**Evaluación e impacto del lema “Y Santo Remedio”**

**ESTUDIO CUANTITATIVO**

SEPTIEMBRE 2024

**Objetivo general:**

Conocer a profundidad el consumidor de la categoría de laxantes e identificar las necesidades, expectativas y hábitos de uso de laxantes, evaluando su nivel de satisfacción con los productos actuales e identificando oportunidades que le permitan a Citromel potencializar su crecimiento

**Objetivos Específicos:**

* Entender al consumidor, sus necesidades, hábitos, momentos de consumo, preferencias de producto, razones y frecuencia de consumo.
* Identificar los motivadores (drivers) emocionales y funcionales que mueven a los consumidores de la categoría.
* Determinar el nivel de conocimiento de las marcas de la categoría y de los sustitutos usados para aliviar los malestares.
* Conocer cuáles son los grupos de consumidores de la categoría, las necesidades insatisfechas, cuáles son sus motivadores, preferencias de sabor, presentación de consumo, cuál es el modelo de adopción por cada grupo, y la vía de acceso a la categoría
* Encontrar los códigos culturales asociados a la categoría y a la marca, sus principales decodificadores, para identificar los escenarios en los cuales la marca puede actuar de manera idónea.
* Encontrar Insights de la categoría para accionarlos en la comunicación.
* Entender que busca el consumidor en un producto como los laxantes, cual es el disparador de compra, el lugar y la frecuencia de compra, encontrar los principales influenciadores en la categoría.
* Determinar qué es lo que más valora el consumidor cuando va a comprar un producto “Laxante” y así evaluar si la marca lo puede aprovechar en comunicación.
* Determinar las expectativas frente al tiempo en que hacen efecto los laxantes, las características asociadas a efectividad y el precio que están dispuestos a pagar

**Inicio**

**Parte 1.**

1. ¿Cuál es su ciudad de residencia?

* Barranquilla
* Bogotá D.C.
* Cali
* Medellín
* Otra, ¿Cúal?

1. Indica cómo te identificas:

* Hombre
* Mujer
* Otro

1. De acuerdo con lo que indica el recibo de servicios públicos, ¿A qué estrato socioeconómico corresponde tu hogar?

* 1
* 2
* 3
* 4
* 5
* 6

1. ¿En qué rango de edad te encuentras?

* 18-24 años
* 25-35 años
* 36-40 años
* 41-55 años
* 56-60 años
* Mayor de 60 años

**Parte 2.**

**Parte 3.**

1. En los últimos 3 meses cuales de los siguientes productos has utilizado, Si no contesta laxantes termina
   1. Antigripales
   2. Analgésicos
   3. Laxantes
   4. Productos para la tos
   5. Antiácidos
2. Has sufrido de alguno de estos malestares estomacales? Pregunta control. Si no contesta estreñimiento termina
   1. Indigestión
   2. Pesadez
   3. Estreñimiento
   4. Gases
   5. Diarrea
   6. Acidez
   7. Cólico estomacal /retorcijón
3. Condicionada a quien mencionó estreñimiento, con que frecuencia aparecen los síntomas del estreñimiento?
   1. Diario
   2. Más de una vez por semana
   3. Una vez por semana
   4. Cada 15 días aproximadamente
   5. Una vez por mes
   6. Otra frecuencia, cuál?
4. Que otros síntomas o malestares están asociados al estreñimiento:
   1. Dolor de cabeza
   2. Inflamación (abdomen distendido)
   3. Llenura
   4. Dolor de estómago
   5. Abdomen duro
   6. Nauseas /vomito
   7. Otro, cual?
5. Cuando siente estreñimiento que sensaciones o emociones se generan?:
   1. Dolor
   2. Rabia
   3. Tristeza
   4. Impaciencia
   5. Frustración
   6. Tensión
   7. Angustia
   8. Impotencia
   9. Incertidumbre
   10. Otro, cuál?
6. Condicionada a quienes manifiestan consumir laxantes ¿Qué marca de laxantes conoces o has oído nombrar? TOM
7. Recuerda publicidad de los productos laxantes?
   1. Si
   2. No
8. De que marca recuerda esa publicidad RA
9. Condicionada a quienes manifiestan consumir laxantes ¿Qué marca de laxantes conoces o has oído nombrar? Ayudado con logos, validar con el cliente las marcas
   1. Dulcolax
   2. Magnesia
   3. Ciruelax
   4. Travad
   5. Citromel
   6. Metamucil
   7. Peg
   8. Evalax
10. Que producto laxante consumes actualmente?
    1. Dulcolax
    2. Magnesia
    3. Ciruelax
    4. Travad
    5. Citromel
    6. Metamucil
    7. Peg
    8. Evalax
11. ¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con el producto que actualmente consumes en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho?
12. La próxima vez que vayas a comprar un producto laxante cual piensas comprar?
    1. Dulcolax
    2. Magnesia
    3. Ciruelax
    4. Travad
    5. Citromel
    6. Metamucil
    7. Peg
    8. Evalax
13. Condicionada a quienes manifiestan consumir laxantes ¿Con que frecuencia utilizas laxantes?

