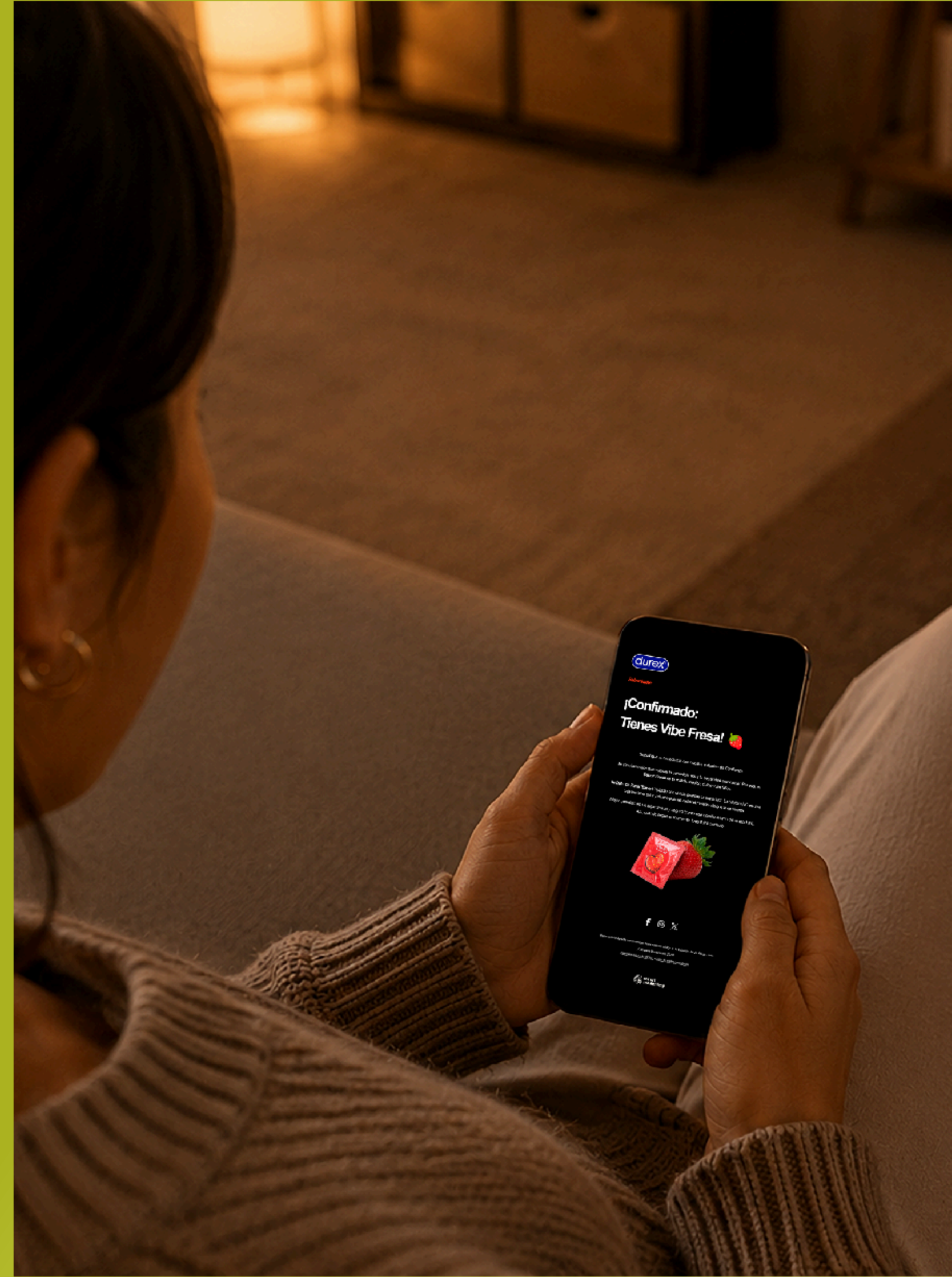
“DUEÑO DEL MOMENTO”

ETAPA 2: CAPTURA Y NUTRICIÓN

Duración: Semanas 4 a 8

Canal:

- Activación BTL: “The Confidence Station”



Objetivo: Crear un punto de contacto físico que refuerce la confianza del usuario.

La activación se instala en campus universitarios o centros comerciales estratégicos, operando entre 3 y 4 días por semana, durante 4 a 5 horas diarias.

