

#TúDecidesUsaCondón, educación para concienciar a los jóvenes ante el aumento de un 26% de las ETS

El uso del preservativo se ha reducido al 75%. Los expertos alertan de la baja percepción de riesgo ante el contagio de ETS entre los jóvenes, a pesar de que su incidencia ha aumentado un 26%. Durex lanza #TúDecidesUsaCondón, una campaña de educación sexual para concienciar a los jóvenes sobre los riesgos del sexo sin protección. Llevar un condón en los festivales de música será premiado: la marca de bienestar sexual obsequiará con premios exclusivos a los asistentes más concienciados con el sexo seguro

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha alertado de la epidemia de las enfermedades de transmisión sexual (ETS) entre la población: cada día se registran más de 1 millón de nuevos casos en el mundo. En España, las ETS han aumentado considerablemente; según el Ministerio de Sanidad, entre los años 2013 y 2017 su incidencia ha ascendido un 26%. Además, según la Academia Española (EDV), la mitad de todos los casos de ETS diagnosticados en España son entre adolescentes de 15-24[ii] y se estima que una cuarta parte (25%)[iii] de los adolescentes contraerá una enfermedad de transmisión sexual antes de acabar el bachillerato.

En los últimos años, ha habido un aumento alarmante en los casos notificados de enfermedades de transmisión sexual en nuestro país[iv], incluida la gonorrea (hasta un 303%) y la clamidia (hasta un 654%). Pese a estos datos, el uso del preservativo se ha reducido ha reducido del 84% al 75% entre 2002 y 2018 según datos del Ministerio de Sanidad. Los expertos advierten de la baja percepción del riesgo a padecer este tipo de enfermedades, que pueden derivar en esterilidad, infertilidad y graves complicaciones para la salud.

Durex apuesta por educar para concienciar sobre la importancia del sexo seguro

Para concienciar de la importancia del sexo seguro y de las posibles consecuencias de no tenerlo, la marca de bienestar sexual número 1 del mundo, Durex, lanza hoy #TuDecidesUsaCondón una campaña mundial de educación sexual para informar y acabar con falsos mitos acerca de la ETS entre los jóvenes y adultos españoles.

Entre algunas de las ideas erróneas más comunes entre los jóvenes españoles figura el creer que las ETS solo pueden ser transmitidas por extraños; que éstas solo existen en ambientes vinculados a la droga y prostitución e incluso que algunas ETS comunes ya no existen. Desde Durex se ha realizado una labor divulgativa para alertar a los adolescentes españoles sobre las graves consecuencias que pueden tener las ETS y que muchos desconocen, como la infertilidad o el cáncer.

La campaña se ha lanzado para concienciar a los jóvenes en España sobre los riesgos de mantener relaciones sexuales sin protección, con la finalidad de generar un cambio de comportamiento hacia el uso del condón y dar visibilidad a las consecuencias de contraer enfermedades de transmisión; ya sean curables o para la toda la vida.

Noches memorables con música y protección para un sexo seguro

Para fomentar un comportamiento sexual seguro, Durex recompensará a los asistentes a los principales festivales de España que lleven un condón con ellos al festival, con beneficios que van desde encuentros con sus artistas favoritos a accesos VIP y mucho más.

La marca lanza ocho anuncios donde se relatan historias sobre una noche, creíbles, que conectan con la gran mayoría de los jóvenes.

Los anuncios se pueden ver a través del canal de Youtube de la marca: <https://youtu.be/9nAY37US2NQ> , <https://youtu.be/oPUweCxUJds>

El objetivo de estos anuncios es animar a los jóvenes a recordar sus noches por los buenos motivos: por lo bien que se lo pasaron y no por haber contraído la enfermedad de transmisión sexual que cambie su vida para siempre, algo tan fácilmente evitable con el uso de un preservativo. Empoderando a los jóvenes a tomar control sobre sus propias decisiones. Durex apoya esta campaña con una nueva plataforma online que proporciona información vital sobre las ETS : www.durex.es/ets.

Domenika Praxmarer, Directora de Marketing de Durex en RB Health, explica el objetivo de esta campaña de concienciación: "Nuestra misión es fomentar el buen sexo y éste solo se puede dar cuando es seguro. Queremos concienciar sobre el riesgo de las ETS y crear un espacio donde los jóvenes adultos se sientan cómodos para hacer preguntas y puedan resolver todas sus dudas. Los animamos a tener una noche inolvidable por los recuerdos memorables, y siempre teniendo en cuenta protección durante sus relaciones sexuales. Es importante fomentar la educación y concienciación entre los jóvenes y creemos que esta campaña es un paso en la dirección correcta para cambiar esas ideas erróneas que se suelen vincular al sexo"

Durante el verano, Durex formará parte de los festivales más populares del país y ofrecerá a sus consumidores la oportunidad de ganar entradas, incluso estando ya agotadas, a través de promociones en sus packs de preservativos. De esta forma la marca proporciona todas las "herramientas" para que una persona recuerde su noche por los buenos motivos.

Los fans podrán aplicar para ganar entradas exclusivas para Sónar Festival y Arenal Sound en www.durex.es/music.

[ii] <https://aedv.es/wp-content/uploads/2016/08/NPDiaMundialJuventud.pdf>

[iii] <https://aedv.es/wp-content/uploads/2016/08/NPDiaMundialJuventud.pdf>

[iv] Centro Nacional de Epidemiología. CIBER Epidemiología y Salud Pública (CIBEREDP). Instituto de Salud Carlos III. Resultados de la Vigilancia Epidemiológica de las enfermedades transmisibles. Informe anual 2014. Madrid, 2016.

Acerca de Durex

DUREX® es la marca #1 de bienestar sexual a nivel mundial. Esta marca no sólo produce preservativos que superan los estándares de tests globales; sino que también ofrece geles de placer, lubricantes y geles de masaje personal. Con más de 80 años de experiencia, DUREX inspira los amantes a amar el sexo seguro. Esa es la razón por la que DUREX nunca parará de innovar con nuevos productos que mejoren la experiencia sexual, ayudando a parejas a estar más cerca e ir más allá juntas.

Para más información, ves a www.Durex.com

Acerca de RB

RB es una compañía líder en salud, higiene y hogares de consumidor. RB opera en más de 60 países, impulsada por un propósito de construir vidas más sanas y hogares más felices. Desde las bases de bienestar y nutrición infantil, hasta los fundamentos de un hogar higiénico, las marcas globales ayudan a la población a vivir vidas más sanas y más felices. RB tiene marcas líderes que incluyen nombres como ENFAMIL, NUTRAMIGEN, NUROFEN, STREPSILS, GAVISCON, MUCINEZ, DUREX, SCHOLL, CLEARASIL, LYSOL, DETTOL, VEET, HARPIC, CILLIT BANG, MORTEIN, FINISH, VANISH, CALGON, WOOLITE y AIR WICK. La cultura única de RB se encuentra en el centro de su éxito. Su enfoque al logro, su pasión por la superación y su compromiso hacia la excelencia científica y de calidad se ven reflejados en el trabajo de sus más de 40.000 empleados a nivel mundial.

Para más información, contactar con:

Departamento de Prensa:

Havas PR: 934342050/695877764

Alba Buendía: alba.buendia@havas.com/

Astrid Monells: Astrid.monells@havas.com

Datos de contacto:

Alba Buendia

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Industria Farmacéutica](#) [Educación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>