

Relevamiento hábitos y consumo de los salteños.

Trabajo final

Taller Investigación Empresarial

Noviembre 2018



**Observatorio
Económico**

Campus Salto,

Universidad Católica del Uruguay



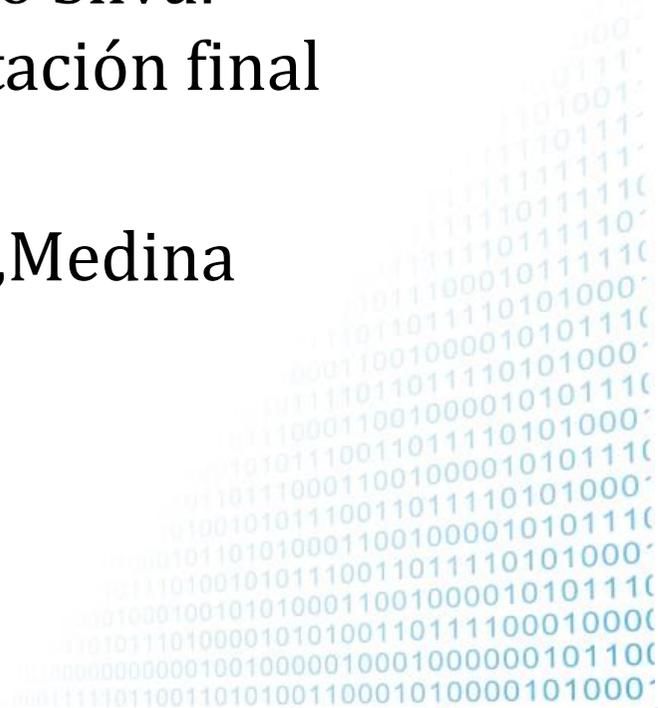
Ficha técnica

- Se realizaron 255 llamadas telefónicas a teléfonos fijos.
- Muestreo aleatorio simple, en base a datos de la guía telefónica Antel Volt Autologic.
- Población: Hogares con telefonía fija, 17.000 hogares
- Margen de error: +/- 6%
- Probabilidad: 95%
- Fecha de realización: Noviembre 2018



Taller de Investigación Empresarial

- Enseñanza basada en proyectos
- Alumnos: Marco conceptual, diseño metodológico, producción e ingreso de datos.
- Trabajo final áulico: Procesamiento, interpretación y presentación por parte de alumnos
- Prof.Lic.: Erick Bremermann y Prof. Dr. Emilio Silva: procesamiento e interpretación para presentación final pública
- Alumnos: Camacho Franco, Manzor Eduardo, Medina Gabriela, Vargas María, Voelker Natasha



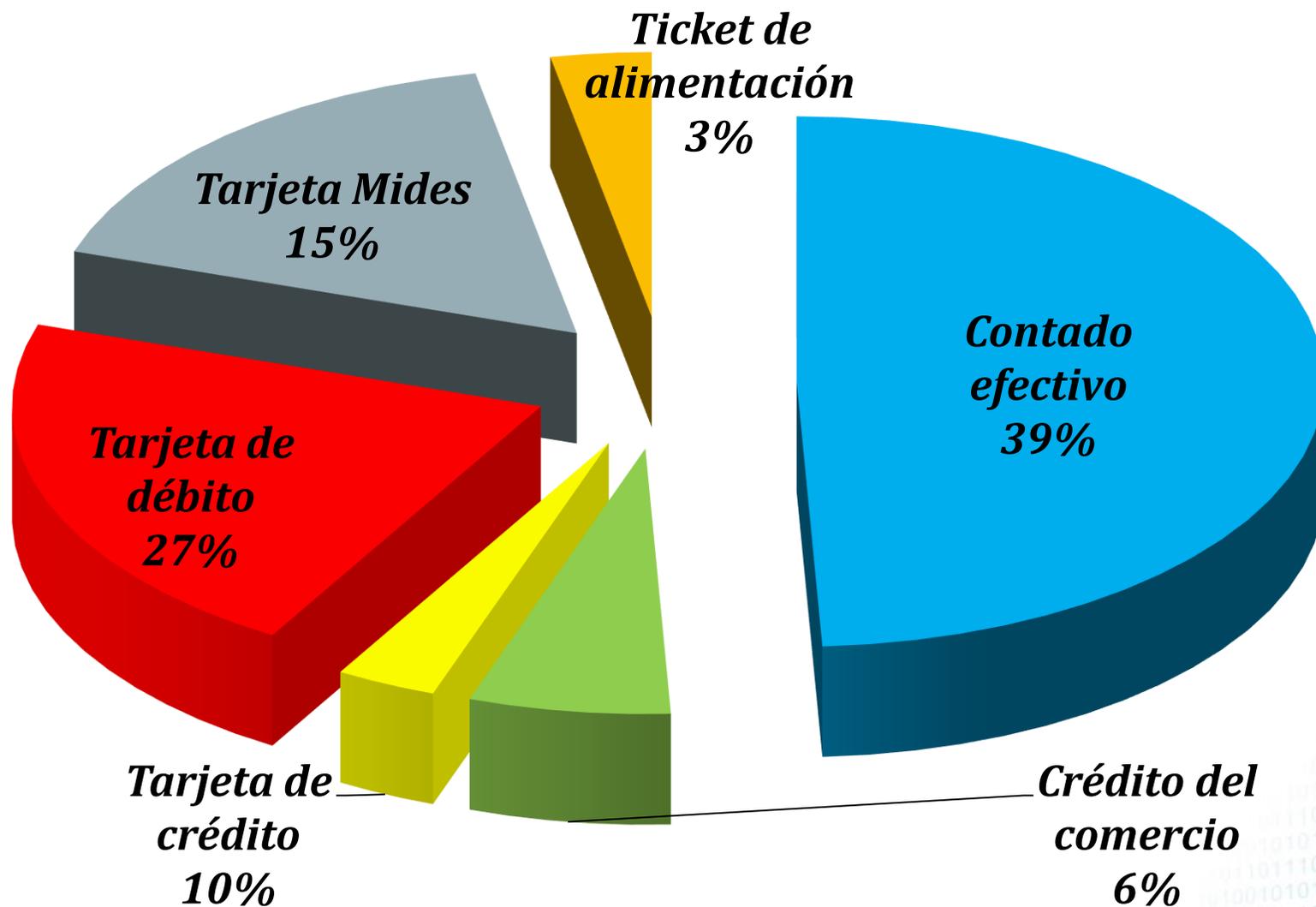
HÁBITOS DE COMPRA



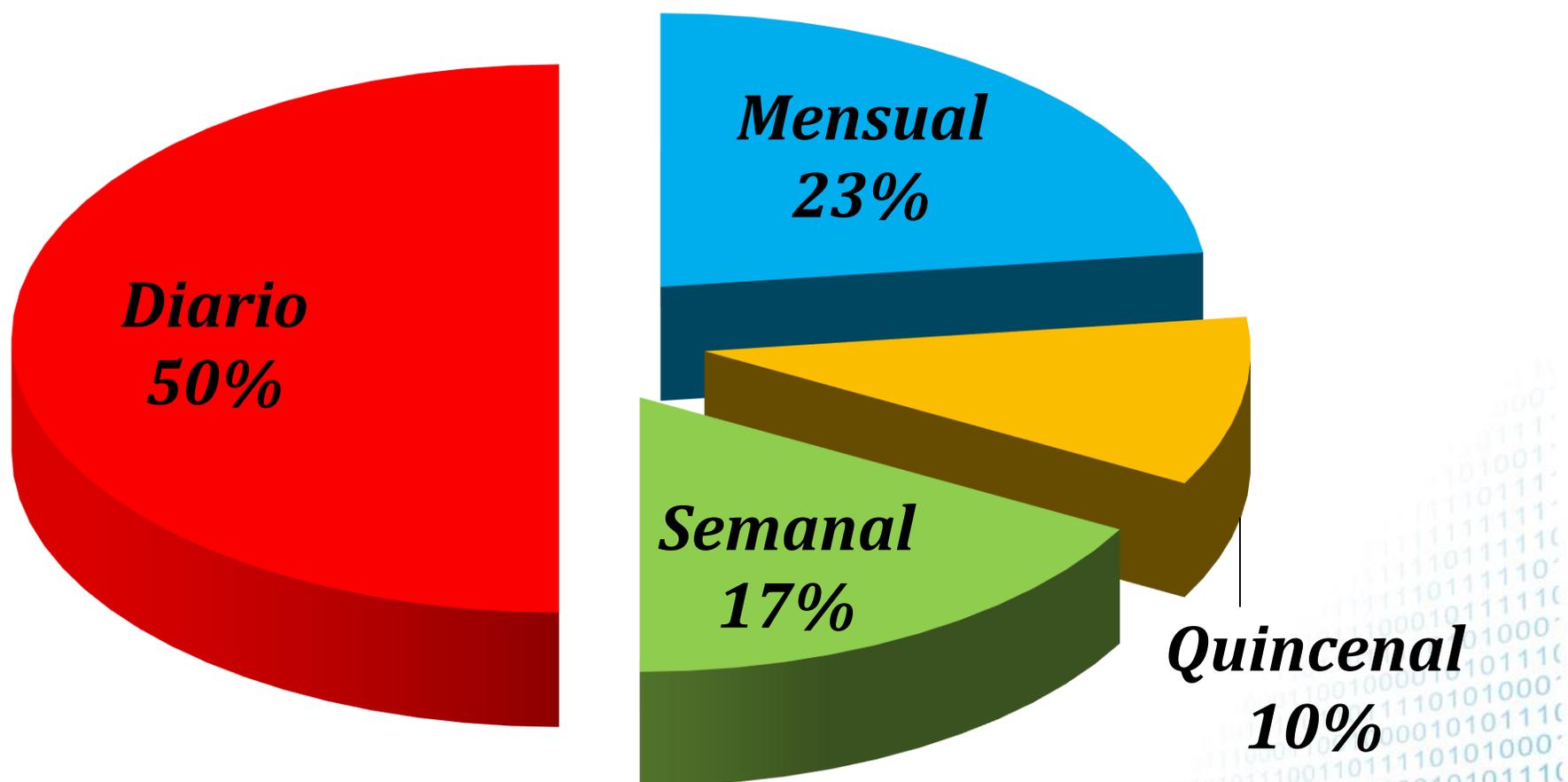
Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay



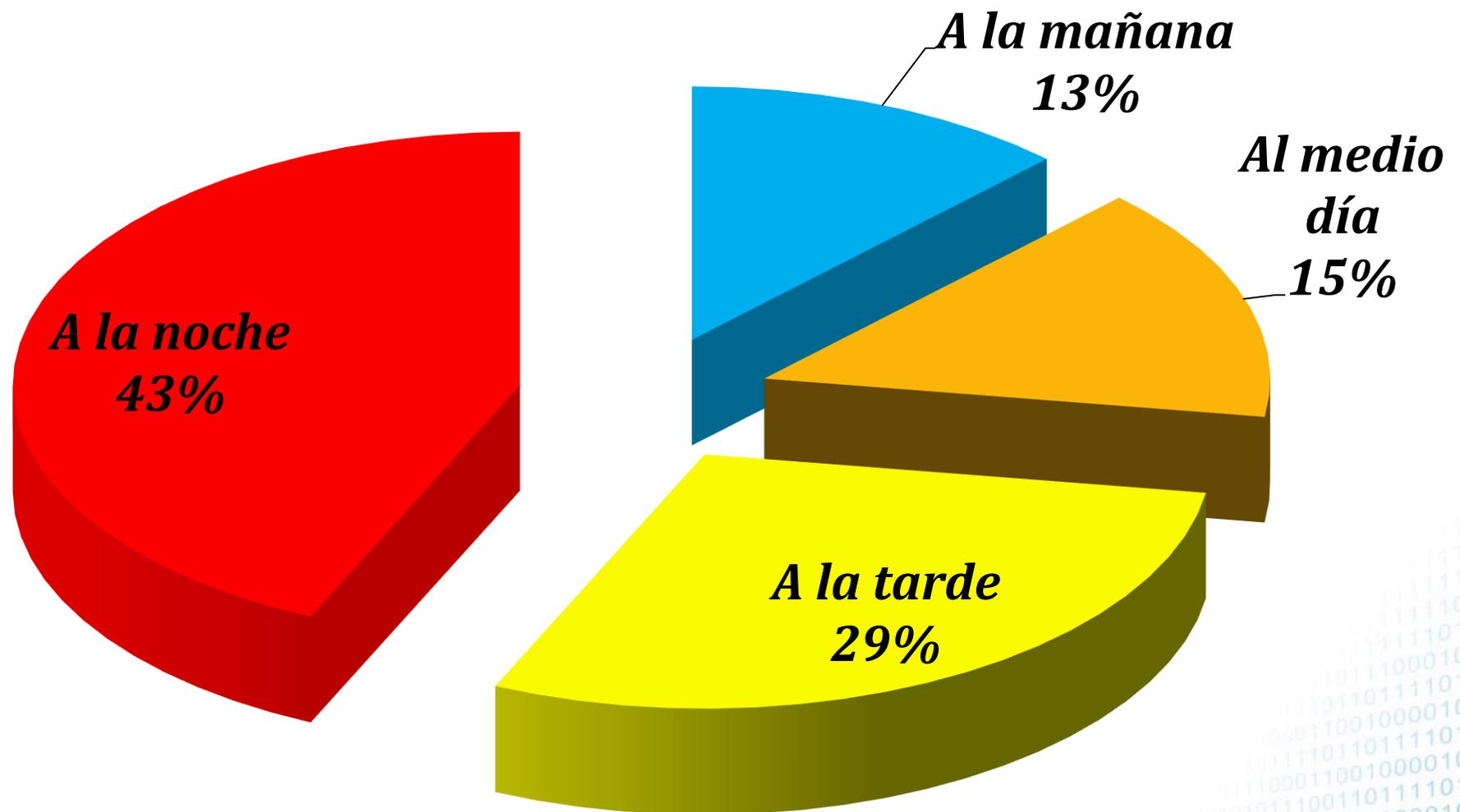
¿A la hora de realizar las compras para su hogar, Ud. las realiza al: ?



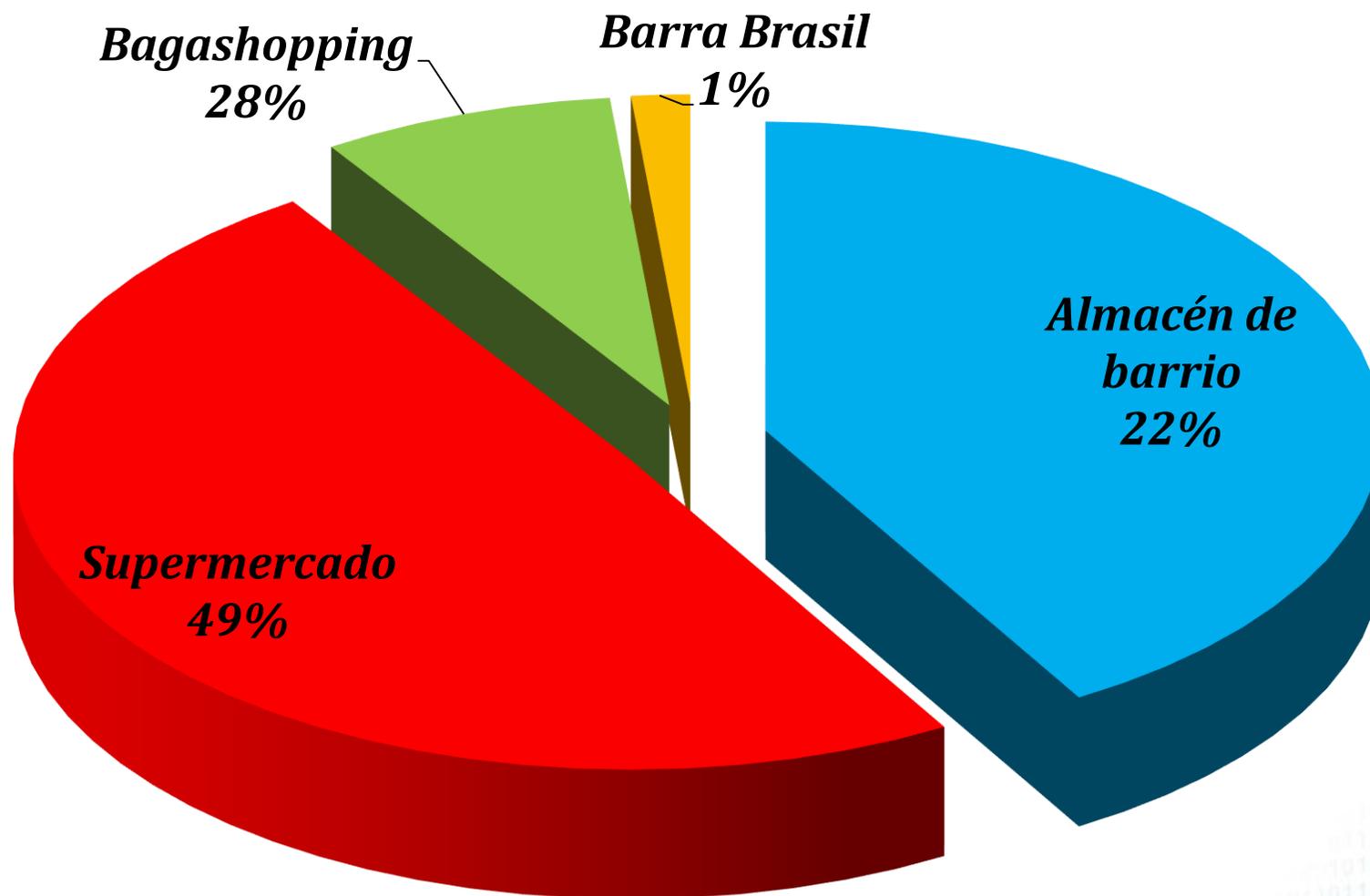
¿Con qué frecuencia suele hacer compras?



