



BARÓMETRO PROLATINA

Información estratégica para la toma de decisiones

POLÍTICA

DINERO

TRABAJO

CONSUMO

TECNOLOGÍA

MARZO 2014

DESAFÍO

Tomar decisiones trascendentes en coyunturas complejas, con datos insuficientes y ante escenarios imprevisibles.

Prolatina brinda

Información y análisis de variables relevantes

Ideas y herramientas para el abordaje de desafíos.

Seguimiento y medición de resultados.

DIAGNÓSTICO

ESTRATEGIA

AUDITORÍA

DIAGNÓSTICO



El Barómetro de Prolatina indaga sobre los factores que influyen en el comportamiento y las decisiones de los ciudadanos y consumidores.

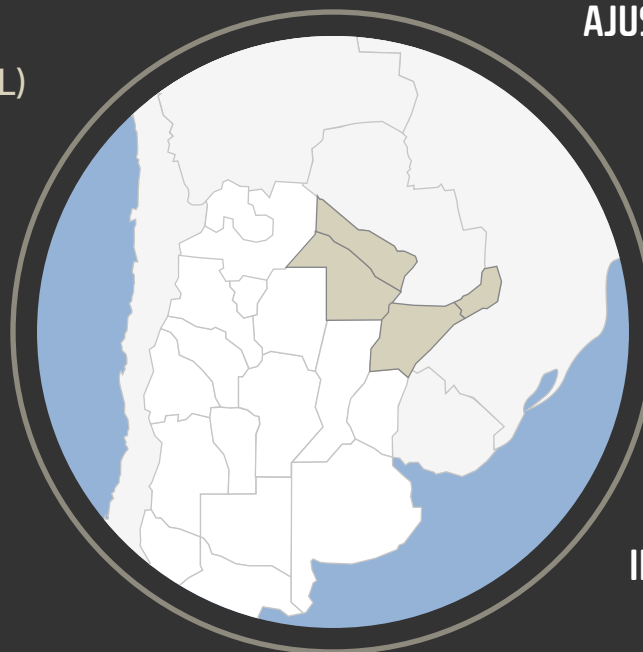
ÁMBITO GEOGRÁFICO

CENTROS URBANOS
DE REGIÓN NEA

ALCANCE DEL INFORME
CORRIENTES (CAPITAL)

UNIDAD DE ANÁLISIS
HABITANTE DEL DISTRITO,
QUE RESIDA EN EL LUGAR
DE RELEVAMIENTO,
MAYOR DE 18 AÑOS

FECHA DE MEDICIÓN
MARZO 2014



AJUSTE Y PONDERACIÓN DE RESULTADOS

CUOTAS DE SEXO, EDAD
Y NIVEL EDUCATIVO

TAMAÑO DE LA MUESTRA

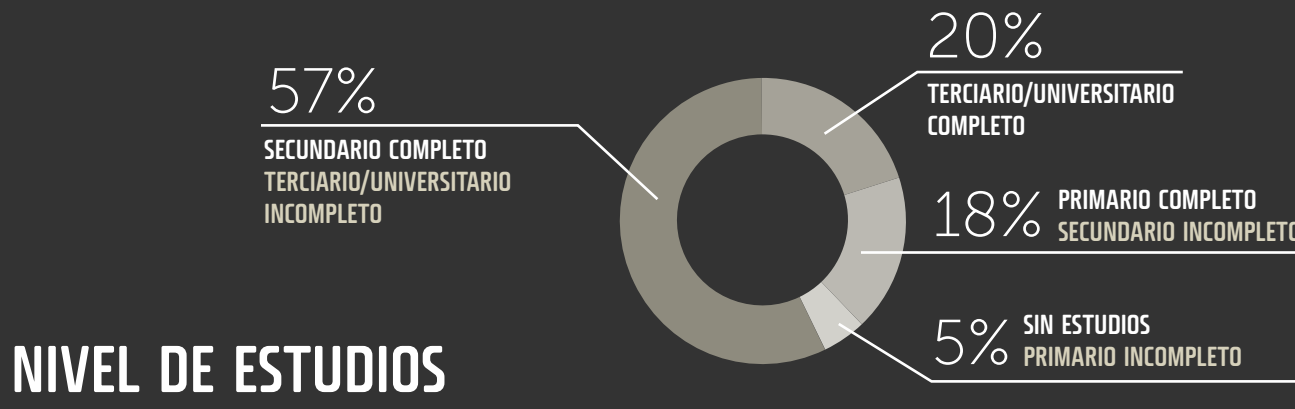
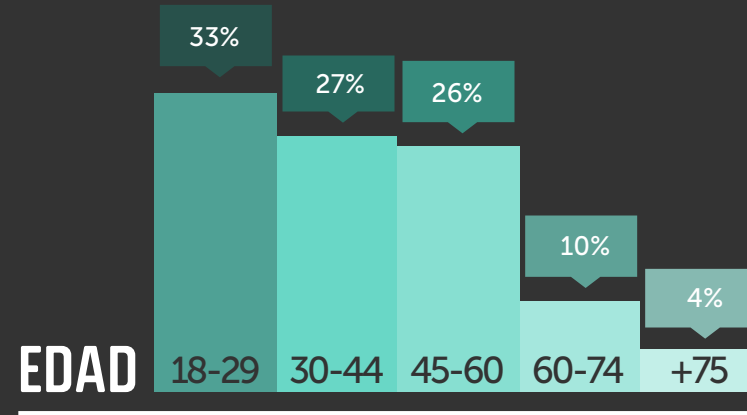
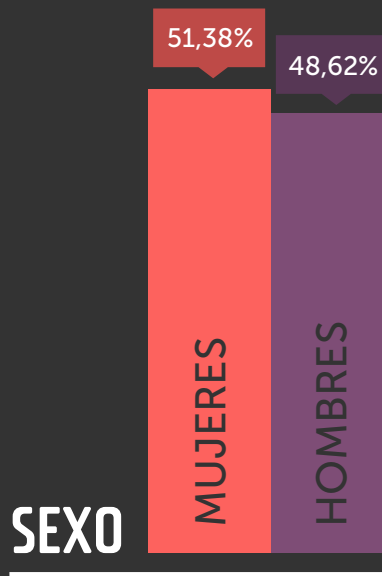
600 CASOS
(ERROR DE +/- 4%)
95% DE CONFIABILIDAD

