

Análisis de la satisfacción por
el uso de productos de
protección femenina en las
consumidoras de Costa Rica.

Objetivo General de Diagnóstico

- ♣ Conocer el nivel de satisfacción de las consumidoras sobre los productos de protección femenina en Costa Rica.

Objetivo General de Solución

- ♣ Establecer una estrategia que incremente el nivel de satisfacción de las consumidoras sobre los productos de protección femenina en Costa Rica.

Objetivos Específicos de Diagnóstico

- ♣ Estudiar las necesidades y los deseos actuales de las consumidoras de productos de protección femenina.
- ♣ Determinar si las mujeres cambian sus productos de protección femenina según sus criterios y hábitos de uso.

Objetivos Específicos de Diagnóstico

- ♣ Analizar qué características o variables de los productos de protección femenina predominan en las mujeres de acuerdo con su edad.
- ♣ Conocer los aspectos que las mujeres toman en cuenta para la elección de su producto de protección femenina.

Objetivos Específicos de Solución

- ♣ Identificar métodos de información y de publicidad para dar a conocer mejor las características y beneficios de los productos de protección femenina.
- ♣ Establecer actividades que informen a las consumidoras sobre los productos de protección femenina que existen en el mercado.

Objetivos Específicos de Solución

- ♣ Proponer mejoras a los productos de toallas sanitarias, protectores diarios y tampones para que satisfagan mejor las necesidades de las mujeres.

Metodología de la investigación

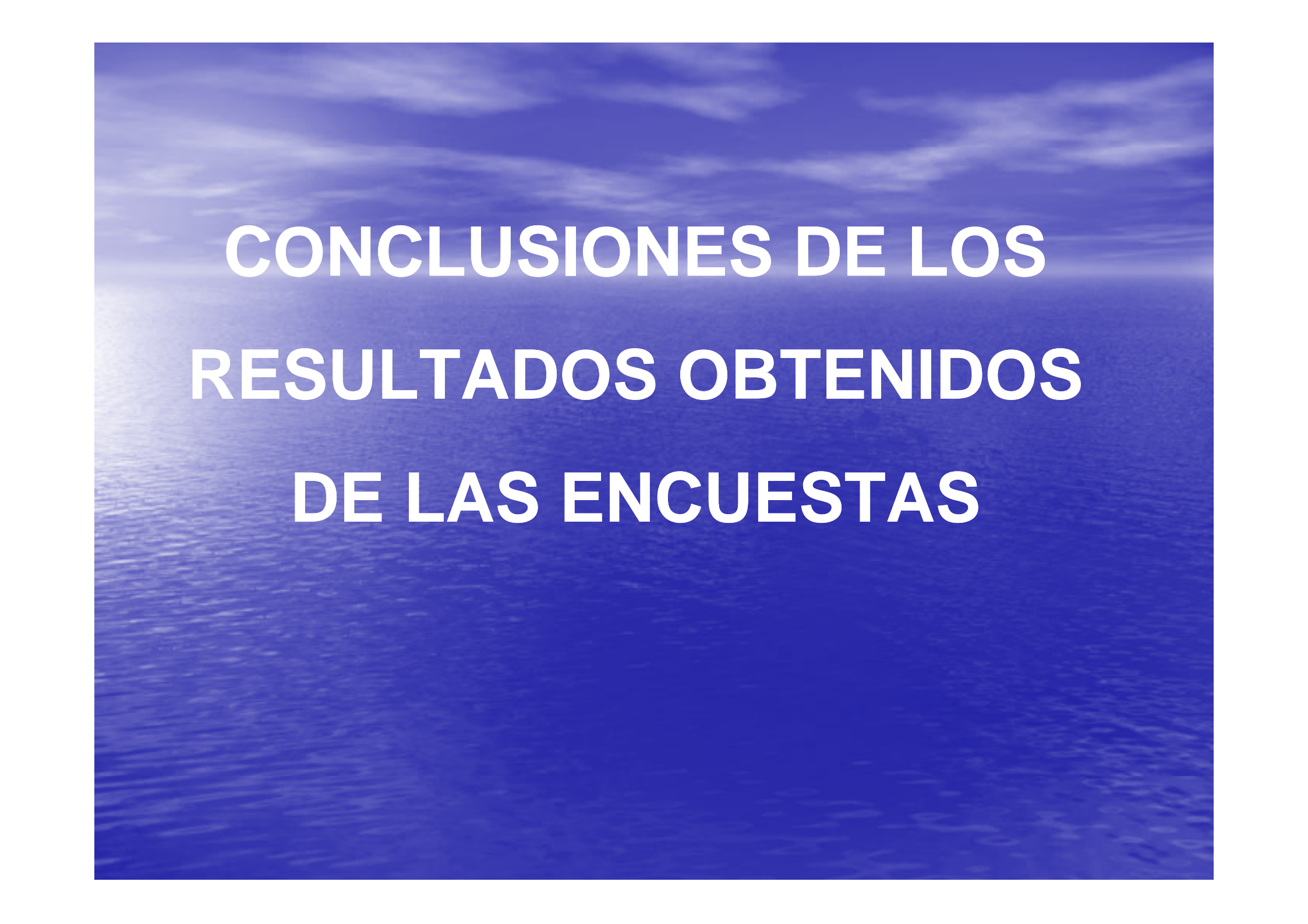
- Tipo de investigación
 - Exploratoria
 - Descriptiva
 - Concluyente