Métricas

- Personas expuestas: 4.800 – 6.400
- QR Scan Rate: 20% – 25% (1.200 – 1.500 escaneos)
- Quiz Completion Rate: 65% – 70%
- Captación de correos: 40% – 45% (360 – 400 correos válidos)



DUREX

“DUEÑO DEL MOMENTO”

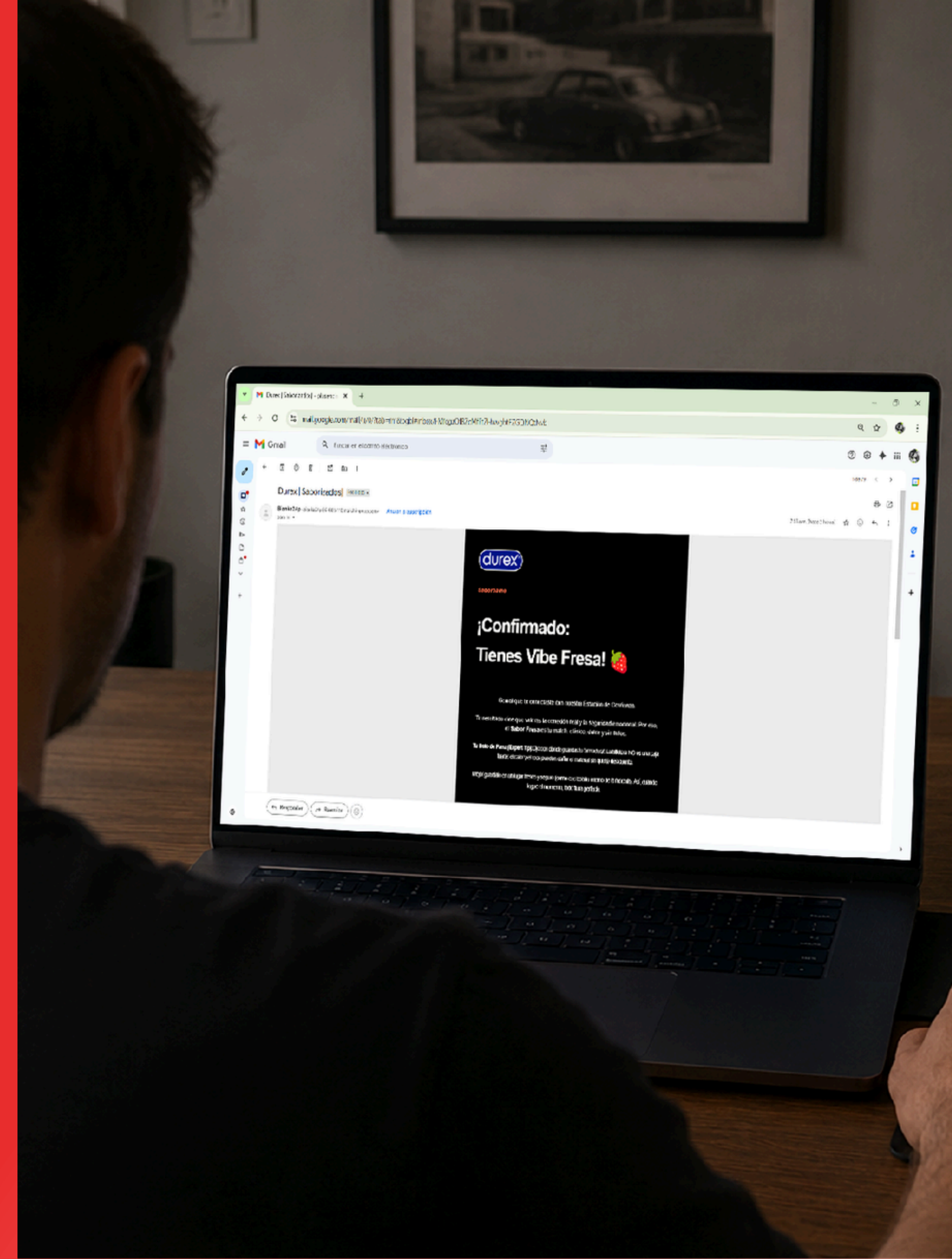
ETAPA 3: CONVERSIÓN Y EDUCACIÓN

Duración:

Secuencia automatizada de 7 días por usuario, activada inmediatamente después de retirar la muestra.

Canal:

Correo Electrónico- Secuencia automatizada de emails



Mensaje 1: "El Dato de Pana"

Timing: 1 hora después de retirar la muestra

Métricas

Open Rate: 45% – 55%

CTR (clics o interacción): 8% – 12%

	Público: Selecciona... ▼ Estado: Establecido
Activo desde 22 de enero de 2026	
Envío Correo Naranja	
Activo desde 22 de enero de 2026	
Envío Correo Manzana	
Activo desde 22 de enero de 2026	
Envío Correo Platano	
Activo desde 22 de enero de 2026	
Envío Correo Fresa	