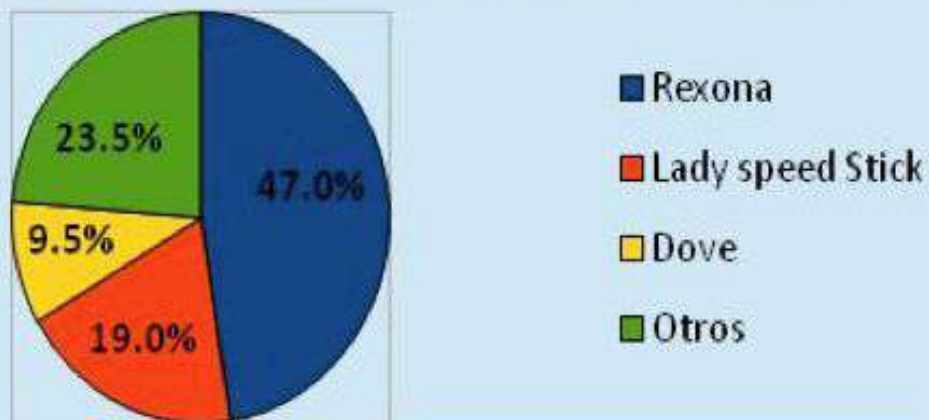


Encuesta sobre el uso de desodorantes en jóvenes

Daniela DT y Leonel I P R
9º Grado

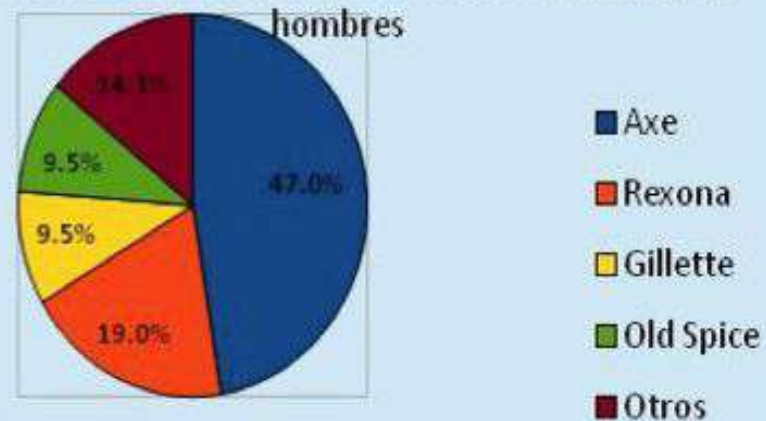
En días pasados, los alumnos de noveno grado de la escuela Maxei realizaron una encuesta a 44 jóvenes (22 hombres y 22 mujeres) entre 13 y 19 años sobre el desodorante que usan. Dicha encuesta indagaba sobre la marca, la razón de compra y el número de comerciales vistos del desodorante que el encuestado usa. Las hipótesis a probar argumentaban que los adolescentes compran su desodorante por la marca y que los hombres y las mujeres compran los desodorantes por razones diferentes.

Gráfica 1. Desodorantes más usados entre las mujeres



Como se muestra en la gráfica 1, se encontró que la mayoría de las jóvenes utiliza la marcas Rexona y Lady Speed Stick. El resto de las marcas tuvieron pocos votos y son en general menos conocidas. En lo que a los hombres respecta, se encontraron resultados similares, ya que también se mostraba una marca dominante, Axe, con un 47% de preferencia (gráfica 2).

Gráfica 2. Marcas de desodorantes más usadas por los hombres



Para indagamos sobre los criterios de los jóvenes para elegir un desodorante, las opciones fueron: el olor, la efectividad, la marca, la imagen o cualquier otro factor que el encuestado hubiera tomado en cuenta al comprar. Se encontró que la mayoría de los encuestados de ambos sexos afirmó comprar su desodorante por su olor o efectividad. Sólo los hombres afirmaron comprar su desodorante por marca u otros factores (véase gráfica 3).



Gráfica 4. Frecuencia con que los jóvenes ven comerciales de su desodorante



Por último, se preguntó a los encuestados cuántas veces habían visto comerciales de su desodorante. Al contrario de cómo se había previsto, pocos jóvenes respondieron que habían visto el comercial muy seguido y la mayoría afirmó que sólo algunas veces están conscientes de la presencia de las marcas en su toma de decisiones (véase gráfica 4).