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN

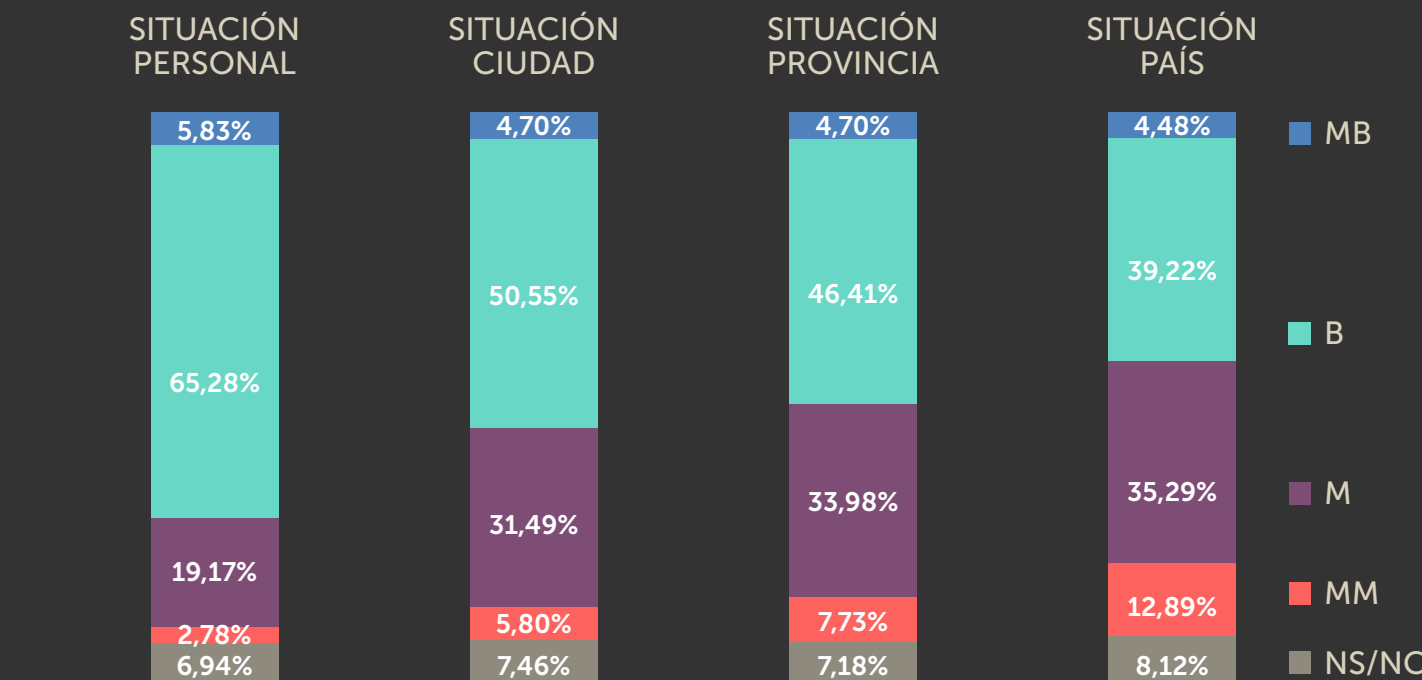
CUESTIONARIO
ESTRUCTURADO

ABORDAJE

ENTREVISTAS PERSONALES
EN VÍA PÚBLICA



EXPECTATIVAS 2014

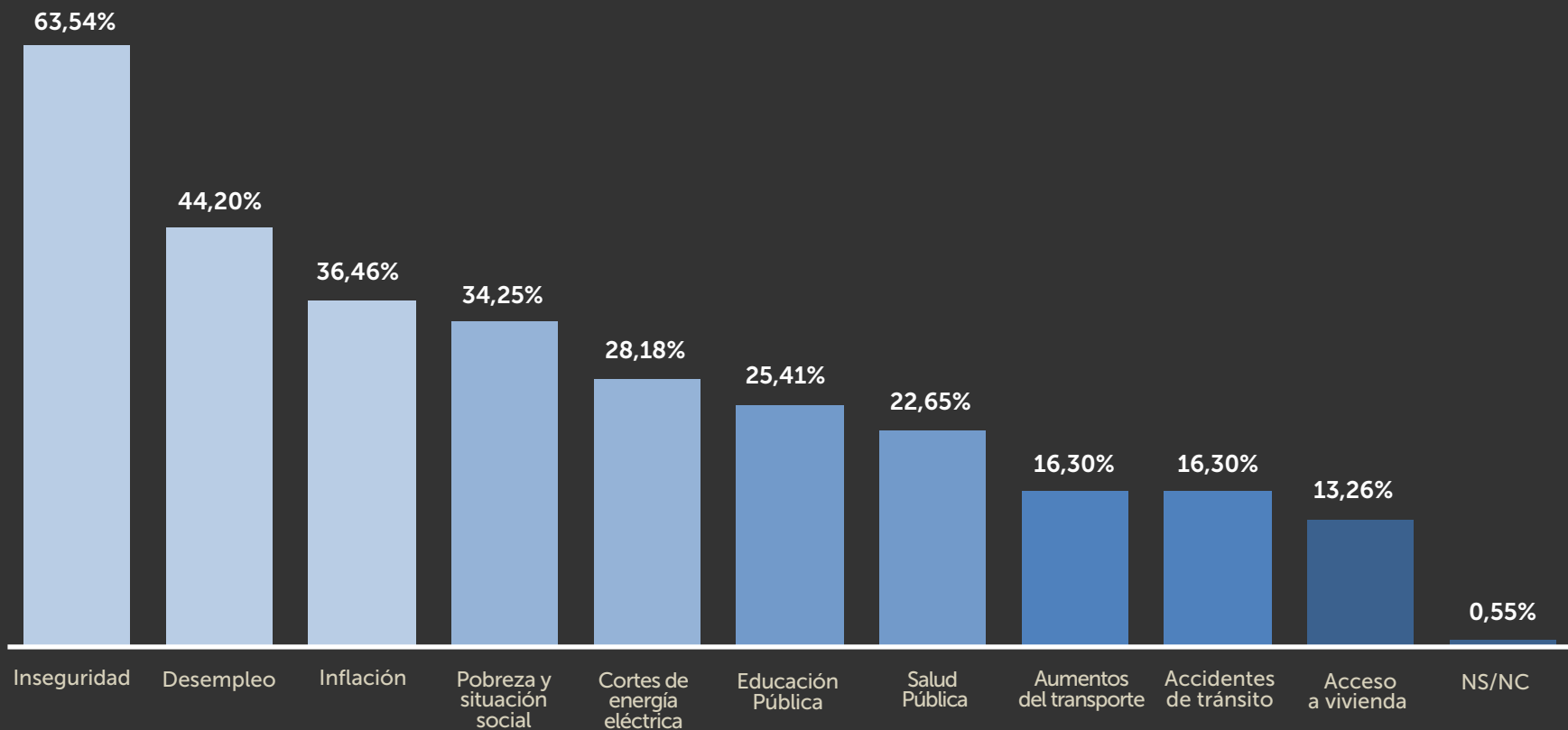


ÍNDICE DE OPTIMISMO:

La preocupación por el entorno se conjuga con una mirada positiva en relación a la situación personal.