* A diario
* Varias veces a la semana
* Una vez a la semana
* Una vez al mes
* Cada 3 meses
* Solo en situaciones puntuales

1. ¿En qué momento del día prefieres tomar laxantes?

* Por la mañana
* A mediodía
* Por la tarde
* Por la noche
* No tengo un horario especifico

1. **¿Qué desencadena el consumo de laxantes?** (Puedes elegir más de una opción)
   1. Después de una comida pesada
   2. Cuando tengo problemas digestivos
   3. Como parte de una rutina de limpieza
   4. Cuando pasa un tiempo sin poder ir al baño
   5. Después de consumo de ciertos alimentos
   6. Para mantener el peso
   7. Por prescripción médica
   8. Otros (por favor especifica)
2. **Condicionada a quien manifiesta un tiempo sin poder ir al baño, cuanto tiempo sin ir al baño desencadena el consumo de un laxante?**
   1. **Un día, dos días**
   2. **Entre tres días y una semana**
   3. **Mas de una semana**
   4. **Otro, cual?**
3. Que Emociones o sensaciones están asociadas al consumo de laxantes?: (seleccione las 3 en orden de imp)
4. Felicidad
5. Tranquilidad
6. Inseguridad ( si las emociones son positivas, no debería ser seguridad?)
7. Alivio
8. Confianza en el producto
9. Descanso
10. Efectividad
11. Limpieza
12. Relajante
13. Calma
14. Bienestar
15. Equilibrio
16. Otros (especifica)
17. Que sensaciones físicas o efectos negativos produce el consumo de laxantes?
    1. Cólicos
    2. Gases/ Flatulencia
    3. Retorcijones
    4. Diarrea
    5. Mal sabor
    6. Nauseas
    7. Otro, cuál?
18. ¿**Qué presentación prefieres** para el producto laxante que consumes?
19. Liquido / jarabe
20. Tabletas
21. Polvos disueltos en agua
22. Gomas masticables
23. Supositorios
24. Té
25. Otro, ¿Cuál?
26. ¿ Cuál es la principal razón por la que consumes laxantes?

* Estreñimiento crónico
* Estreñimiento ocasional
* Preparación para un procedimiento medico
* Para mantener mi peso
* Estreñimiento por mala alimentación
* Estreñimiento por falta de ejercicio /falta de agua
* Enfermedad congénita (familiares con estreñimiento)
* Estreñimiento ocasional desencadenado por situaciones puntuales (estrés, viajes, cambio de dieta etc.)
* Para mantener una digestión regular
* Otro, ¿Cuál?

1. ¿ Qué características valoras más en un laxante ( se repite con la pregunta 23. Dejar esta que la complemente con otras características que estaban en la pregunta 23)

* Efectividad (alivio después de tomarlo)
* Rapidez (alivio rápido)
* Facilidad de consumo
* Sabor agradable
* Precio accesible
* Ingredientes naturales
* Suavidad del efecto
* Marca reconocida
* Otro, cual?

