

INFORME:

1.- TÍTULO DEL TRABAJO: ESTUDIO SOBRE COMPRESAS.

2.- OBJETIVOS.

- Conocer las marcas y modelos de compresa que podemos adquirir en establecimientos cercanos a nuestra vivienda.
- Influencia publicitaria en la elección del producto (marca, modelo, tipo...).
- Conocer la opinión de las mujeres a la hora de utilizar este producto.
- Saber qué tipos de compresas utilizan según las edades.
- Establecer conclusiones que nos permitan elegir de forma acertada.

3.- METODOLOGÍA.

Hemos elaborado este trabajo visitando los comercios de nuestra zona, donde venden este producto para ver como estaban expuestos los colores, los precios y realizando encuestas a mujeres de diferentes edades.

También hemos consultado internet para investigar sobre opiniones de otras mujeres sobre compresas de diferentes marcas.

Nuestro estudio se ha centrado en 3 marcas de compresas: Deliplus, Evax, y Ausonia.

4.- CONCLUSIONES.

- 1) Hemos encontrado mayor variedad de modelos/tipos de compresas en la marca Evax, seguida por la marca Deliplus, mientras que de Ausonia hay menos variedad.
- 2) Deliplus es la única de las tres marcas que cuenta en su colección con compresas especializadas para pérdidas de orina.

3) Según los precios de nuestra zona, la compresa más cara de la marca Deliplus es la de incontinencia. Además va aumentando su valor en función si tiene mayor capacidad de absorción. Le sigue la compresa de noche y a continuación sin alas. Las más baratas son con alas normal.

De la marca Evax, la más cara es Evax&go con alas y mayor capacidad de absorción (lleva una toallita íntima adherida). Sin embargo en esta ocasión las compresas sin alas suelen ser más baratas que con alas, siendo del mismo modelo.

Las compresas Ausonia suelen ser más baratas sin alas que con alas.

De todas las compresas analizadas la más cara es de incontinencia maxi de la marca Deliplus, mientras que la más económica es fina y segura frescor todo el día de la marca Evax.

4) La compresa de mayor longitud es de incontinencia maxi de Deliplus mientras que la de menor longitud es Evax&Go sin alas.

5) La compresa con mayor superficie es de incontinencia maxi de la marca Deliplus, mientras que la de menor superficie es extra plana de Ausonia.

6) Para las mujeres que prefieren compresas sin alas con absorción normal, pueden elegir entre cinco posibles, la marca Evax ofrece el triple de posibilidades que las otras dos marcas.

En cuestión de precios la más barata es la de Marca Deliplus, le sigue Fina y Segura, a continuación igualadas Cottonlike y Ausonia, y por tanto, la más cara es Evax&Go.

En cuestión de superficie: la más pequeña es Fina y Segura, le sigue Cottonlike, Evax&Go, Deliplus y por último la más grande es Ausonia. Las de la marca Evax resultan algo más pequeñas que las demás.

7) Para las mujeres que prefieren compresas con alas con absorción normal, se vuelve a repetir que la marca Evax ofrece el triple de posibilidades que el resto de marcas estudiadas.

La más barata es Deliplus, le sigue Evax&Go, Fina y Segura, Ausonia, y la más cara es Cottonlike. En cuanto a la superficie: la más pequeña es Deliplus, le sigue Marca Evax y por tanto la más grande es de la marca Ausonia.

8) Las mujeres que han contestado que siempre utilizan compresas son de 10-20 años y de 41-50 años. Aunque en el resto de categorías mayoritariamente también contestaron afirmativamente a esta pregunta, pero en algunos casos utilizaban además de compresas, tampones.

9) Las mujeres encuestadas notan diferencia de unas marcas a otras, sobre todo las mujeres cuyas edades están comprendidas entre los 31-40 años. Igualmente, mayoritariamente responden afirmativamente el resto de encuestadas según edades.

10) Las marcas de compresas que utilizan las mujeres encuestadas según su edad son:

RANGO DE EDADES	MARCA DE COMPRESA
10-20	EVAX
21-30	EVAX (75%) y AUSONIA (25%)
31-40	DELIPLUS (40%) EVAX Y AUSONIA (40%) EVAX (20%)
41-50	EVAX (50%) AUSONIA (50%)
51-60	AUSONIA (75%) EVAX (25%)
61-70	AUSONIA

11) Todas notan diferencia en los precios.

12) Las mujeres con edades entre 41-50 años y 10-20 años son a las que más les gustan los anuncios de compresas. Las chicas de 10-20 años prefieren estos anuncios y su publicidad, más que las adultas, hecho que también comprobamos analizando los comentarios de personas anónimas por internet.

13) Las chicas de 10-20 años consideran que no han evolucionado las compresas en los últimos años, a diferencia del resto, que opinan lo contrario.

14) De forma unánime, todas coinciden en que se debería bajar el precio de este producto, al ser un artículo necesario en la higiene femenina.

15) Casi todas opinan que su elección se ve condicionada al precio que tienen las compresas al ser de marcas diferentes y el hecho de que les haya ido bien dicho producto con anterioridad.