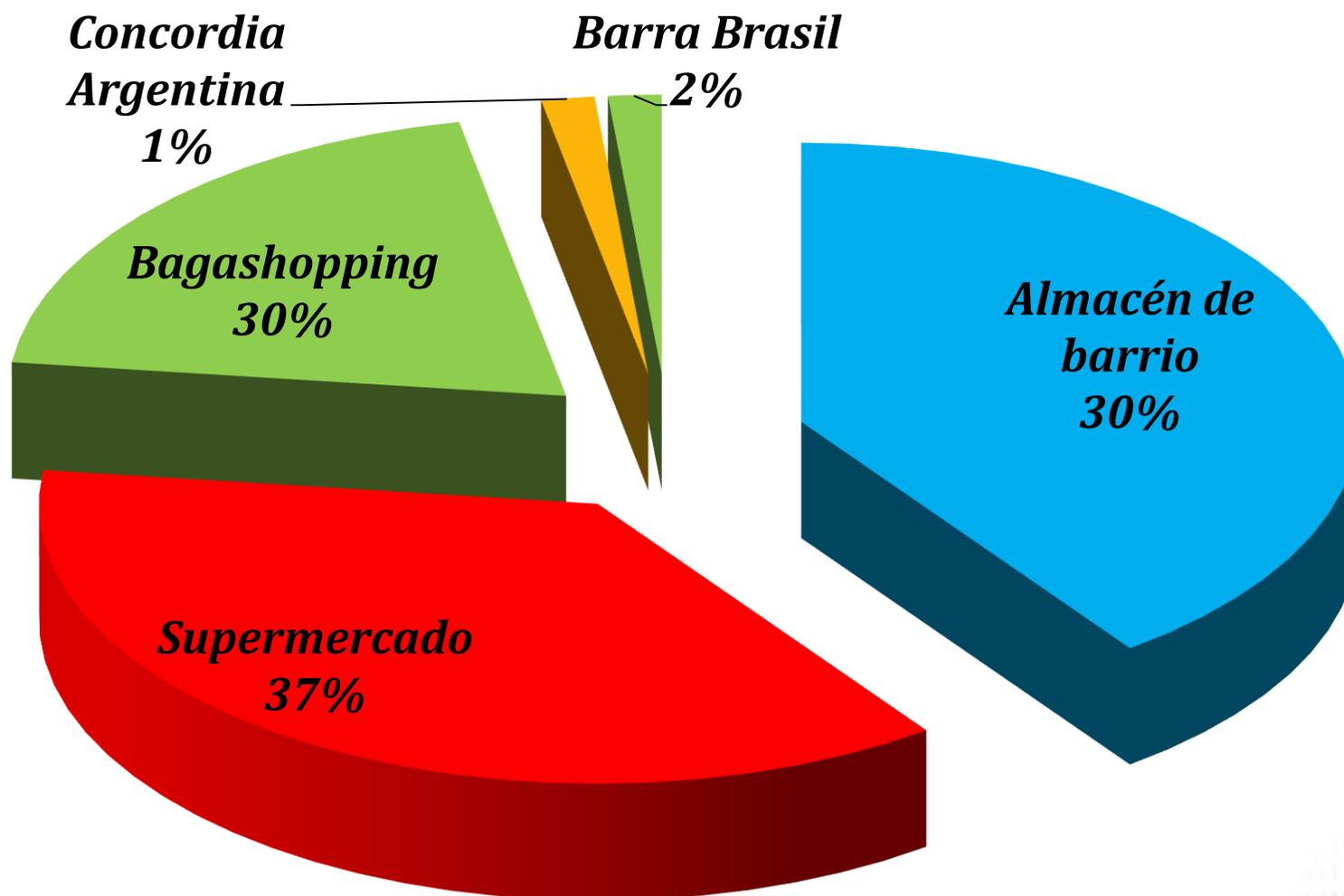
¿En qué momento del día realiza sus compras?



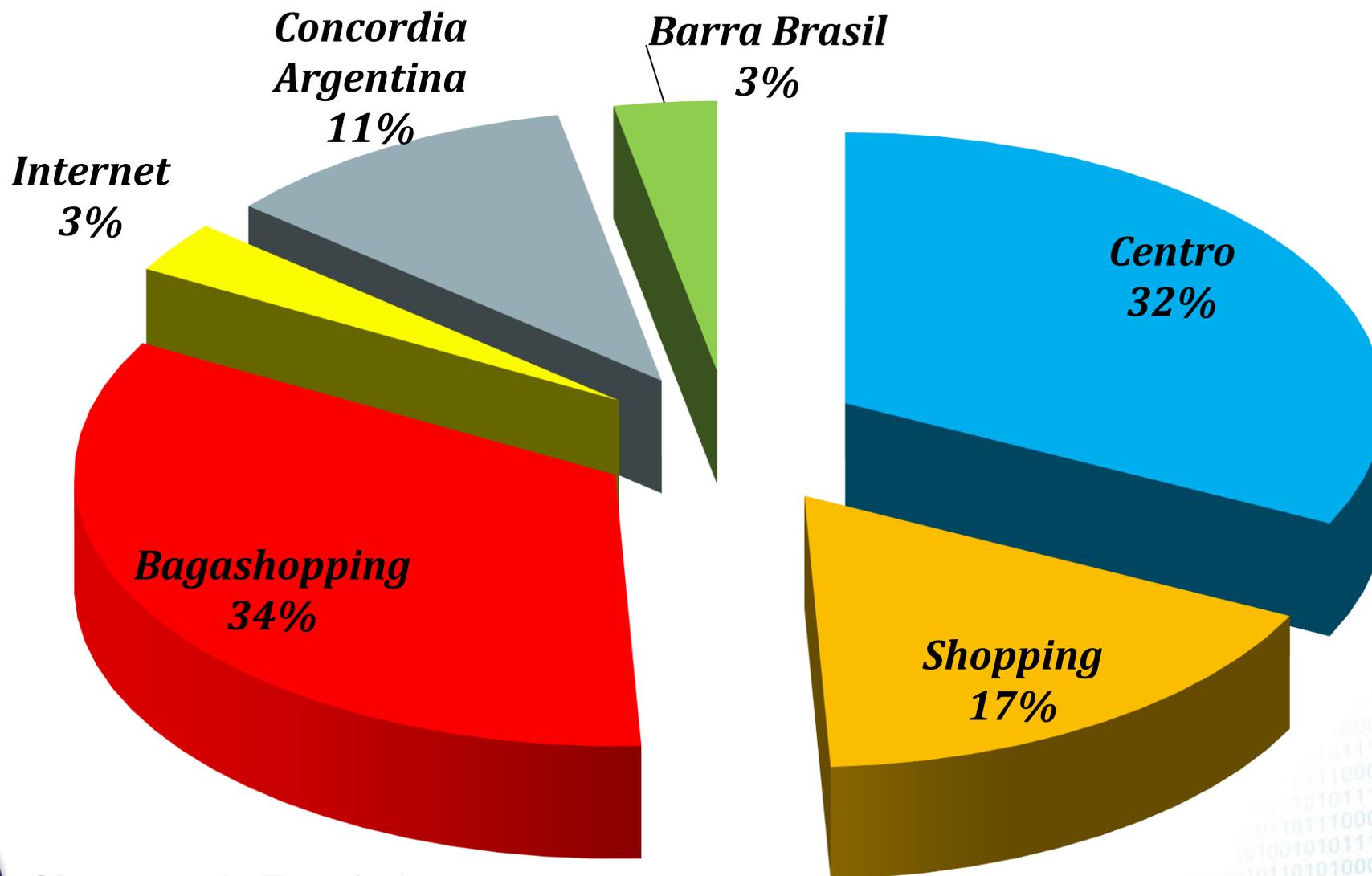
¿Dónde compra productos de alimentación?



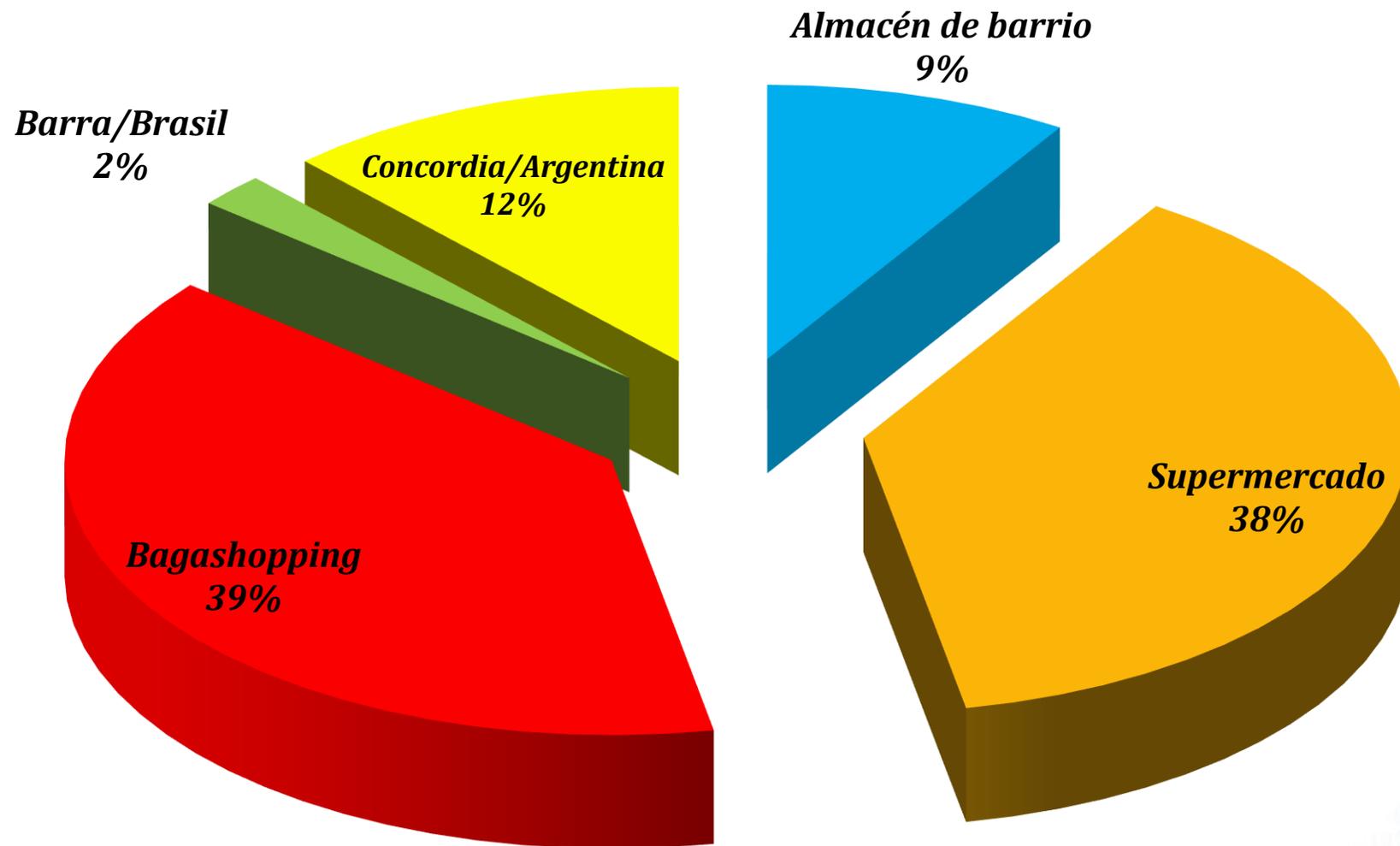
¿Dónde compra productos de limpieza?



¿Dónde adquiere su ropa de vestir?



¿Generalmente donde realiza sus compras?

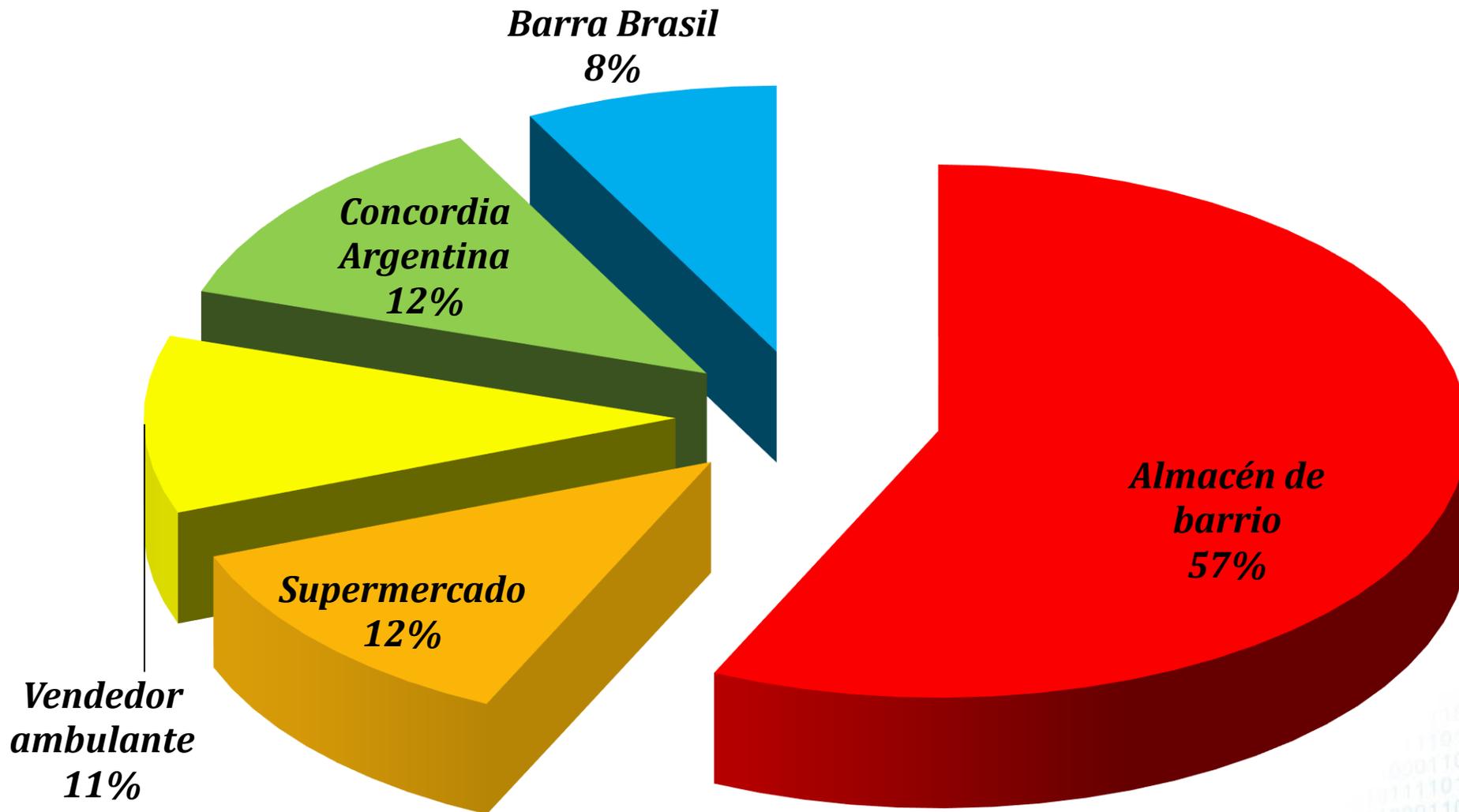


¿Por qué razón principal compra en.....:

	<i>Almacén de barrio</i>	<i>Supermercado</i>	<i>Bagashopping</i>	<i>Concordia/ Argentina</i>	<i>Barra/ Brasil</i>
Cercanía	36%	25%	1%	1%	0%
Precio	32%	13%	56%	61%	0%
Ofertas	4%	16%	14%	20%	100%
Buena Atención	12%	0%	0%	2%	0%
Calidad	0%	4%	0%	2%	0%
Seguridad	0%	3%	0%	0%	0%
Opciones de pago	4%	16%	14%	4%	0%
Estacionamiento	0%	9%	0%	0%	0%
Costumbre	12%	14%	15%	10%	0%



¿Qué tipo de establecimiento le otorga mejor trato como cliente?