Las palabra clave es PRUDENCIA.

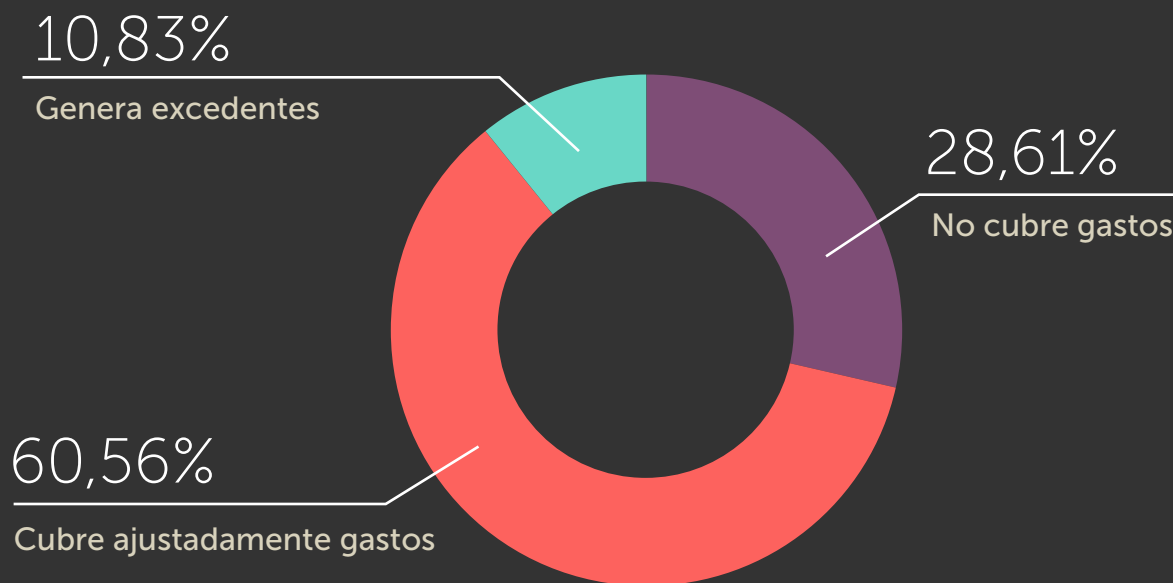
PRINCIPALES PREOCUPACIONES



RÁNKING DE PROBLEMAS:

Inseguridad, desempleo e inflación representan los tres problemas más preocupantes.
La palabra clave es **SEGURIDAD** (económica y personal).

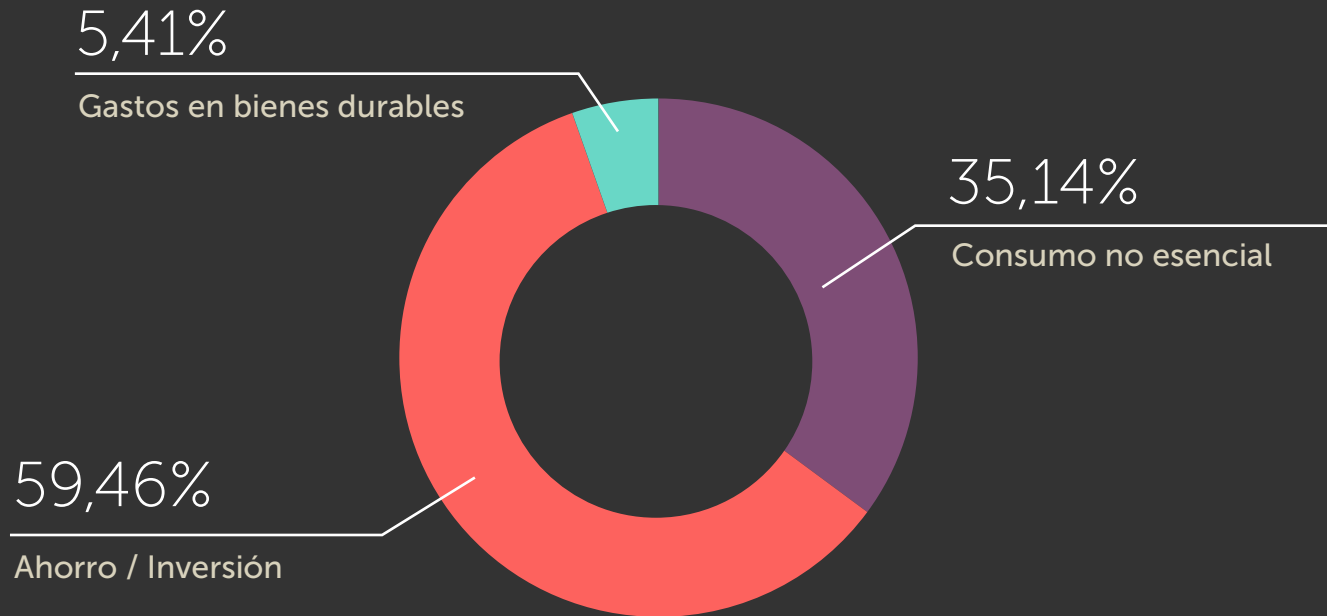
RELACIÓN INGRESOS - GASTOS



ECONOMÍA DE LAS FAMILIAS

Un 89,17% de los hogares muestran restricciones en sus ingresos, que se afrontan mediante el aplazamiento de todo consumo no esencial o el endeudamiento. Sólo un 10,83% de los hogares manifiesta contar con márgenes excedentes.

