

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. METODOLOGÍA	8
2.1. Diseño de los grupos de discusión	11
2.2. Carencias y limitaciones teóricas y prácticas de la investigación:	19
3. FASE CUANTITATIVA	22
4. TEST DE ACEPTACIÓN	28
4.1. ¿Quién?	28
4.1.1. Resultados entre el público destinatario de la intervención.	28
4.1.2. Públicos emergentes tras el desarrollo de la investigación.	30
4.2. ¿Cómo y por qué? Posicionamiento y concepto.	31
4.2.1. Motivación para el uso de métodos de barrera en general y del PF en particular.	31
4.2.2. Primer acercamiento visual al producto. Sensaciones Previas	37
4.2.3. La prueba del producto.	43
4.2.4. Contexto de uso y negociación.....	67
5. VALORACIÓN DE LA INTERVENCIÓN.	78
5.1. Planificación y desarrollo de la intervención	78
5.2. Lemas.....	86
5.3. Dibujos.....	88
5.4. Folletos y presentación.....	89
6. ENSEÑANZAS DERIVADAS DE LA INVESTIGACIÓN QUE PUEDEN GUIAR EL PLANTEAMIENTO Y LA ORIENTACIÓN DE POSIBLES ACCIONES FUTURAS DE PROMOCIÓN DEL PF	94
7. INFORME EJECUTIVO.	104
7.1. Introducción	104
7.1.1. Planteamiento de la campaña de difusión del PF.....	105
7.1.2. Planteamiento de la investigación.	105
7.2. Metodología y diseño.....	106

7.3. Principales conclusiones.	108
7.3.1. La inhibición a la prueba.	109
7.3.2. Primeros problemas asociados a la prueba en solitario.	110
7.3.3. La prueba en el marco de la relación sexual.	111
7.3.4. La satisfacción sexual resultante.	112
7.3.5. La valoración del PF tras la prueba.	113
7.4. Recomendaciones estratégicas.	116
8. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.	118