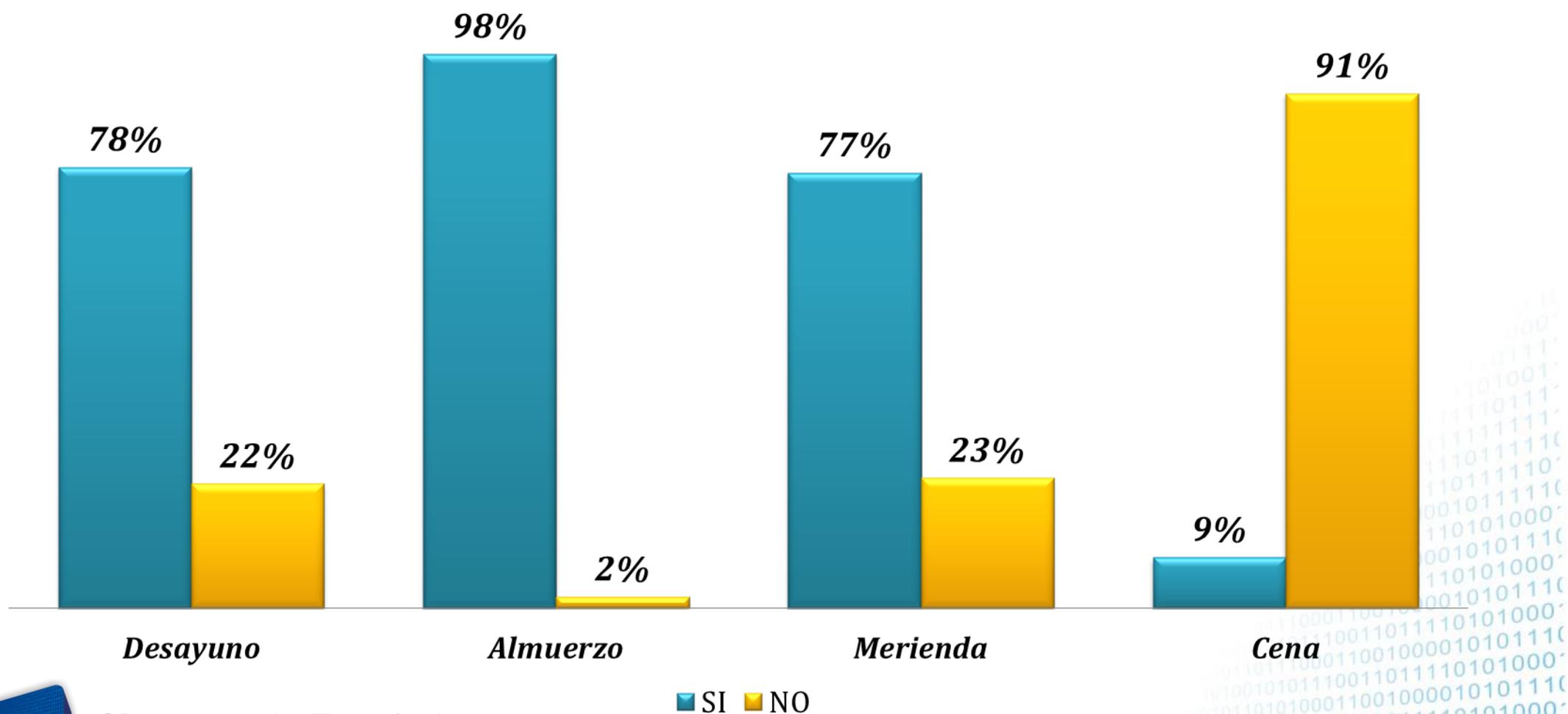
HÁBITOS DE CONSUMO



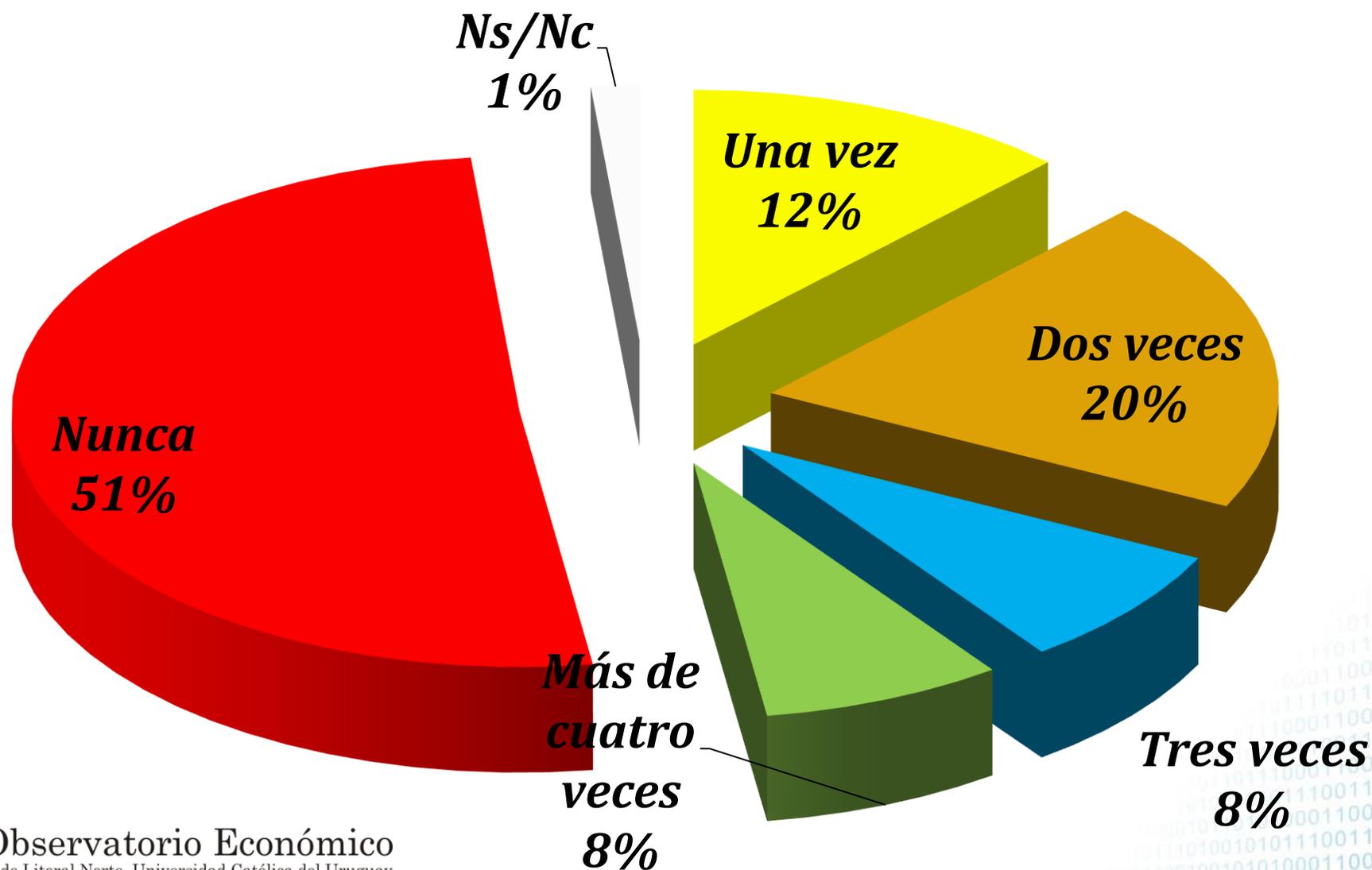
Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay



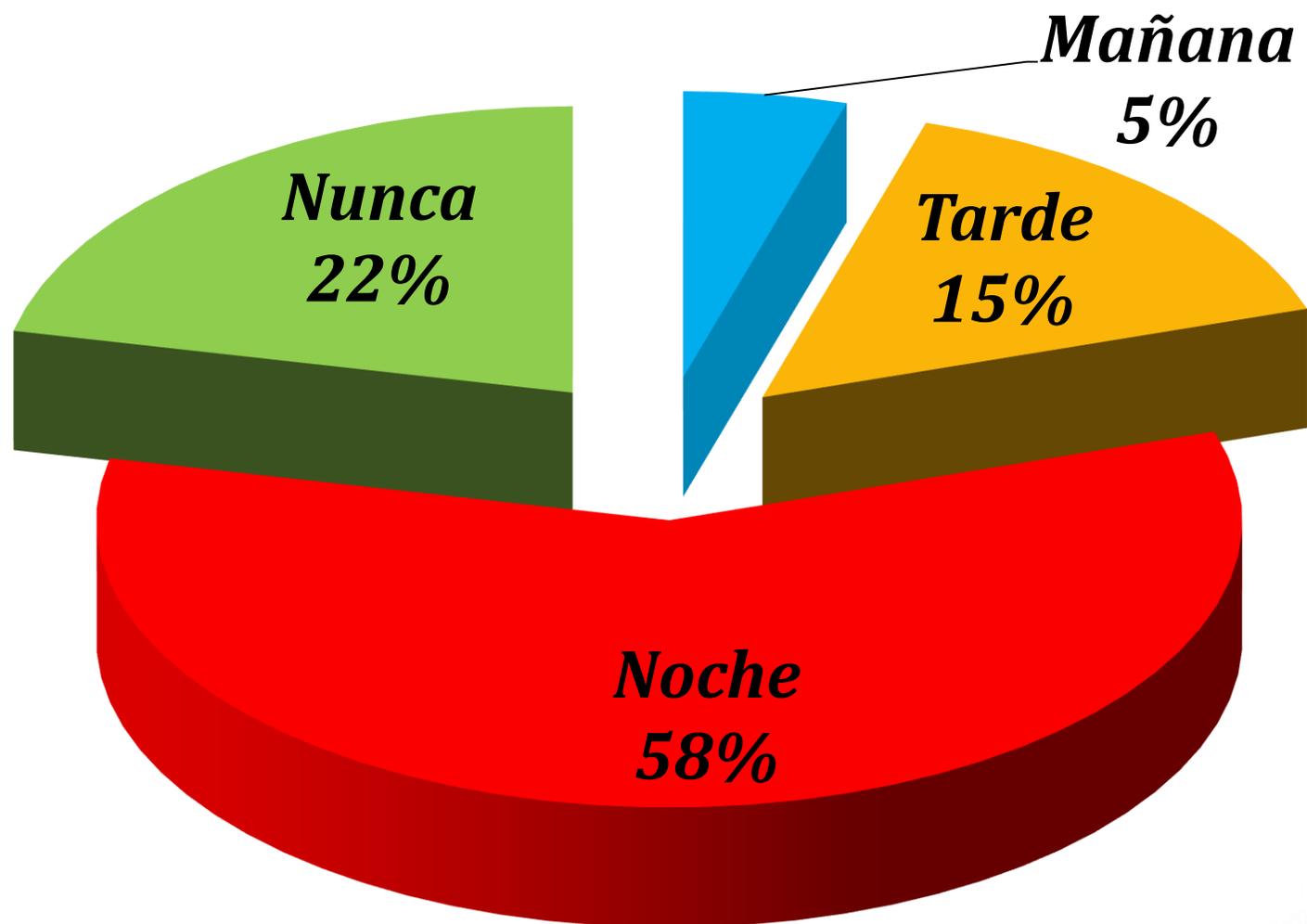
¿Cuáles comidas realiza en el día?



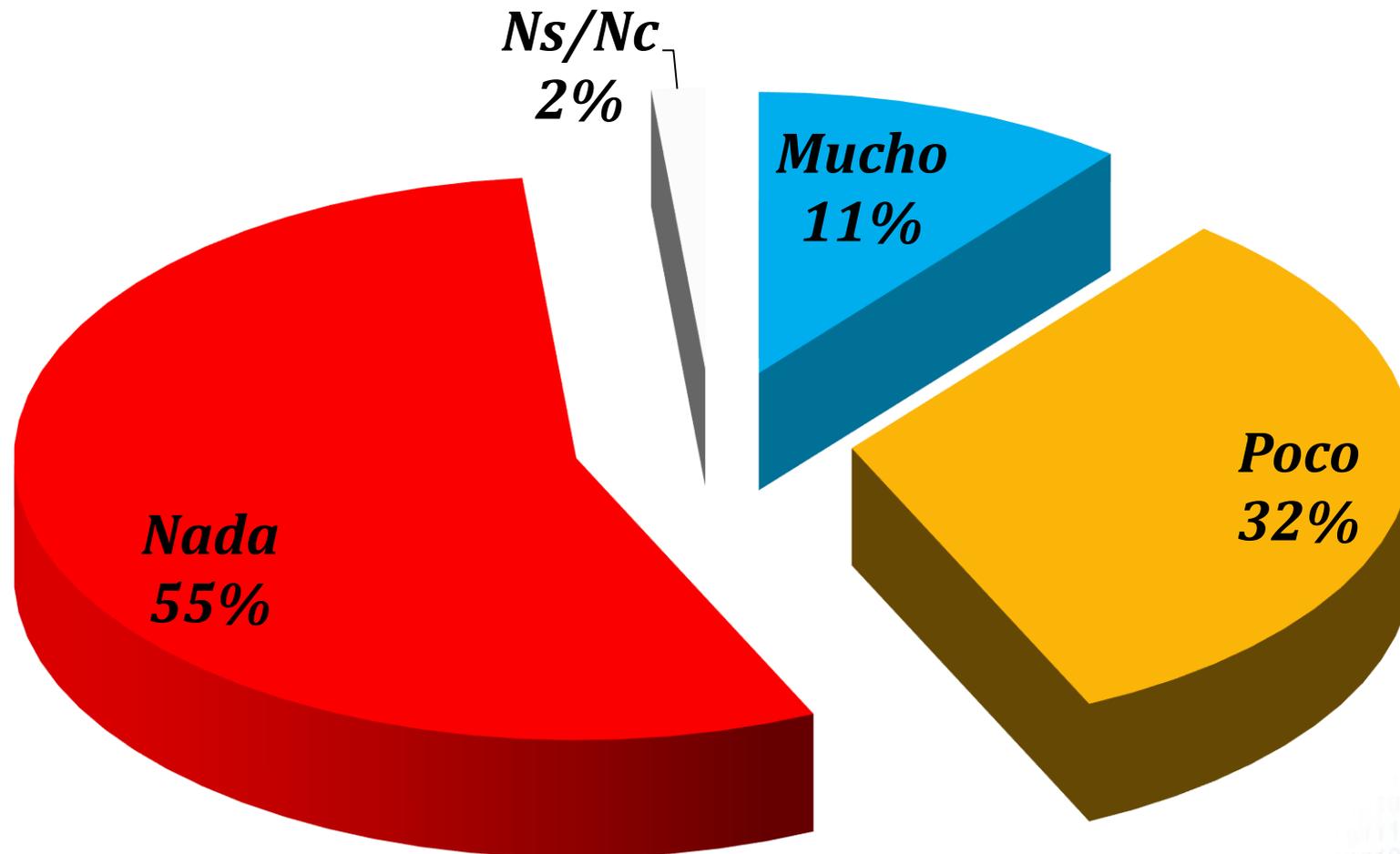
¿Con que frecuencia semanal consume comida rápida?



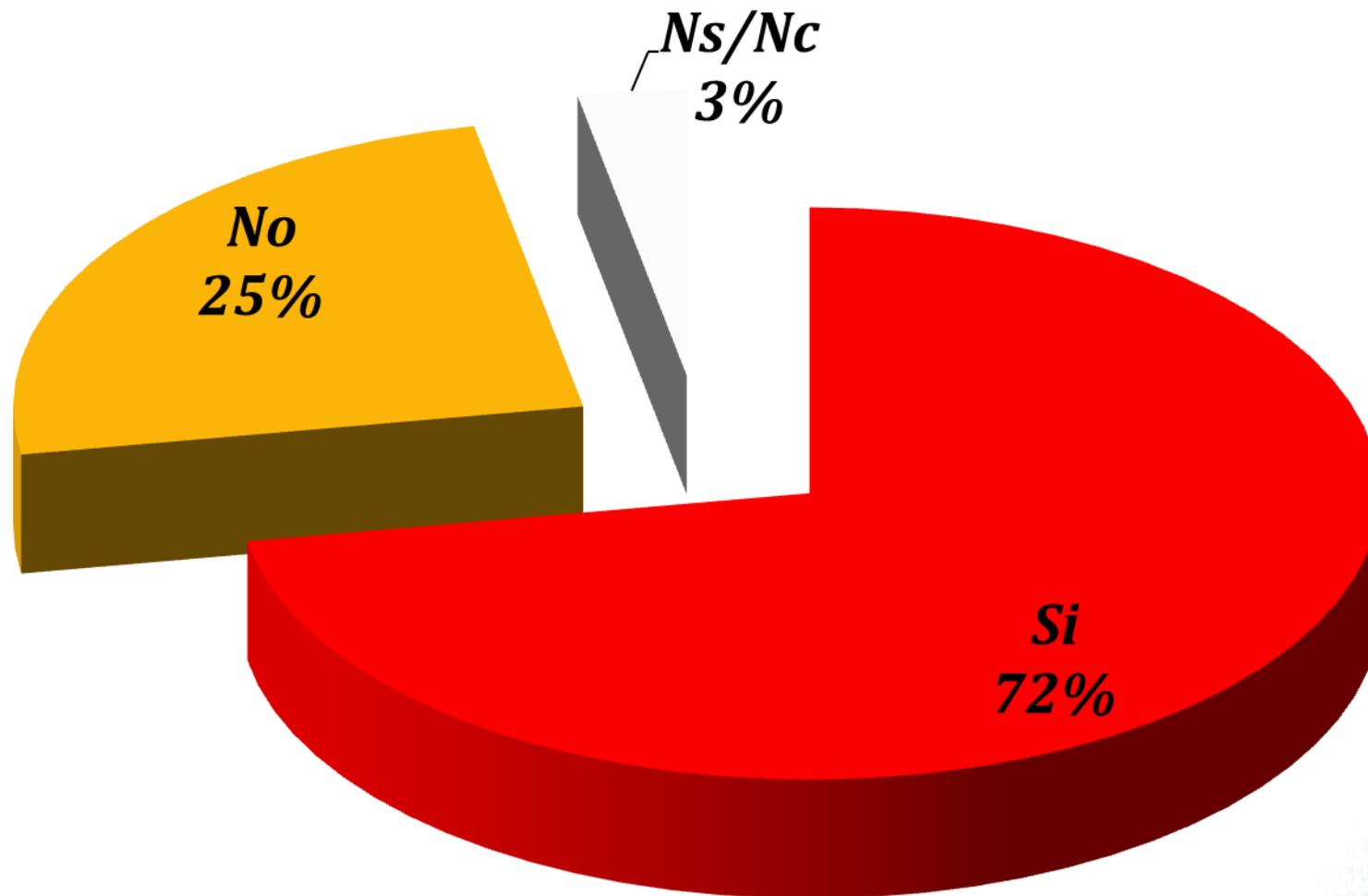
¿En qué horario mira habitualmente televisión?