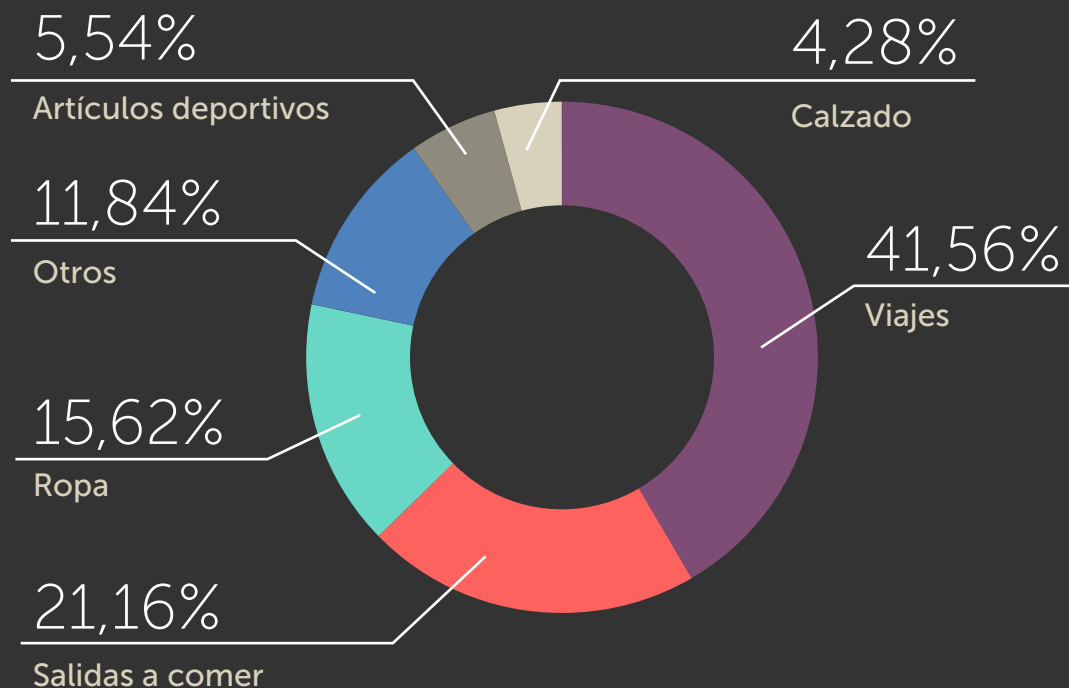
DESTINO DE EXCEDENTES



GASTOS NO ESENCIALES

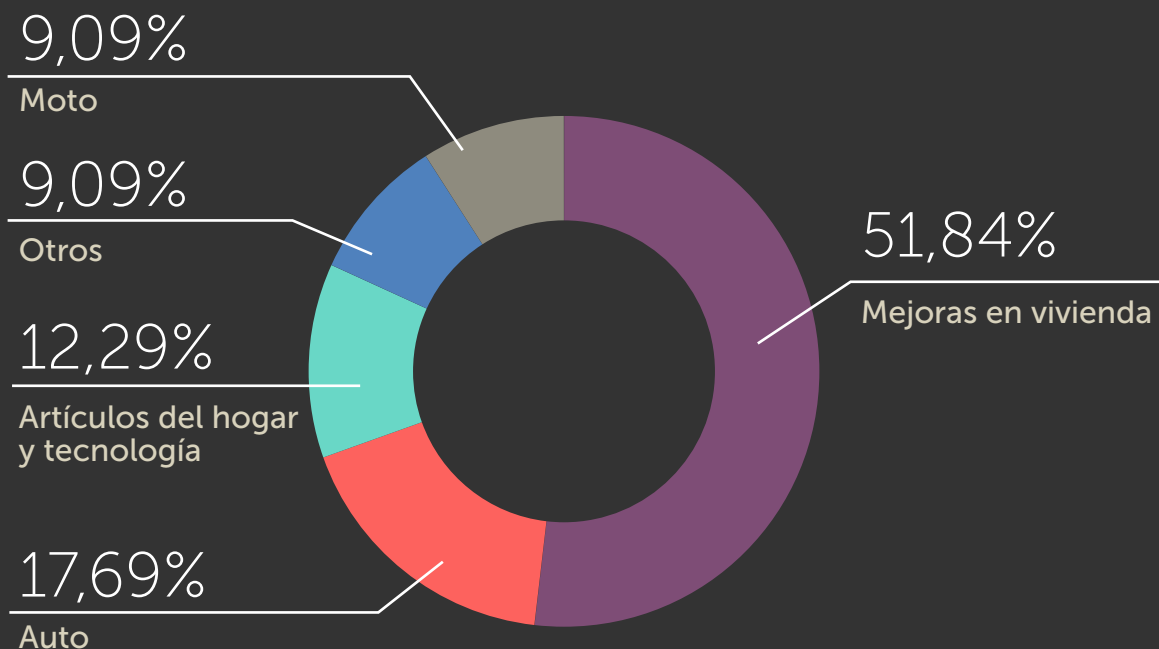
En la presente coyuntura se verifica una desaceleración del gasto, privilegiándose el ahorro y la inversión de los excedentes.

CONSUMO NO ESENCIAL



Experiencias antes que bienes, los correntinos prefieren destinar sus excedentes a viajes y salidas.
Palabra clave: ENTRETENIMIENTO.