Operación de campo

- Cuestionario
- Prueba de uso
- Observación

Determinación de los tamaños de las muestras

- Encuestas
- Prueba de uso
- Observación



**CONCLUSIONES DE LOS
RESULTADOS OBTENIDOS
DE LAS ENCUESTAS**

TOALLAS SANITARIAS

- Las consumidoras adquieren mensualmente un paquete de diez unidades de Saba y en segundo lugar de Kotex.
- En su mayoría se las compran ellas mismas, excepto las mujeres de 15 a 17 años, quienes asignaron a su mamá para que se las adquiriera.

TOALLAS SANITARIAS

- Las toallas sanitarias utilizadas para una ocasión o momento en específico son la Saba Nocturna y la Kotex Nocturna.
- A la hora de adquirirlas les influencia la comodidad que éstas brindan o su presentación.

TOALLAS SANITARIAS

- Las razones principales por las cuales las entrevistadas adquieren sus toallas sanitarias son por su capacidad absorbente, porque tienen alas, por su tamaño y ancho.
- Las entrevistadas en su mayoría se consideran bien informadas sobre las toallas sanitarias.

TOALLAS SANITARIAS

- Las mujeres de 15 a 17 años son las que presentan una mayor lealtad hacia la marca, debido a que están empezando a emplear dicho producto y son las más propensas a utilizar una toalla para una ocasión en especial.

TOALLAS SANITARIAS

- Cuando las mujeres compran sus toallas sanitarias les influyen:
 - et* su utilización previa
 - et* la publicidad
 - et* los comentarios de otras mujeres sobre el producto
 - et* las promociones
 - et* el precio del producto.

PROTECTORES DIARIOS

- Gran cantidad de las entrevistadas sí utilizan los protectores diarios y se los compran ellas mismas.
- Adquieren de uno a dos paquetes mensualmente de Kotex, de Saba o Carefree para ser utilizados antes y después del periodo menstrual.
- Las mujeres de 18 a 20 años son las más propensas a tener una falsa lealtad hacia una marca y diseño de protector diario.

PROTECTORES DIARIOS

- Las razones por las cuales cambiaron de protector diario son:
 - por los materiales alérgicos
 - porque no había producto en el punto de venta
 - por sus materiales suaves
 - por el ajuste del producto a la ropa interior
 - porque no era anatómico
 - porque no tenía fragancia.

PROTECTORES DIARIOS

- Los aspectos que las influyen a la hora de adquirirlos son:
 - su utilización previa
 - la publicidad
 - los comentarios de otras mujeres son
 - el precio
- En general se sienten bien informadas sobre los protectores diarios.

TAMPONES

- Gran cantidad de las entrevistadas no utilizan tampones.
- Aquellas que sí lo hacen, consumen un paquete mensualmente de los de marca Kotex, Tampax o Playtex.

TAMPONES

- Las razones por las cuales cambiaron de tampón son:
 - ◆ por su capacidad absorbente
 - ◆ por su aplicador de plástico
 - ◆ a que no había producto en el punto de venta
 - ◆ porque el nuevo les brindaba mayor comodidad
 - ◆ porque probaron otro y les gustó más que el que consumían.