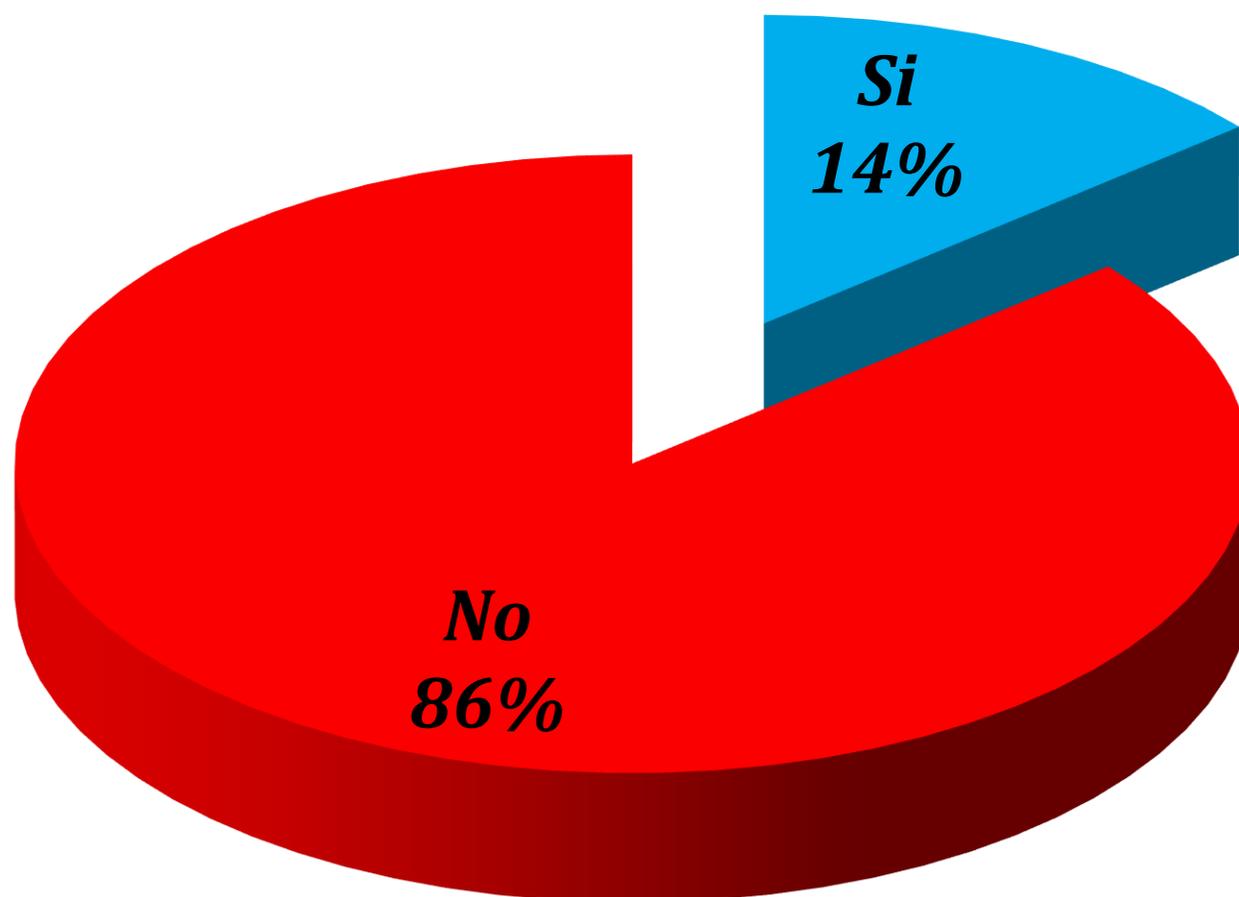
Al momento de decidir la compra de un alimento, ¿cuánto influye su información nutricional, contenida en el envase del producto?



Al momento de la compra tiene en cuenta la fecha de vencimiento?



Al momento de la compra, ¿valora el contenido de azúcar y grasas del producto?



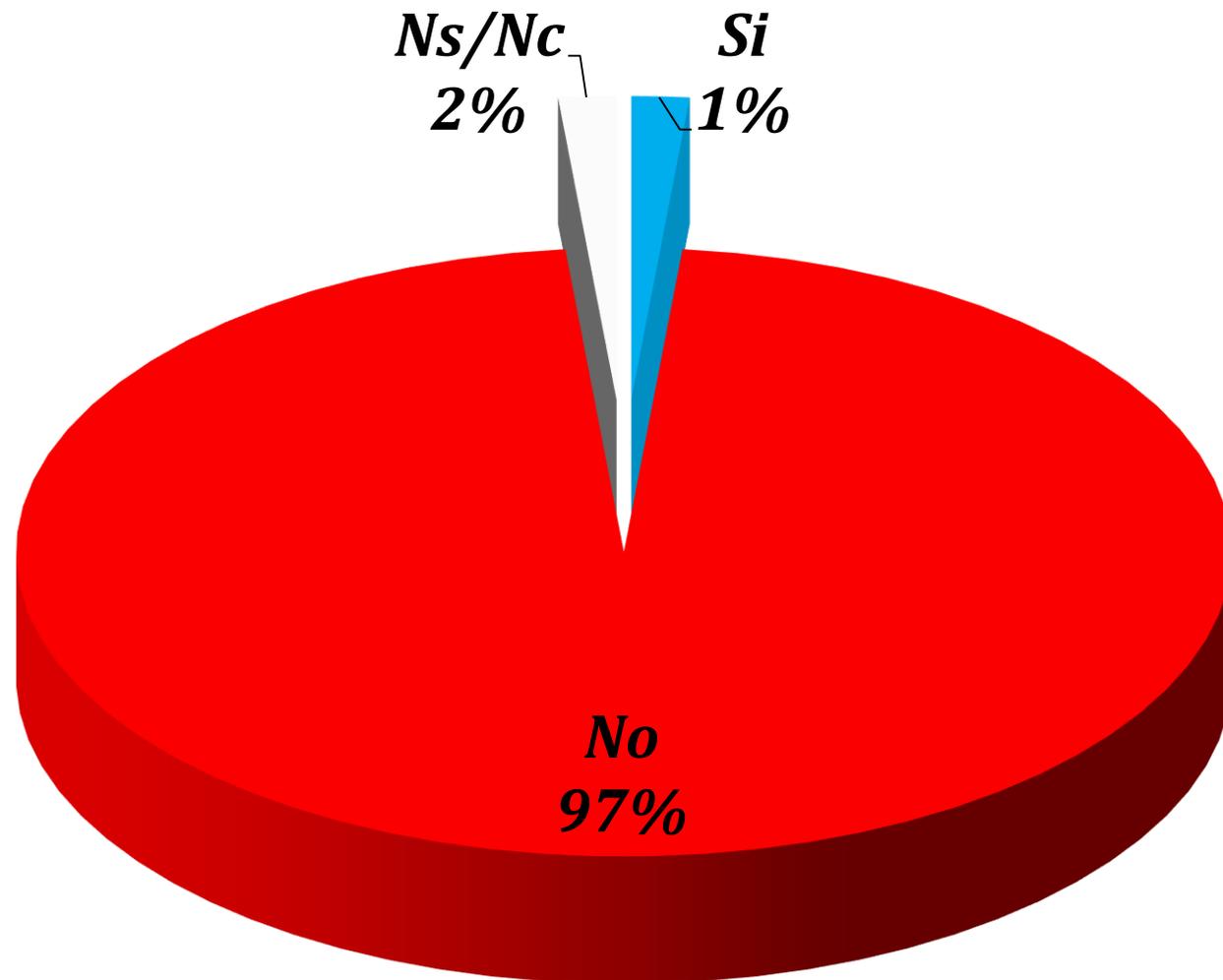
CANALES DE COMPRAS



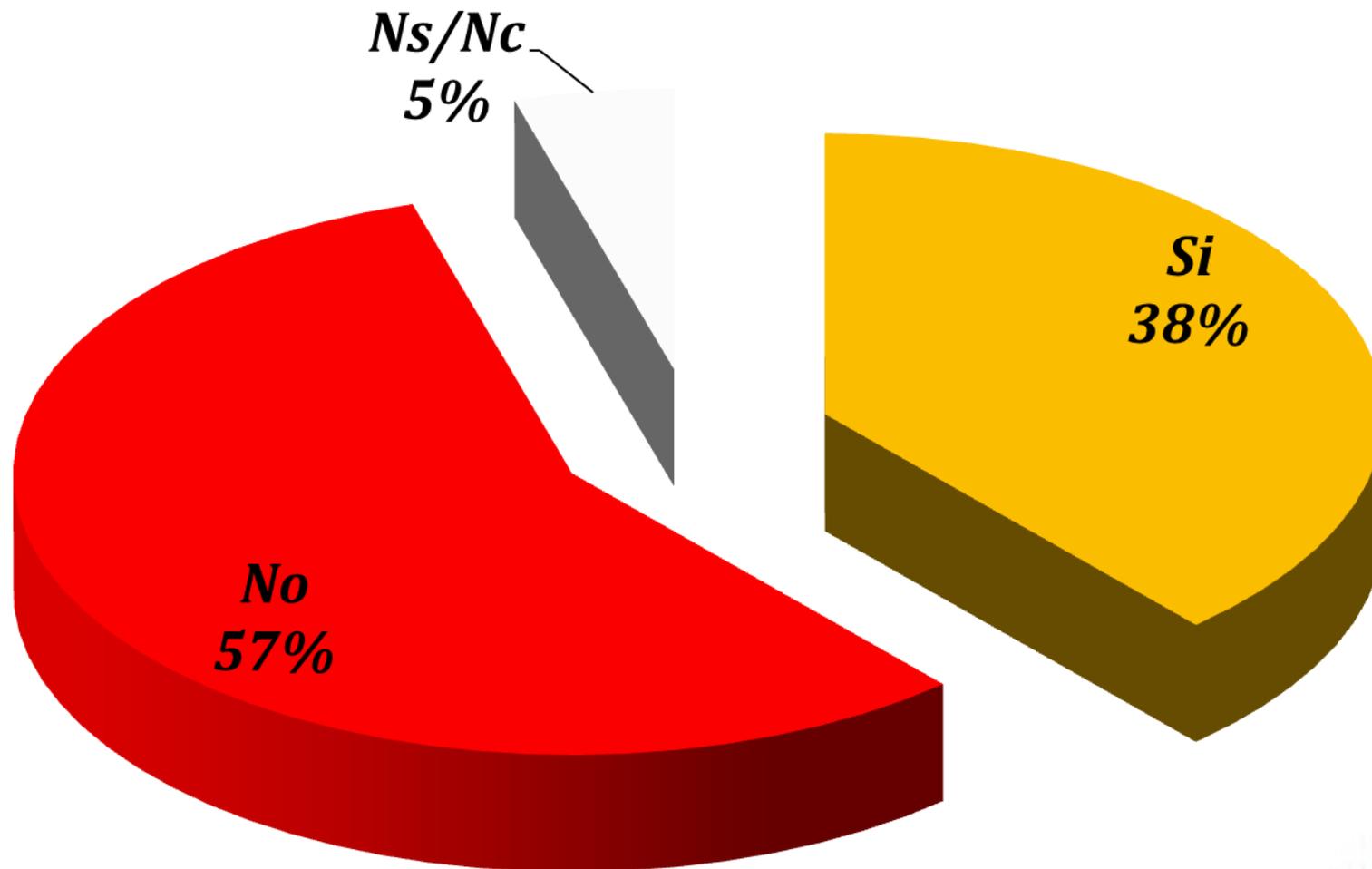
Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay



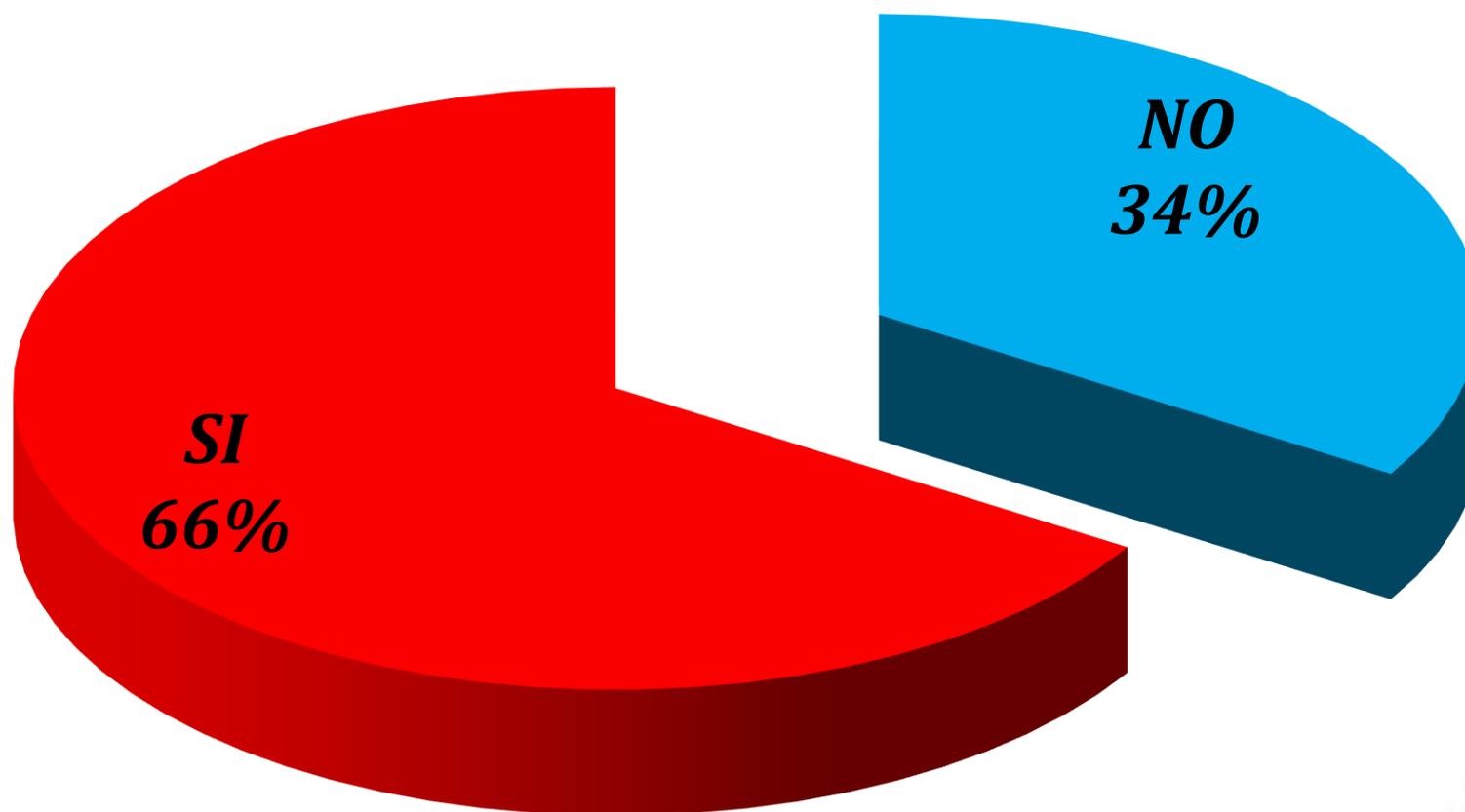
¿Utiliza sistemas de compras de supermercado por internet?