1. ¿Has utilizado algún sustituto para aliviar el estreñimiento, además de laxantes?

* Si, cambios en la dieta
* Té verde
* Alimentos cómo apio, ciruela, salvado, linaza
* Si, remedios naturales, cuáles?
* Si, ejercicio físico
* Si, aguas de hierbas, Cuáles?
* Lavados naturales como rutina
* No, solo utilizo laxantes
* Otro, cuál?

1. ¿Cómo llegaste al producto que consumes actualmente?
   1. Me lo formuló el médico
   2. Me lo recomendó el dependiente de la droguería
   3. Por recomendación de amigos y /o familiares
   4. Vi la publicidad y me invito a probarlo
   5. Otra, cual
2. ¿ Cómo sueles adquirir los laxantes?

* Los compro en farmacias
* Los compro en supermercados
* Los compro en tienda online
* Me lo suministra la EPS
* Otra, ¿Cuál?

1. ¿Prefieres comprar de manera
   1. Virtual. Por qué?
   2. Presencial. Por qué?
2. ¿Qué necesidades crees que no están siendo cubiertas por los laxantes actuales?

* Mayor rapidez en el efecto
* Sabor más agradable
* Precio más bajo
* Mas opciones en las presentaciones
* Productos con muchos efectos secundarios
* Productos químicos, quisiera naturales

1. ¿Qué suele impulsarte a comprar un laxante?

* Recomendación médica
* Publicidad vista en medios
* Precio
* Marca
* Ingredientes
* Tipo de presentación
* Recomendación de un amigo o familiar
* Descuentos o promociones

1. ¿Cuál es el tiempo ideal que debe tardar un laxante en hacer efecto?

* Menos de una hora
* Entre 1 y 3 horas
* Entre 3 y 6 horas
* Mas de 6 horas
* Otro, cuál

1. ¿ Cuánto estarías dispuesto a pagar por un laxante que consideres efectivo y de buena calidad? Barra de desplazamiento con valores, definir rango de precio con el cliente

* Entre 10.000 a 20.000 ( aquí entran la leche Magnesia)
* 20.000 a 30.000 ( aquí esta nuestra marca CITROMEL y nuestro competidor directo TRAVAD)
* 30.000 a 50.000
* 50,000 a 70,000
* Mas de 70.000 ( aquí por ejemplo entran todas las referencias en Polvo como : PEG/ Evalax)

1. ¿Has escuchado hablar de la marca Citromel antes de esta encuesta?

* Sí
* No

1. ¿Qué piensas cuando escuchas el nombre Citromel? RA
2. Si has usado Citromel, ¿cómo calificarías su efectividad en una escala de 1 a 5? Siendo 5 la mejor
3. En una escala de 1 a 5 , siendo 5 la mejor ¿Qué tan satisfecho estás con los productos de Citromel en comparación con otras marcas?
4. Condicionada a quien manifiesta usar citromel ¿Qué es lo que más valoras de Citromel como producto?

* Rapidez de acción
* Facilidad de uso
* Ingredientes naturales
* Sabor
* Precio
* Disponibilidad
* Otro, ¿Cuál?

1. En una escala de 1 a 5 siendo 5 la mejor. Comparado con otros laxantes que has usado, ¿qué tan satisfecho estás con Citromel en términos de: desplegar grilla

* Precio
* Efectividad
* Rapidez de acción
* Sabor o facilidad de consumo

1. En una escala de 1 a 5 siendo 5 la mejor, ¿cómo calificarías la relación calidad-precio de Citromel en comparación con otras marcas de laxantes?
2. ¿Sabías que Citromel es un producto de la marca JGB?

* Si
* No

1. ¿Cómo afecta tu percepción de Citromel el saber que es producido por JGB?

* Mejora mucho mi percepción
* Mejora ligeramente mi percepción
* No afecta mi percepción
* Empeora ligeramente mi percepción
* Empeora mucho mi percepción

Preguntar al cliente si quiere evaluar empaque o claim

Si podriamos aprovechar para evaluar empaque actual de citromel Vs. competidores