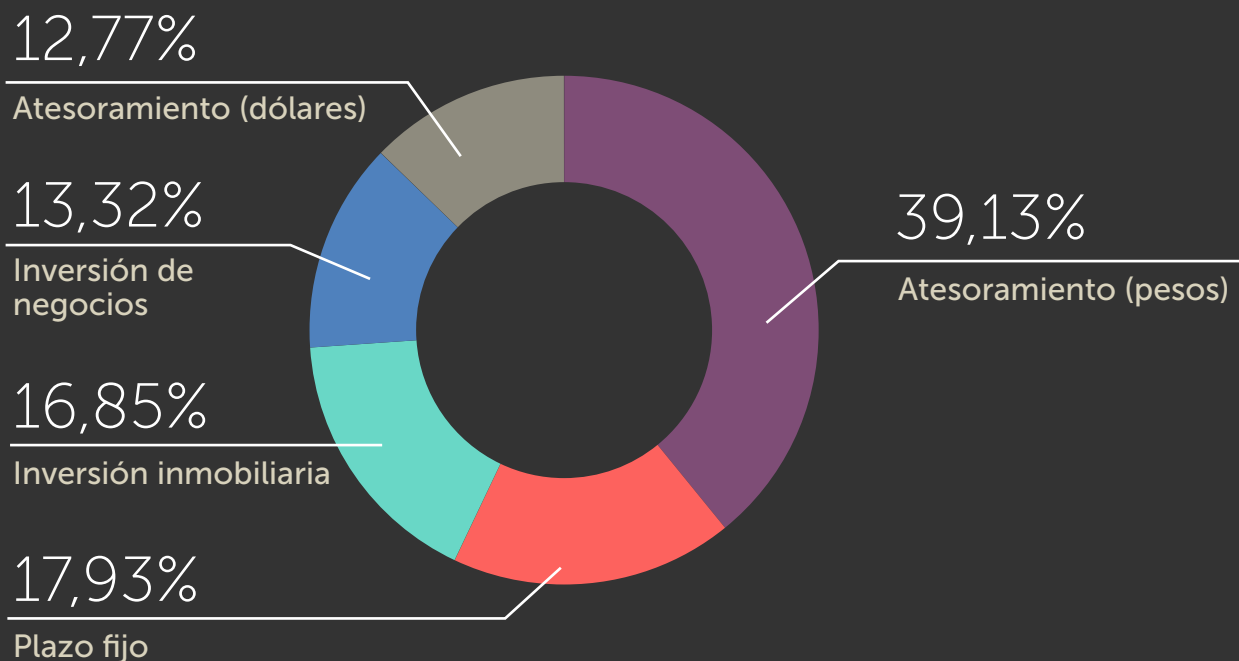
GASTOS EN BIENES DURABLES



Gran parte de los excedentes en el ingreso familiar se destinan a mejoras en la vivienda , mientras que el resto se distribuye en diversos vehículos, electrodomésticos y tecnología.

Palabra clave: HOGAR

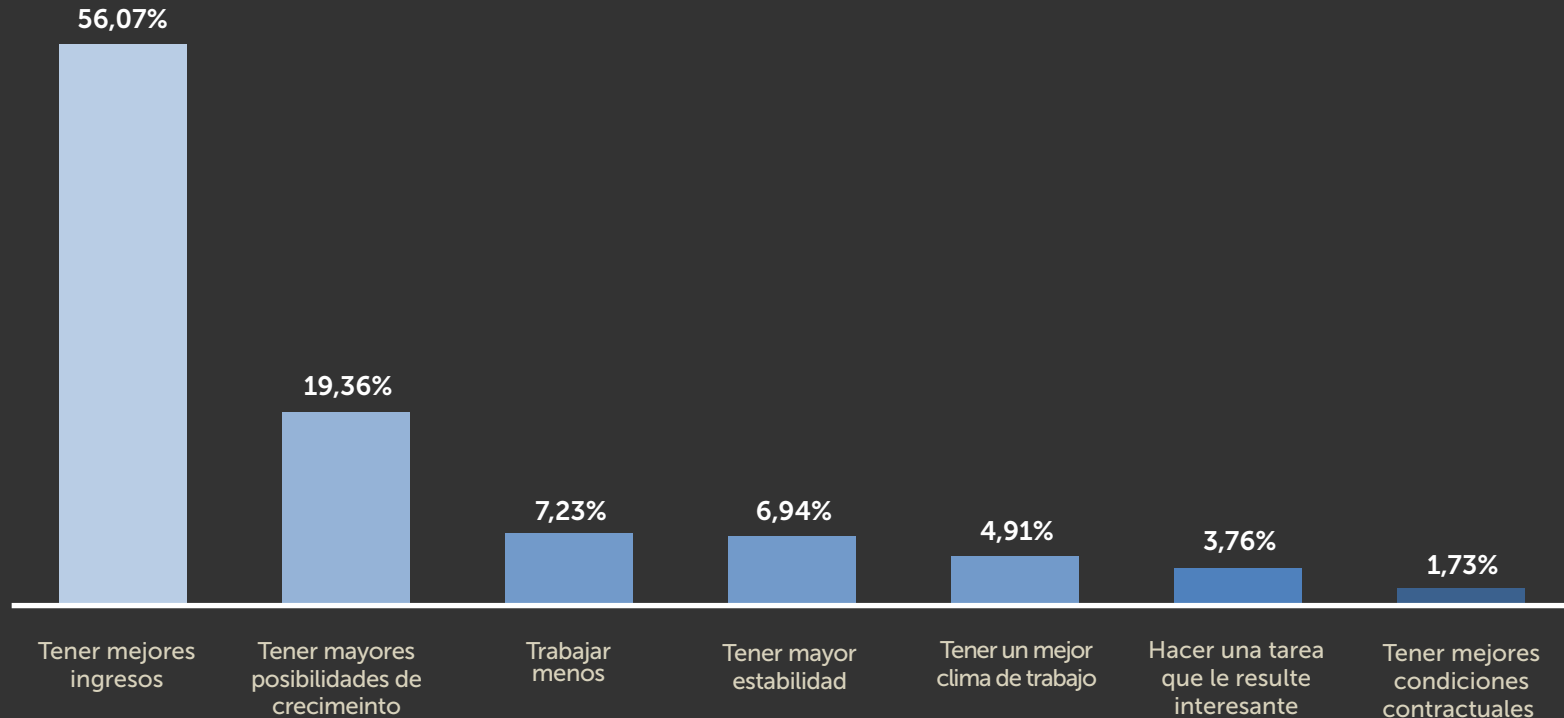
AHORRO / INVERSIÓN



Poco sofisticado y desconfiado de instrumentos financieros innovadores, el correntino opta por billetes y opciones más tradicionales, a costa de perder valor en sus ahorros.

Palabra clave: LIQUIDEZ.