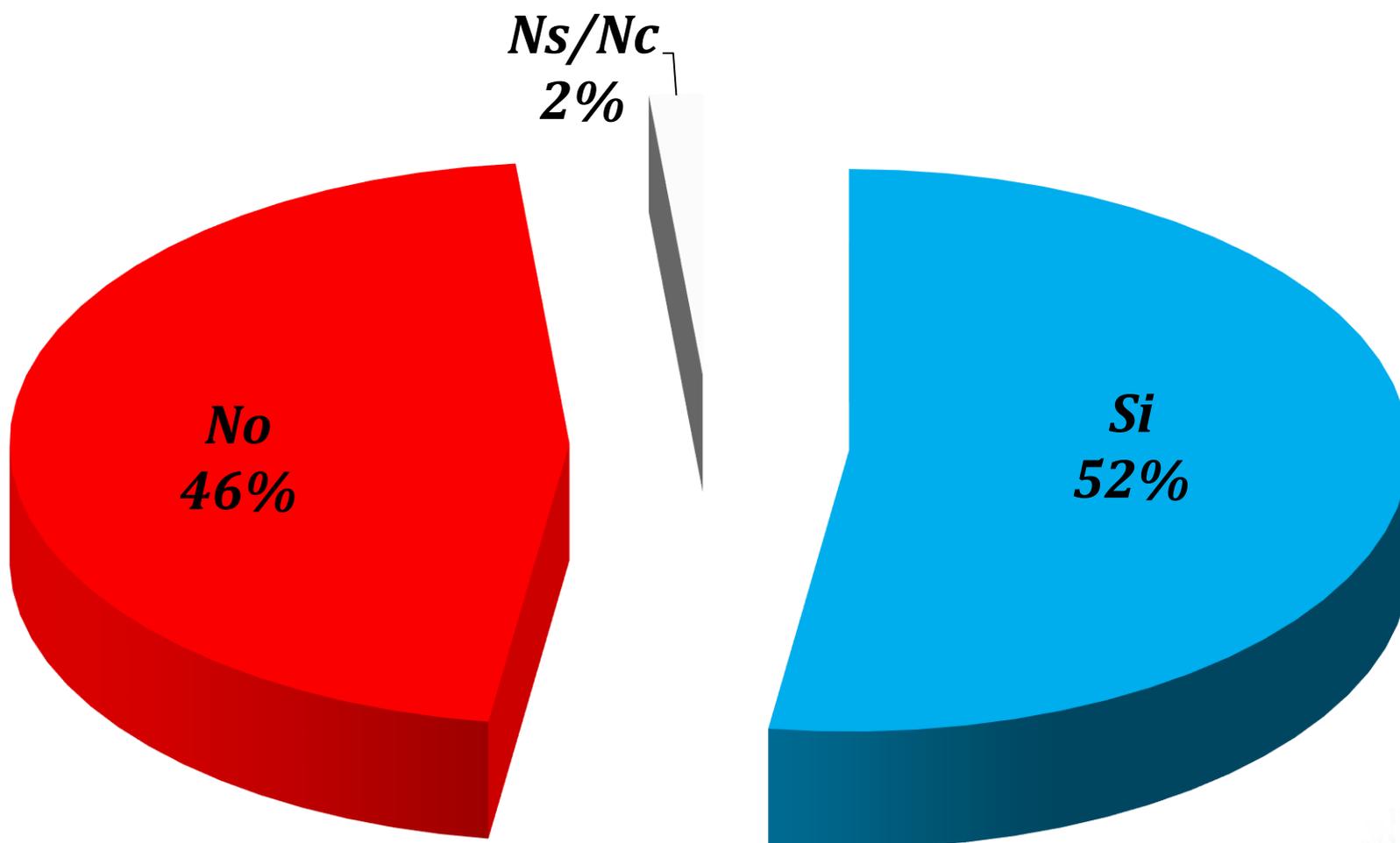
¿Le influye la publicidad a la hora de hacer compras?



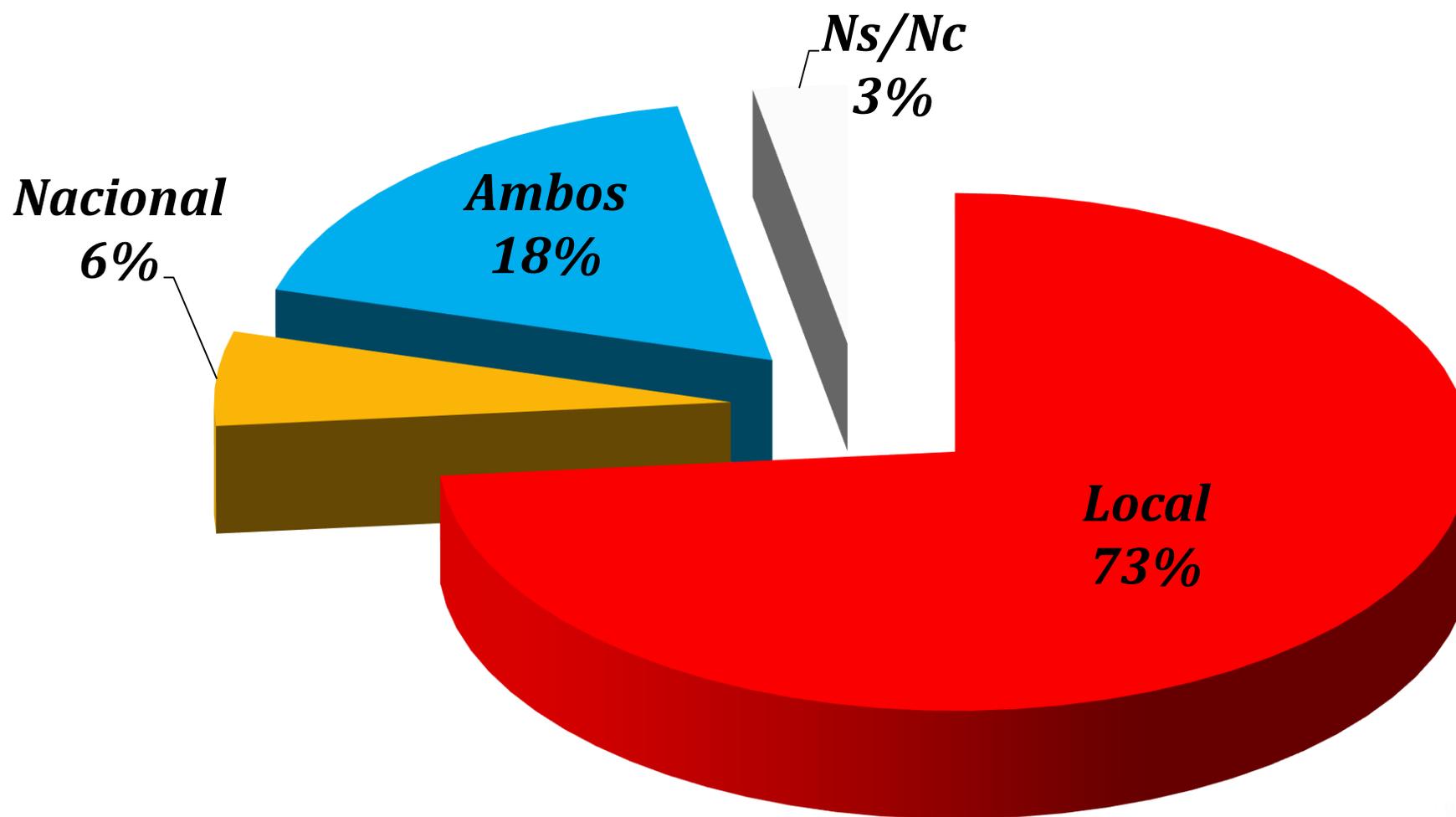
¿Escucha radio?



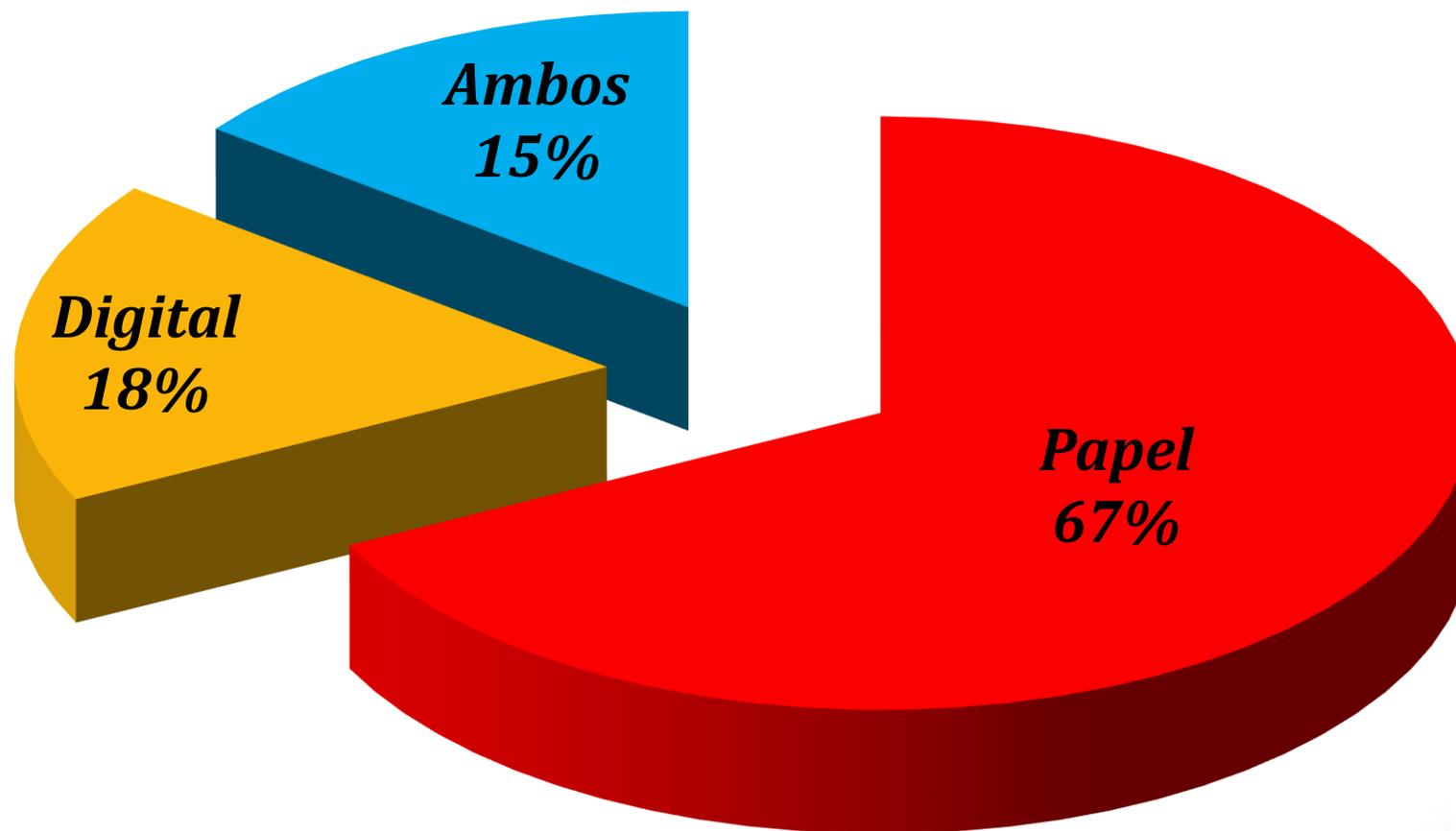
¿Usted lee diarios?



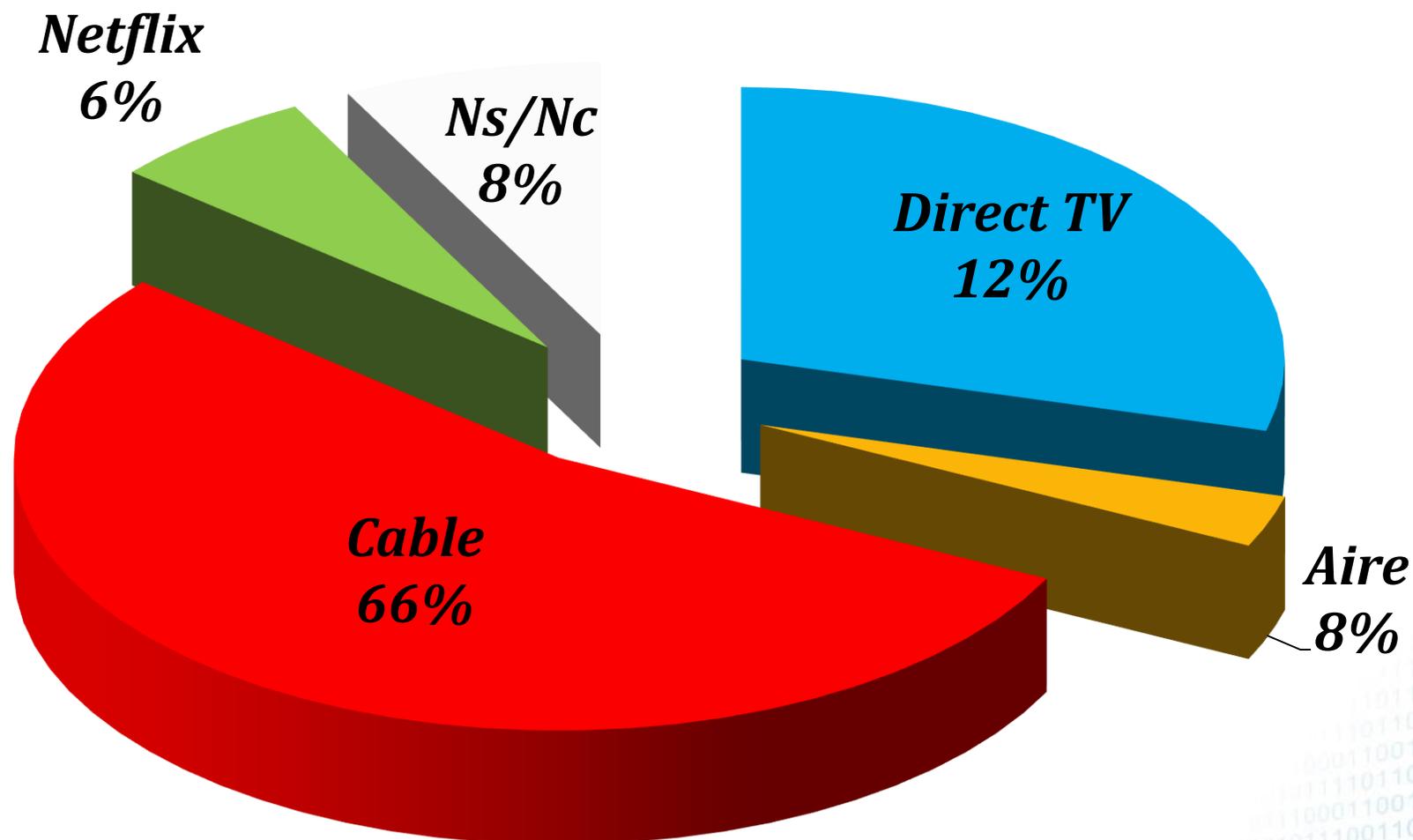
¿Qué diario prefiere?



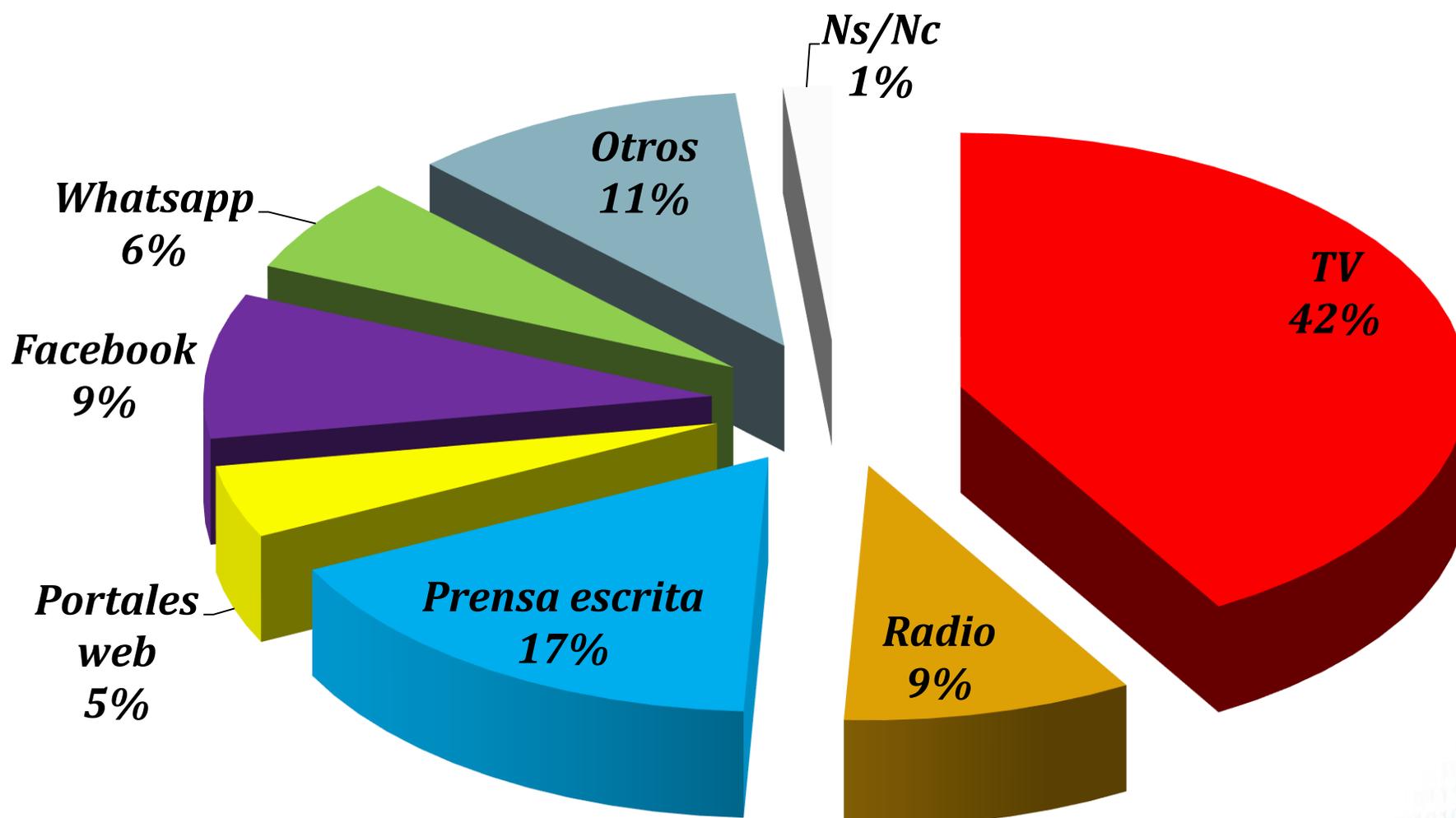
Si lee diarios, ¿en qué formato lo hace?