TAMPONES

- A la hora de adquirirlos, les influyen:
 - los comentarios de otras mujeres
 - la publicidad sobre el producto
 - su utilización previa
 - toman en cuenta la información sobre el producto que ellas posean
- Las mujeres no se consideran bien informadas sobre los tampones.



**ESTRATEGIA DE
MERCADEO PARA LOS
PRODUCTOS DE
PROTECCIÓN FEMENINA**

Estrategia para las Toallas Sanitarias

Presupuesto para los Productores de Toallas Sanitarias				
Cuenta	Descripción	Detalle del cálculo	Monto Mensual	Monto Anual
Ingresos	Venta	Precio x el 90% de la población de mujeres de 15 a 29 años (286.773)	¢112.607.494	¢1.351.289.928
Gastos	Producción	30% del ingreso total	-¢33.782.248	-¢405.386.976
	Investigación de Mercado cada 6 meses	Dos encuestadoras, suministros y muestras 246 encuestas x 1000 por encuesta + 10.000 de suministros + 3.900 en muestras	-¢43.407	-¢520.884
	Muestras bimensuales	300.000 unidades a 44 colones entre los supermercados más visitados	-¢6.600.000	-¢79.200.000
	Muestrario para ser remplazado cada dos meses	Por la compra de un paquete de 10 uds alcanza para hacer 10.	-¢2.221	-¢26.652
	Folletos bimensuales	15.000 unidades a 120 colones entre los supermercados más visitados	-¢600.000	-¢7.200.000
	Anuncio Semestral	Pauta de 30 segundos, por Canal 7 a la hora de las noticias	-¢500.000	-¢6.000.000
Utilidad neta			¢71.079.618	¢852.955.416

Estrategia para los Protectores Diarios

Presupuesto para los Productores de Protectores Diarios				
Cuenta	Descripción	Detalle del cálculo	Monto Mensual	Monto Anual
Ingresos	Venta	Precio x el 70% de la población de mujeres de 15 a 29 años (286. 773)	¢65.123.825	¢781.485.900
Gastos	Producción	30% del ingreso total	-¢19.537.148	-¢234.445.776
	Investigación de Mercado del Consumidor cada 6 meses	Dos encuestadoras, suministros y muestras 246 encuestas x 1000 por encuesta + 10.000 de suministros + 930 en muestras	-¢42.822	-¢513.864
	Muestras bimensuales	300.000 unidades a 32 colones entre los supermercados más visitados	-¢4.800.000	-¢57.600.000
	Muestrario para ser remplazado cada dos meses	Por la compra de un paquete de 10 uds alcanza para hacer 10.	-¢465	-¢5.580
	Folletos trimestrales	15.000 unidades a 120 colones entre los supermercados más visitados	-¢600.000	-¢7.200.000
	Anuncio Semestral	Pauta de 30 segundos, por Canal 7 a la hora de las noticias	-¢500.000	-¢6.000.000

Estrategia para los Tampones

Presupuesto para los Productores de Protectores Diarios				
Cuenta	Descripción	Detalle del cálculo	Monto Mensual	Monto Anual
Ingresos	Venta	Precio x el 70% de la población de mujeres de 15 a 29 años (286.773)	¢65.123.825	¢781.485.900
Gastos	Producción	30% del ingreso total	-¢19.537.148	-¢234.445.776
	Investigación de Mercado del Consumidor cada 6 meses	Dos encuestadoras, suministros y muestras 246 encuestas x 1000 por encuesta + 10.000 de suministros + 930 en muestras	-¢42.822	-¢513.864
	Muestras bimensuales	300.000 unidades a 32 colones entre los supermercados más visitados	-¢4.800.000	-¢57.600.000
	Muestrario para ser remplazado cada dos meses	Por la compra de un paquete de 10 uds alcanza para hacer 10.	-¢465	-¢5.580
	Folletos trimestrales	15.000 unidades a 120 colones entre los supermercados más visitados	-¢600.000	-¢7.200.000
	Anuncio Semestral	Pauta de 30 segundos, por Canal 7 a la hora de las noticias	-¢500.000	-¢6.000.000