RAZONES PARA CAMBIAR DE TRABAJO

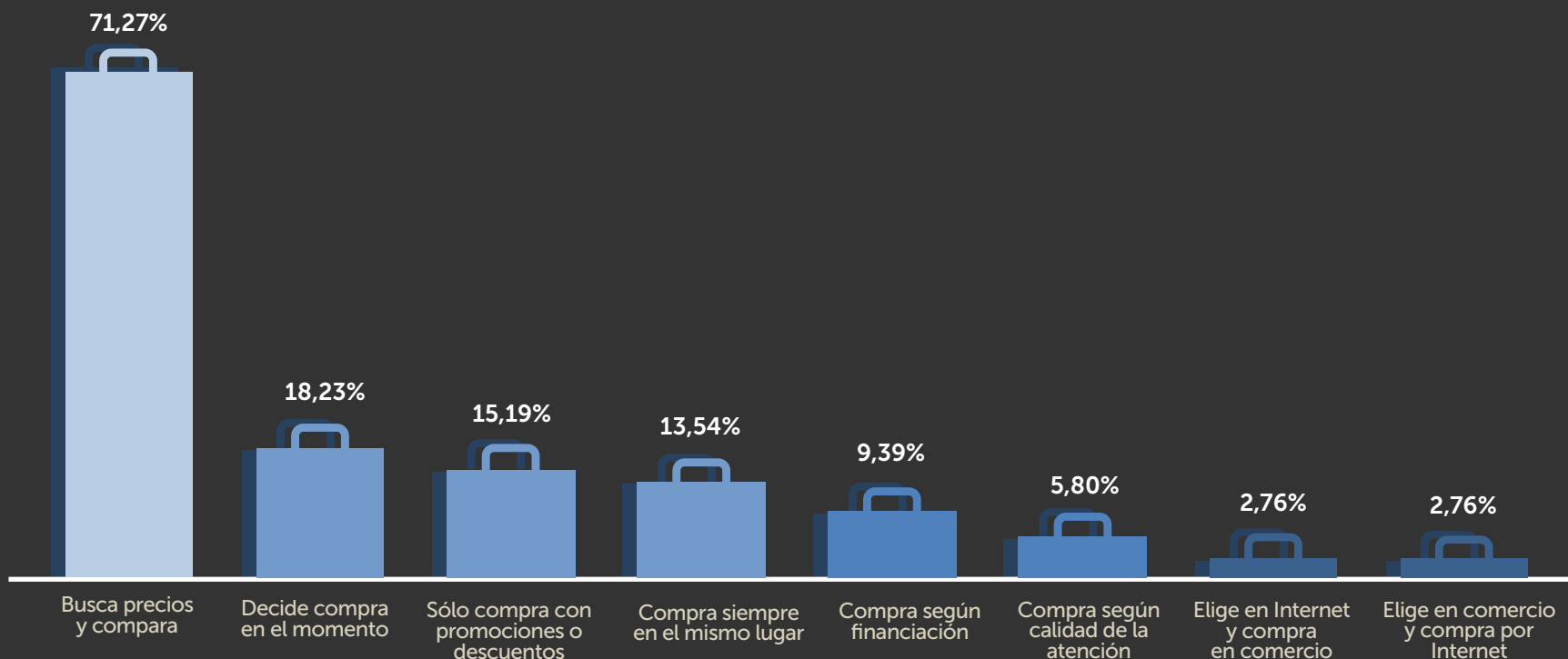


SHOW ME THE MONEY

Las condiciones económicas representan el factor preponderante para la motivación del personal. El diseño de una política de sueldos y premios atractiva es central en la captación y retención del capital humano.

Palabra clave: REMUNERACIÓN.

HÁBITOS DE COMPRA DEL CONSUMIDOR



CAMINE SEÑORA, CAMINE.

La distorsión de precios en el mercado para bienes y servicios equivalentes hace que el consumidor busque opciones antes de comprar. Además, el impacto de descuentos y promociones adquiere relevancia para la planificación de la economía familiar.

Palabra clave: PRECIO.