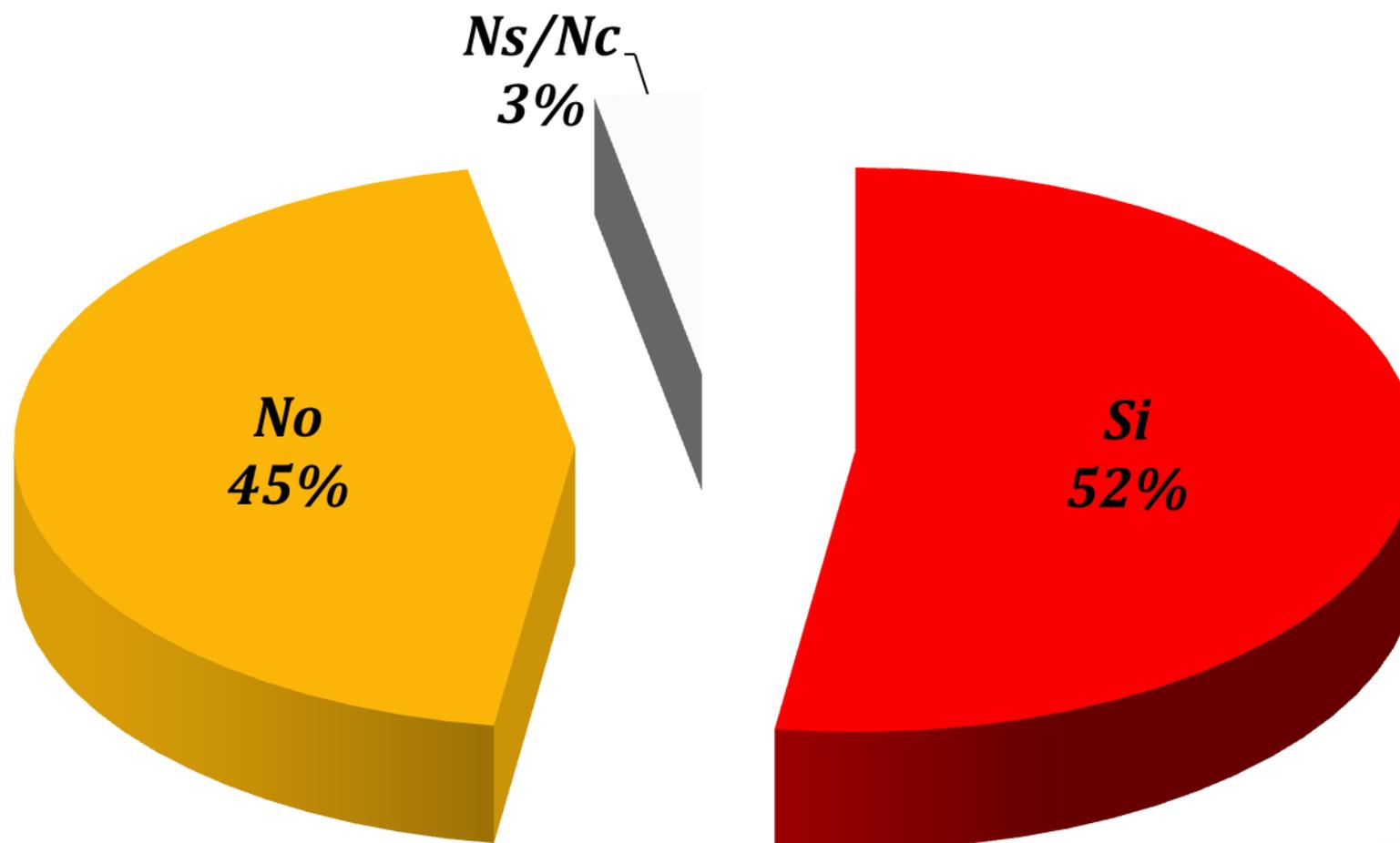
¿Principalmente mira tv por:



A la hora de informarse, principalmente lo hace a través de:



¿Mira canales de televisión locales?



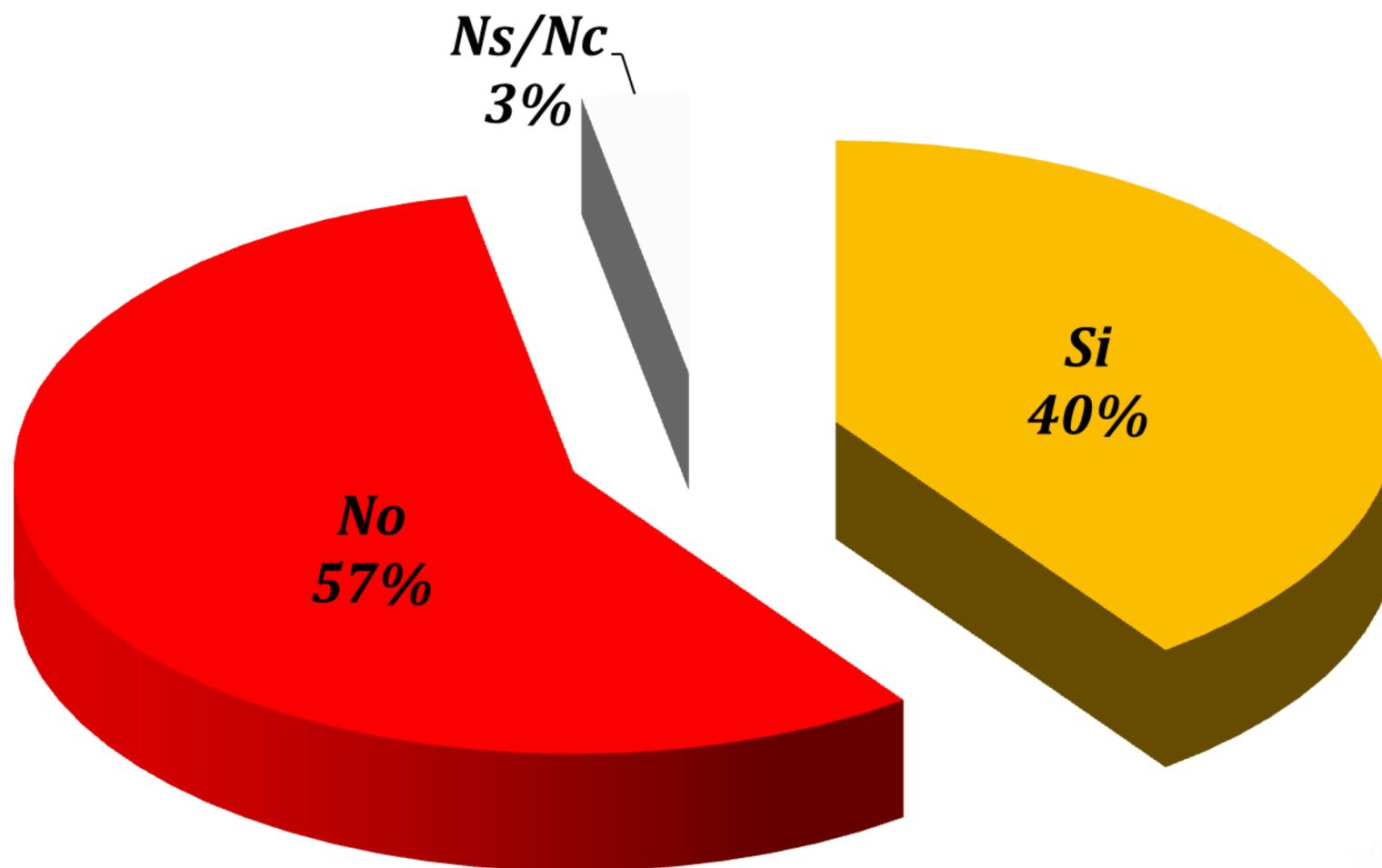
RECREACION / ESPARCIAMIENTO / CULTURA



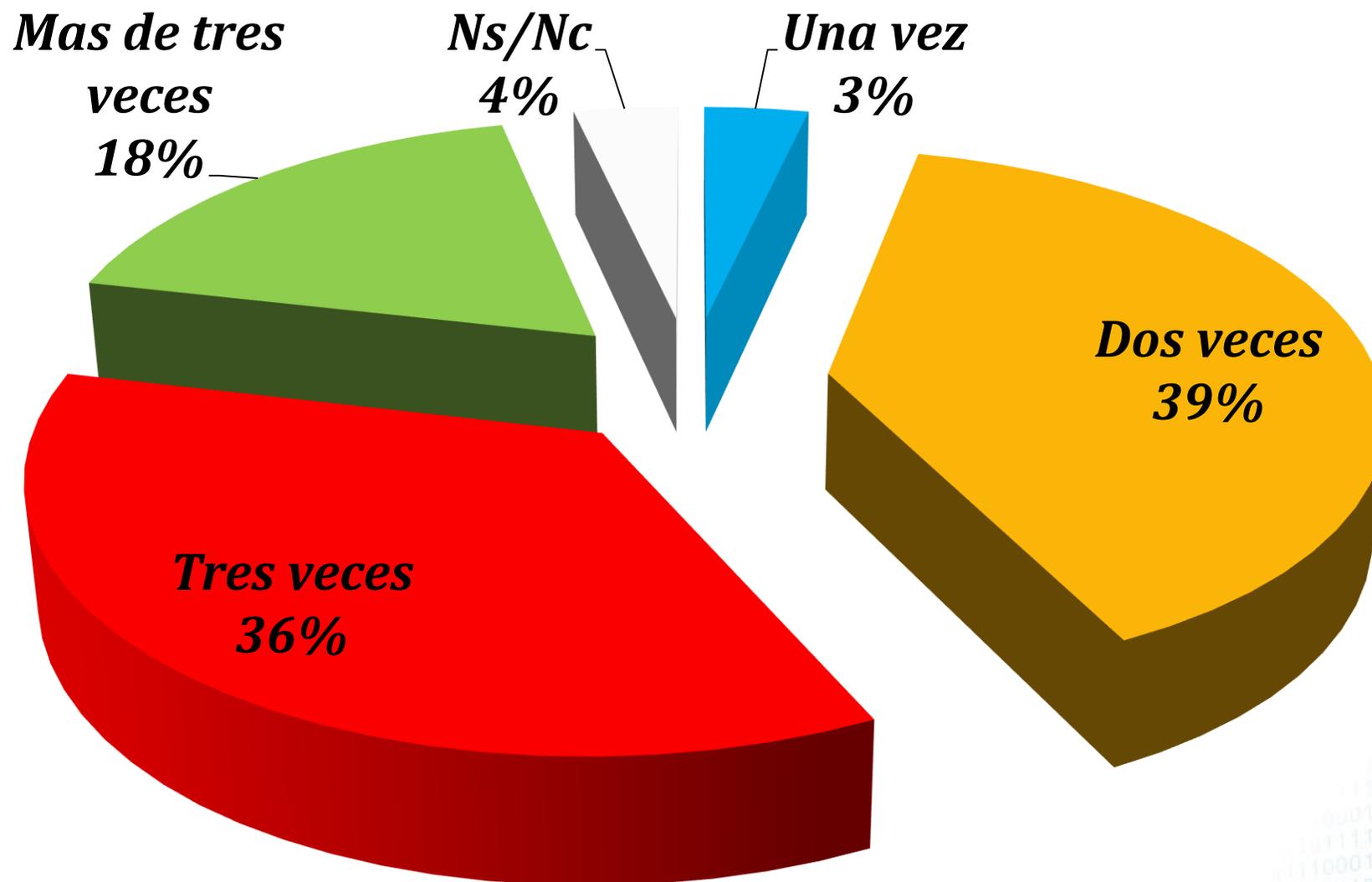
Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay



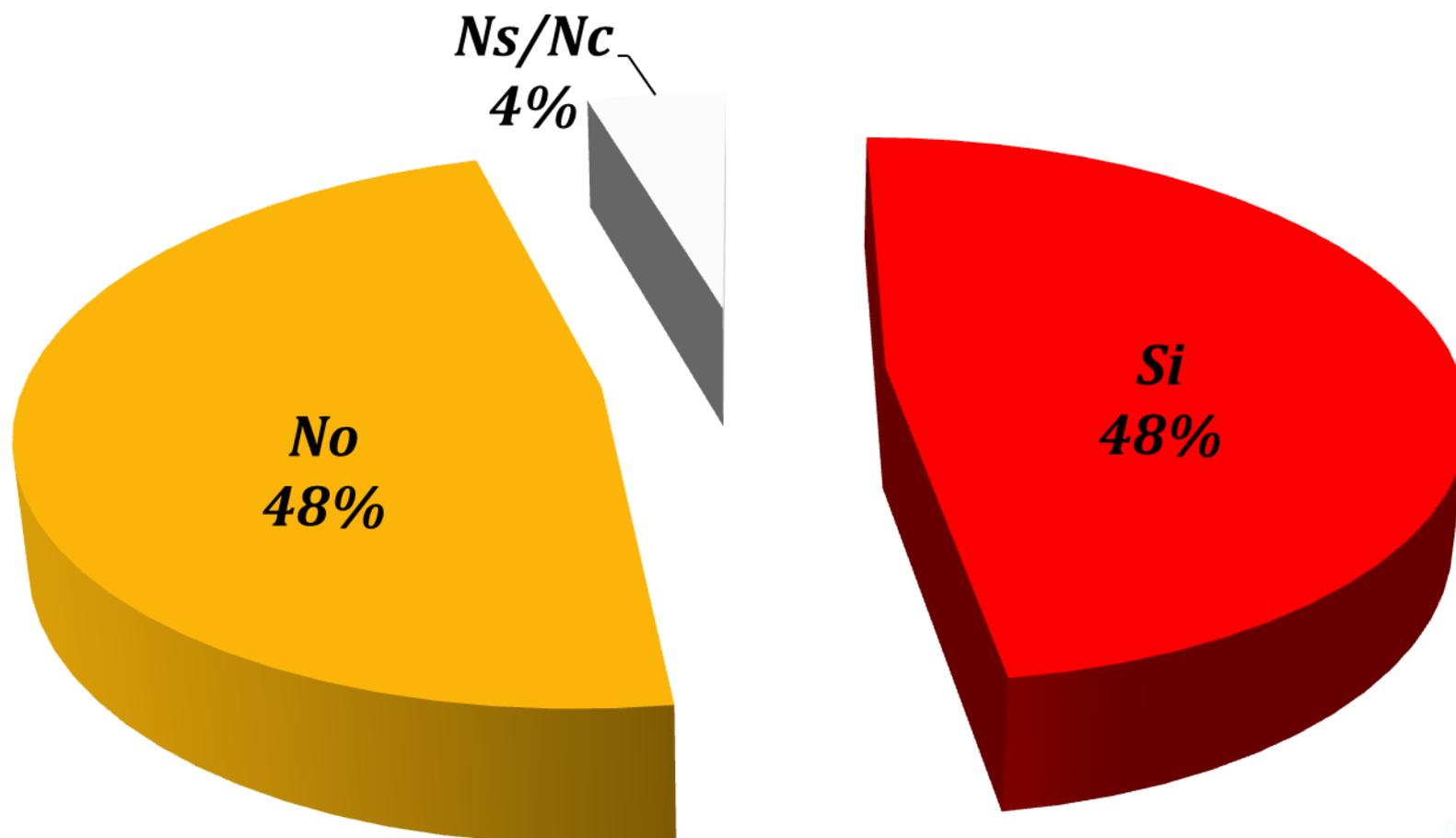
¿Realiza actividades físicas?