OPINIONES QUE INCIDEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA



62,04%

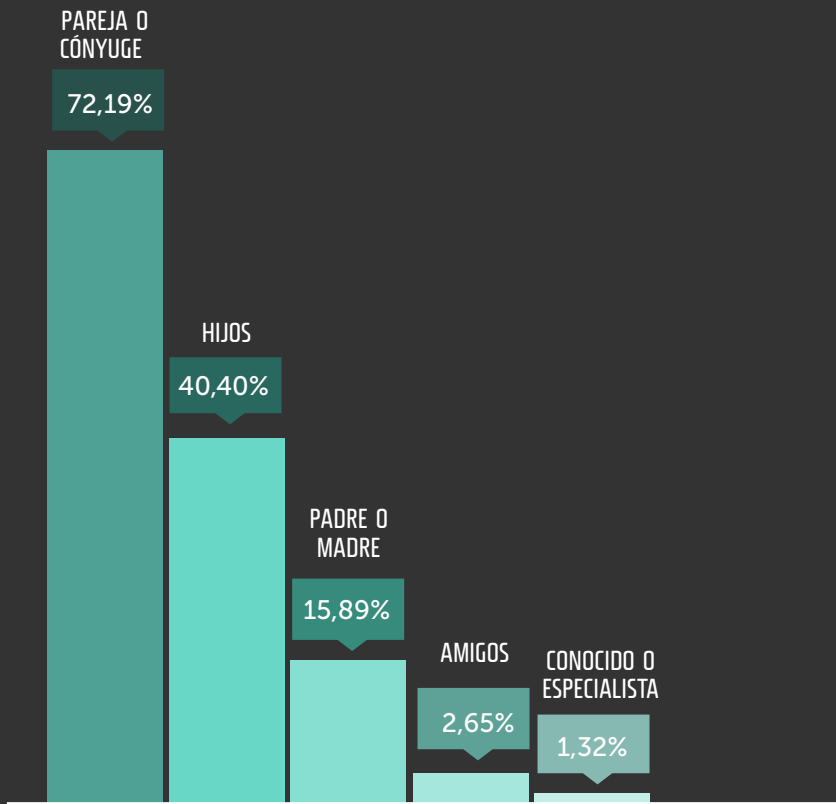
OPINIÓN PERSONAL

35,41%

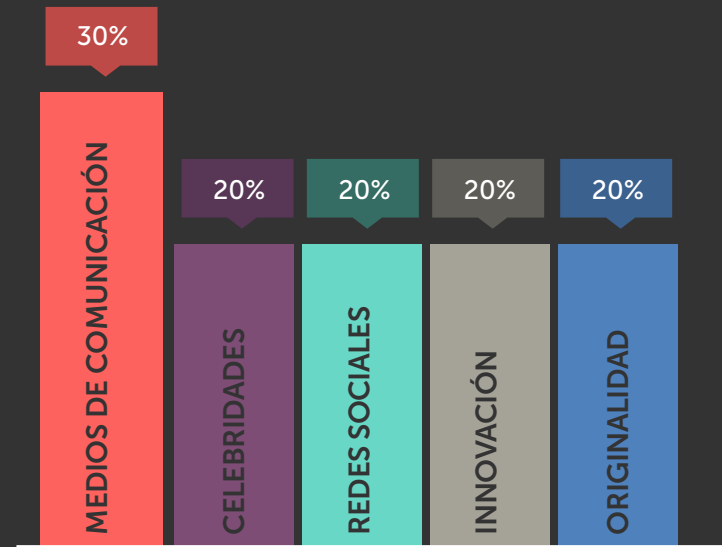
OPINIÓN FAMILIAR / ENTORNO

2,55%

OTROS



PERSONAS QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA



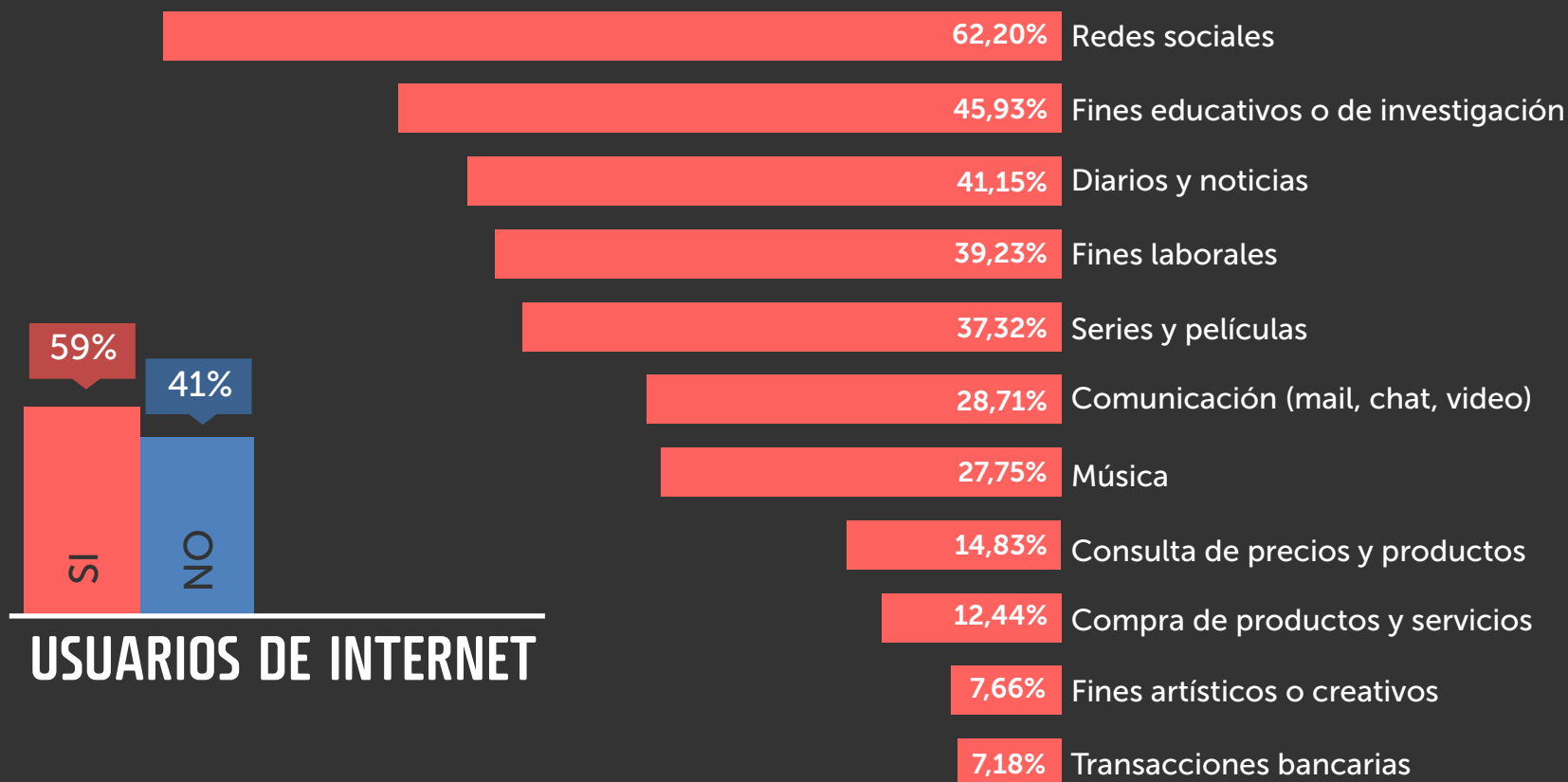
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA

Influencia en la compra:

Si bien más del 60% de los encuestados afirma decidir sus compras sin considerar influencias externas, aquellos que consideran la opinión de su entorno se ven influenciados principalmente por su pareja (72,19%).

Las tendencias reconocen diversas fuentes de importancia equivalente.

USO DE INTERNET



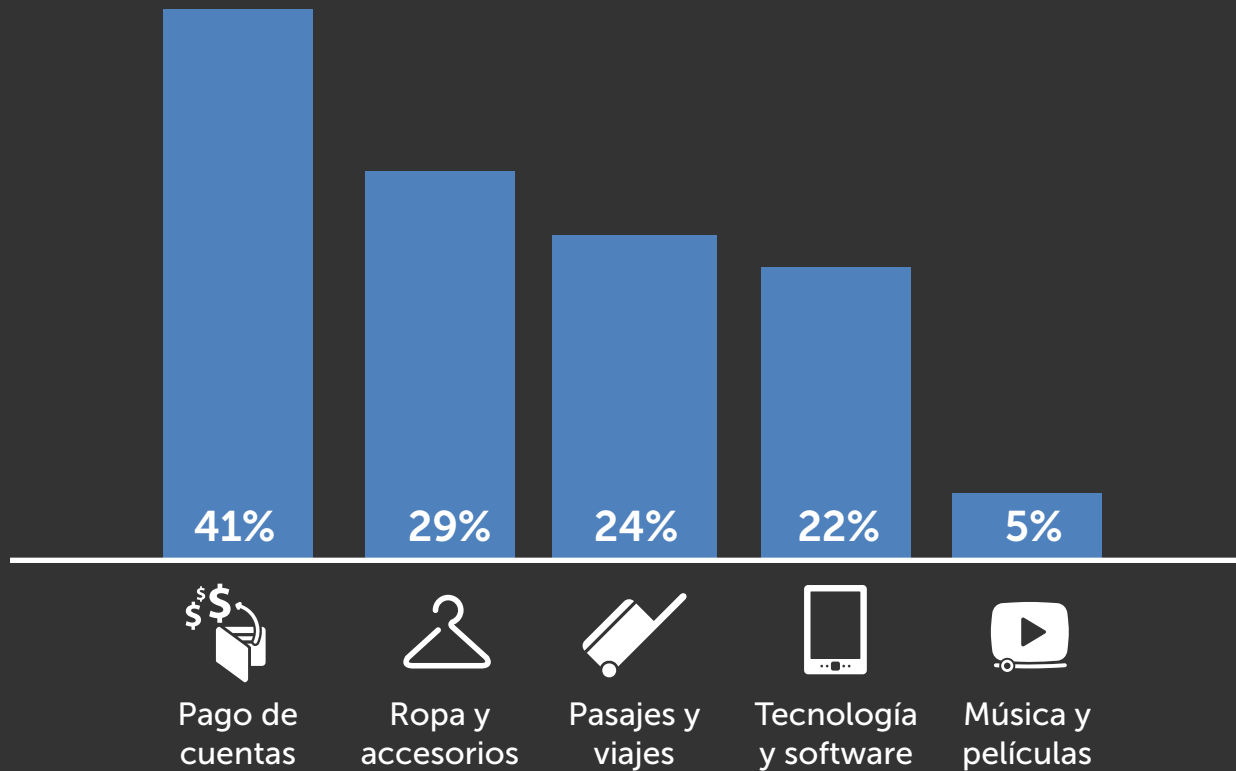
USUARIOS DE INTERNET

ANALÓGICOS

La tasa de penetración de Internet es relativamente baja en comparación con otros centros urbanos. Predominan los usos sociales y de entretenimiento, seguidos por la búsqueda de información e investigación.

El comercio electrónico sigue siendo incipiente.

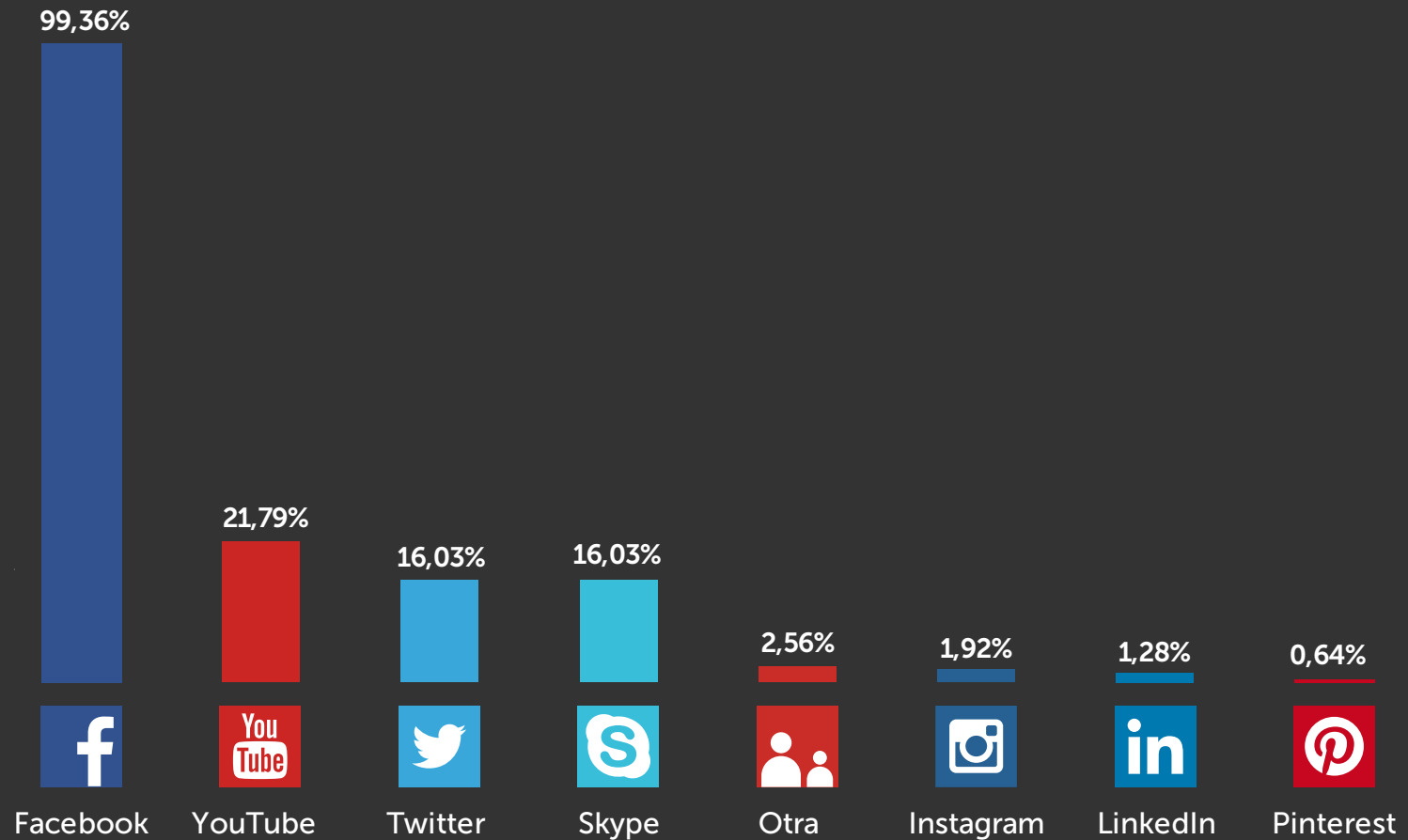
COMPRAS POR INTERNET



En materia de transacciones económicas, lideran las plataformas de pago online, aunque es llamativo el avance en materia de indumentaria.

Palabra clave: COMODIDAD.

UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES



Con una notable ventaja, Facebook se impone como la plataforma más utilizada por los correntinos.

BARÓMETRO PROLATINA

PREGUNTAS CLAVE PARA EMPRESAS Y NEGOCIOS

¿De qué manera me conviene estar en la web?

¿A qué segmento de mercado corresponden mis clientes?

¿Cómo diseño una promoción exitosa?

¿Cómo construyo políticas de estímulo y motivación del personal?

¿Hacia dónde debe apuntar una campaña publicitaria?
¿Y con qué mensaje?

¿Cómo influyen los factores del entorno político en el clima de negocios?

¿De qué manera puedo seducir inversores para captar sus ahorros?



> ESTRATEGIA



PROLATINA

SERVICIOS PROFESIONALES

- **Generación de información clave para la toma de decisiones.**
- **Análisis de escenarios e identificación de prioridades.**
- **Desarrollo de competencias directivas y gerenciales.**
- **Fortalecimiento de equipos de trabajo.**
- **Implementación de mejoras en las organizaciones.**
- **Auditoría de resultados.**

Junín 270 – 2º A – Corrientes – Argentina
(+54-379) 4421597 / prolatina@prolatina.com.ar
www.prolatina.com.ar