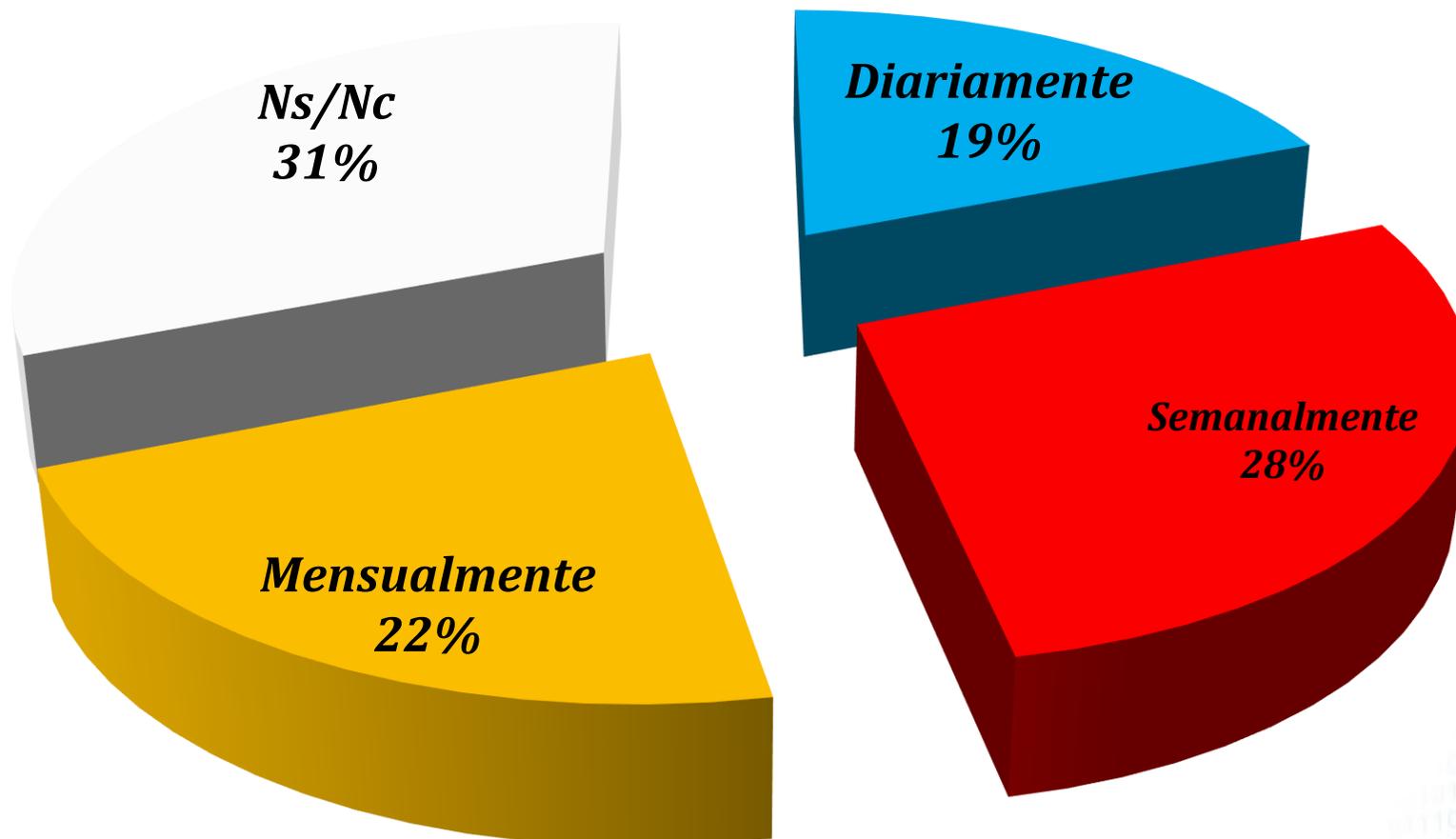
¿Con que frecuencia realiza semanalmente actividad física?



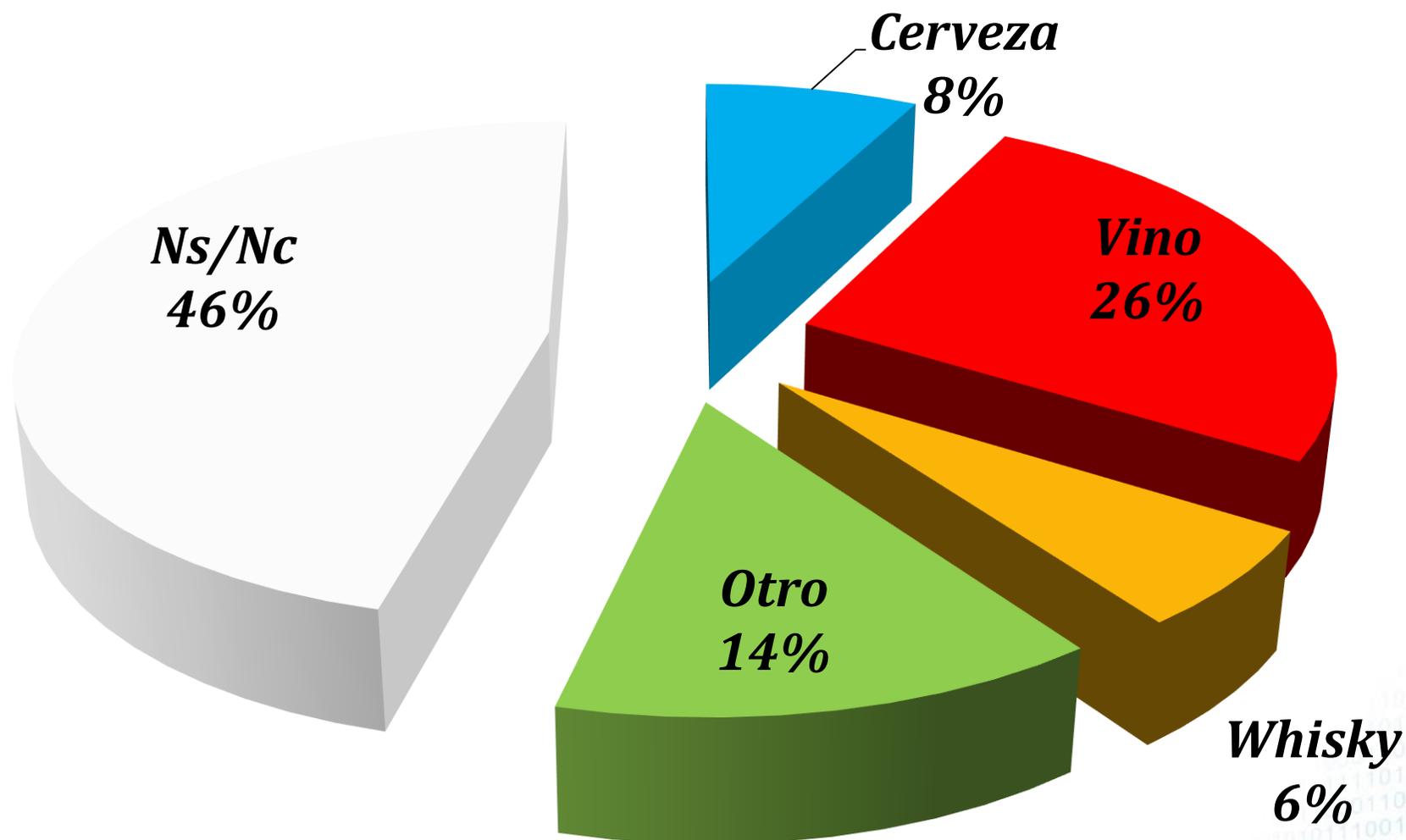
¿Consume habitualmente bebidas alcohólicas?



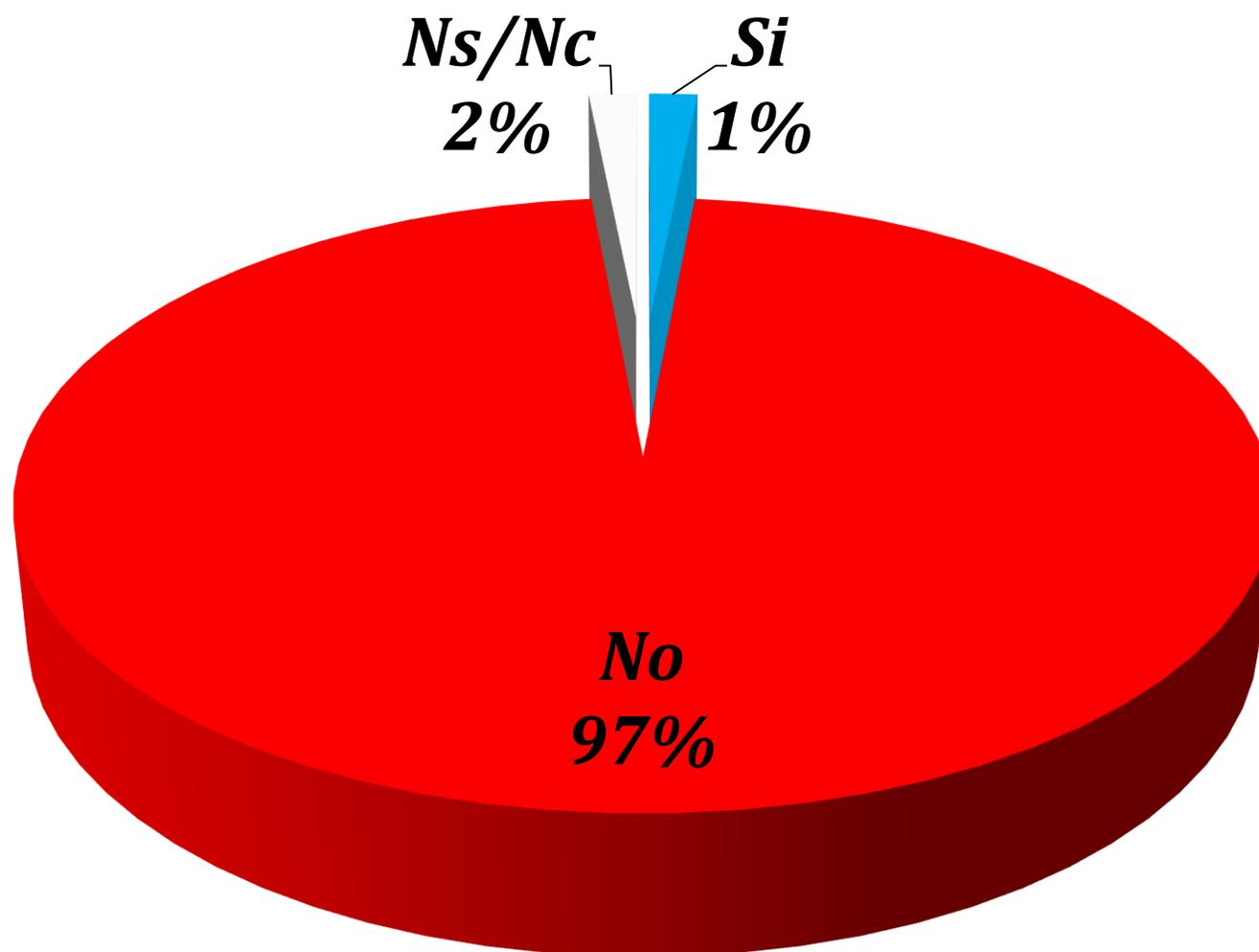
¿Cada cuánto consume bebidas alcohólicas?



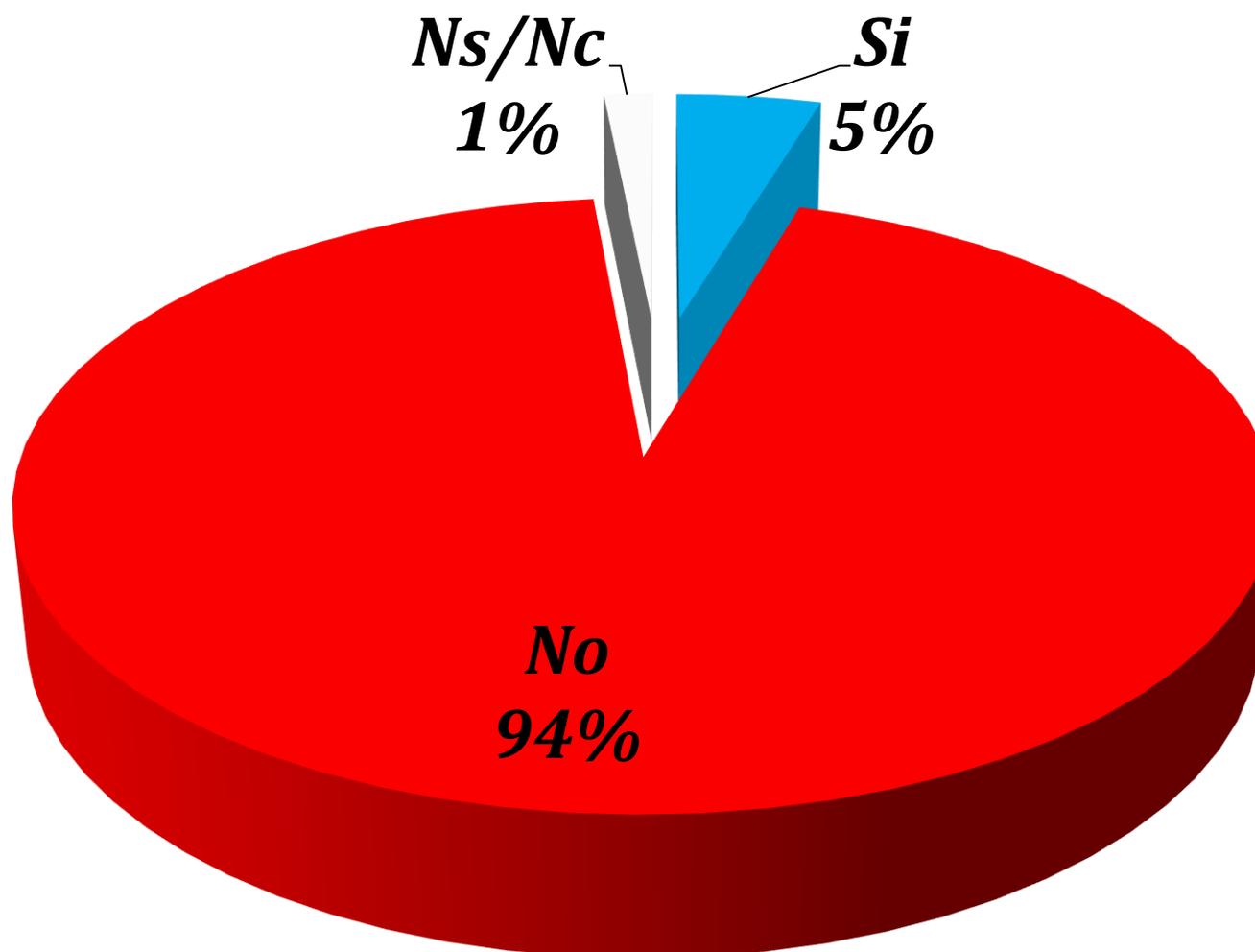
¿Qué tipo de bebidas alcohólicas?



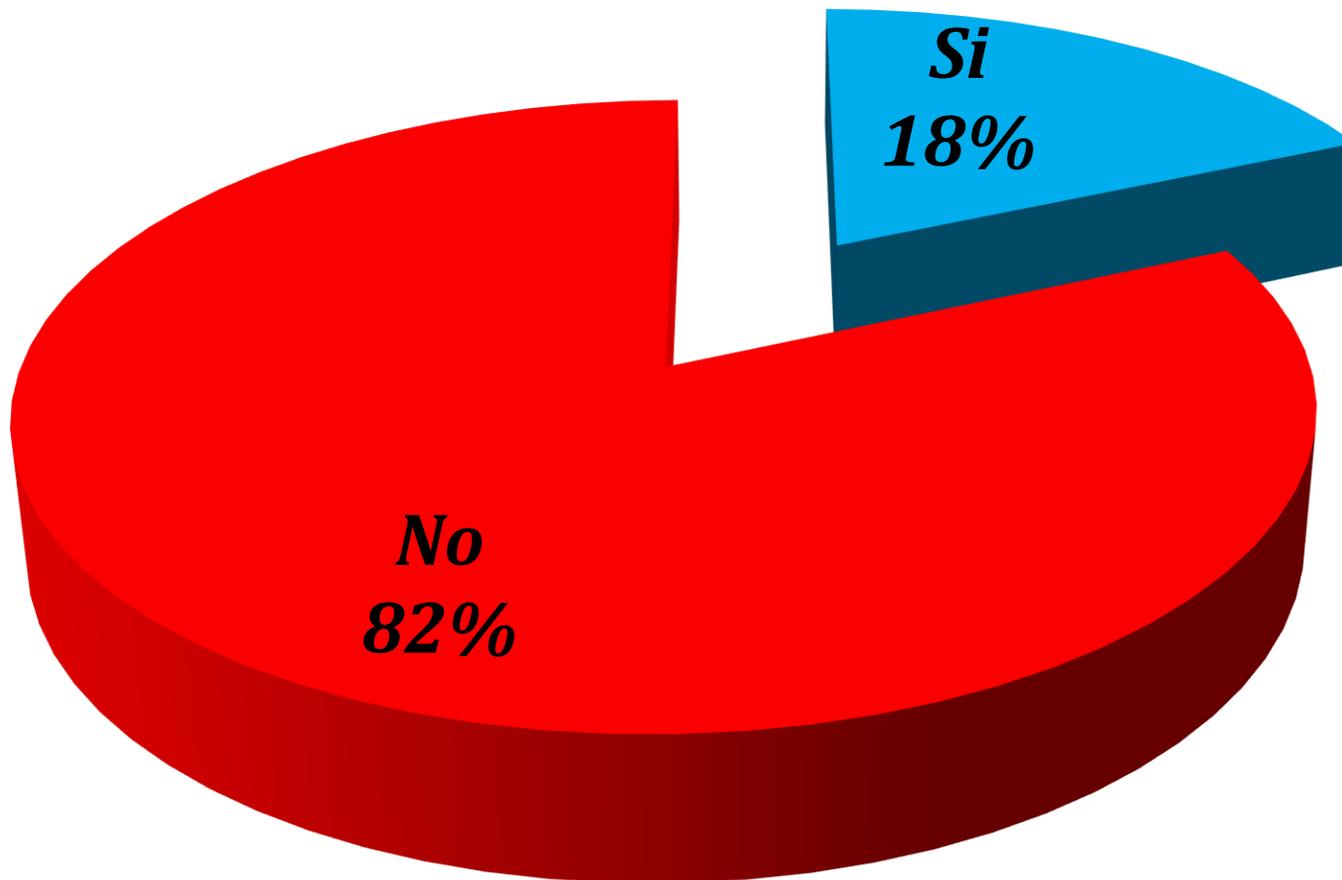
¿Visitó museos locales en los últimos 6 meses?



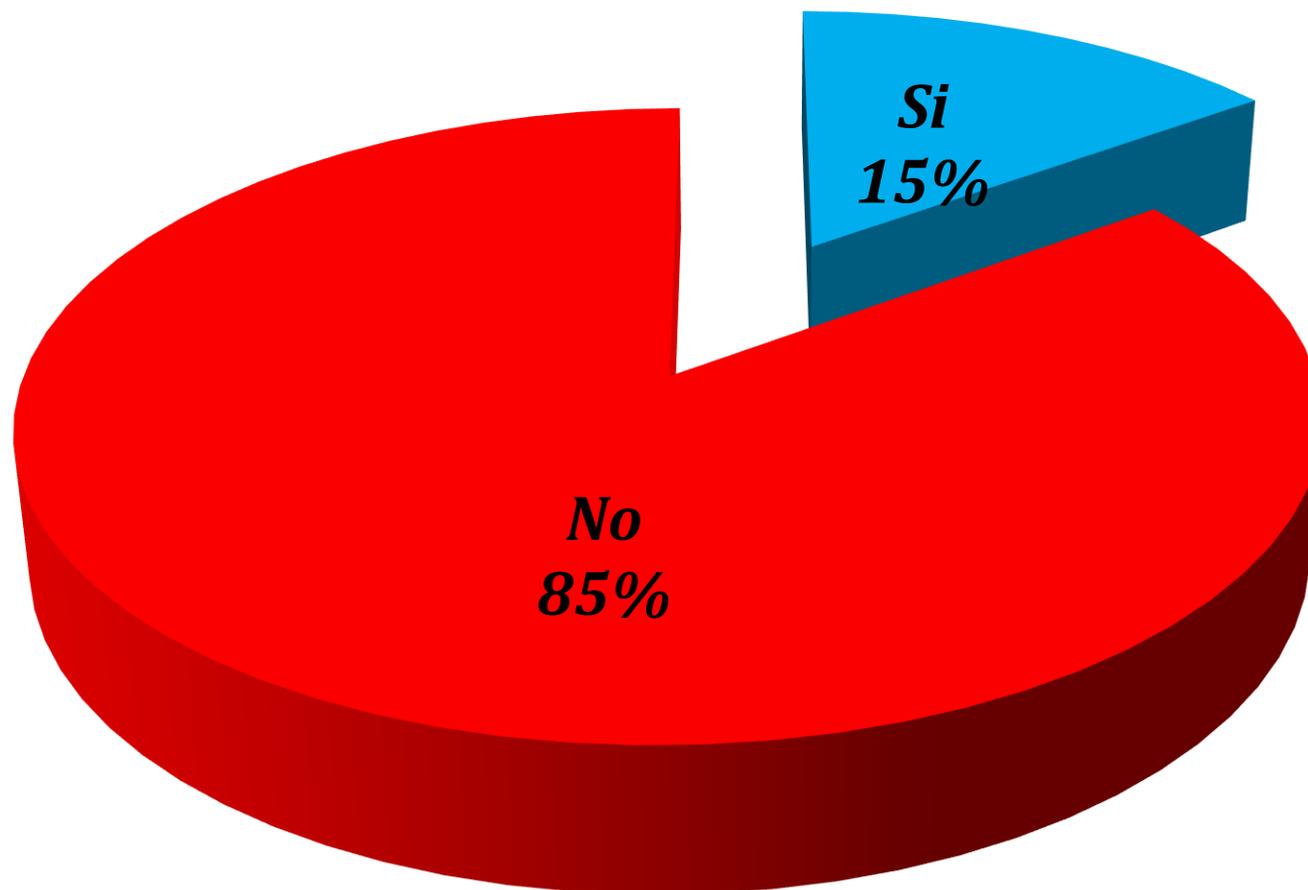
¿Asistió al teatro en los últimos 6 meses?



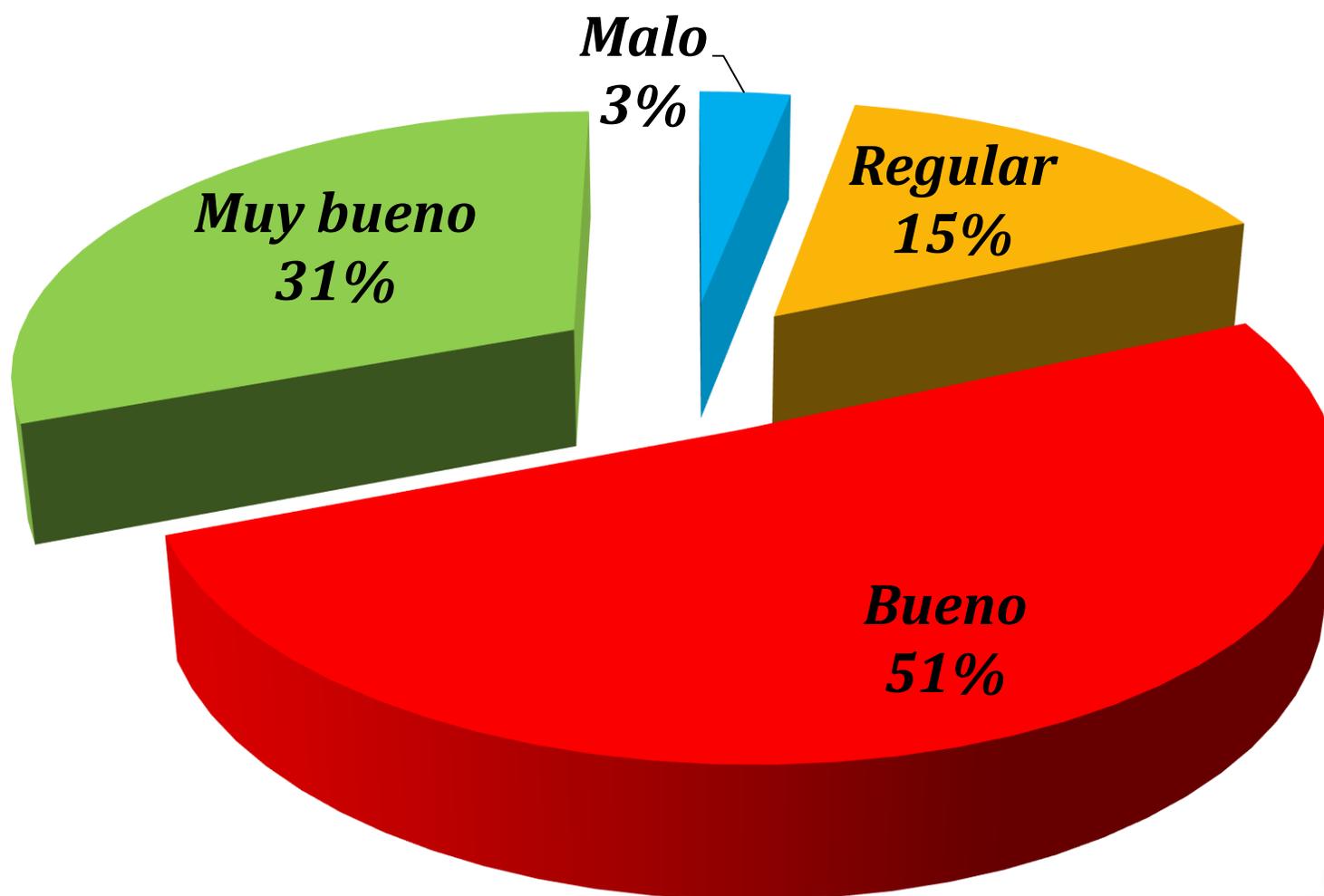
¿Leyó algún libro en los últimos 6 meses?



¿Asistió al cine en los últimos 6 meses?



¿Cómo considera su estado de salud?



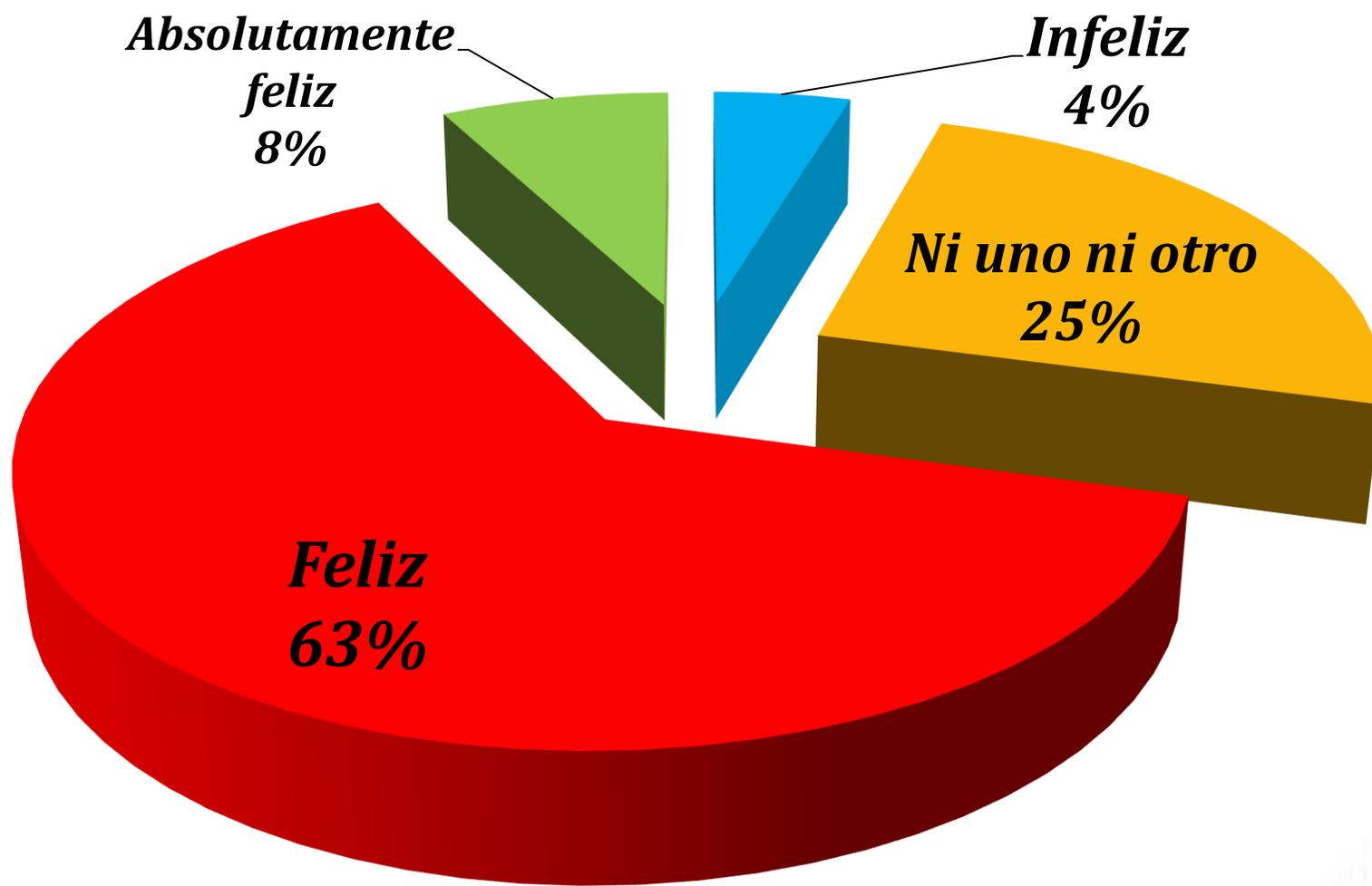
FELICIDAD SUBJETIVA



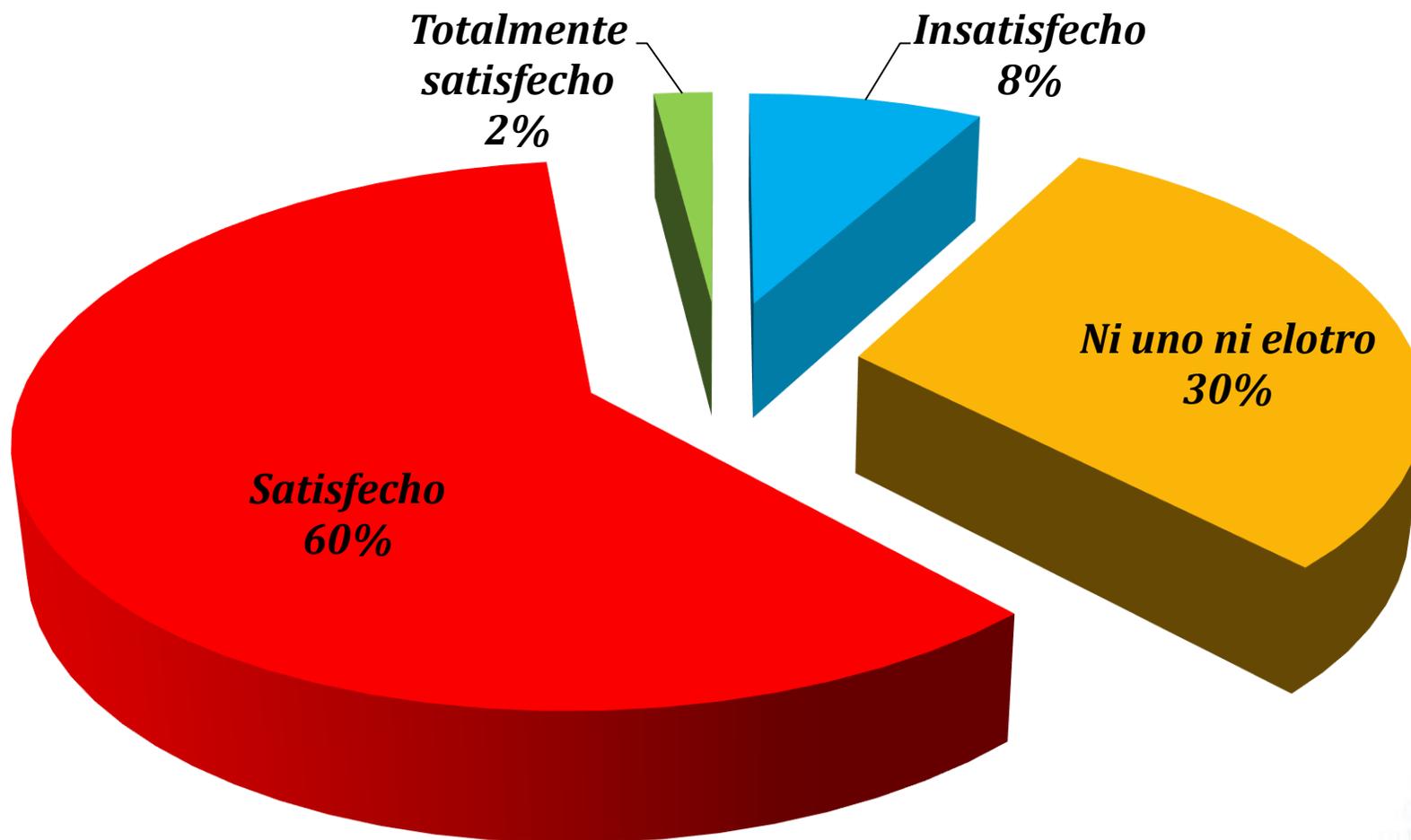
Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay



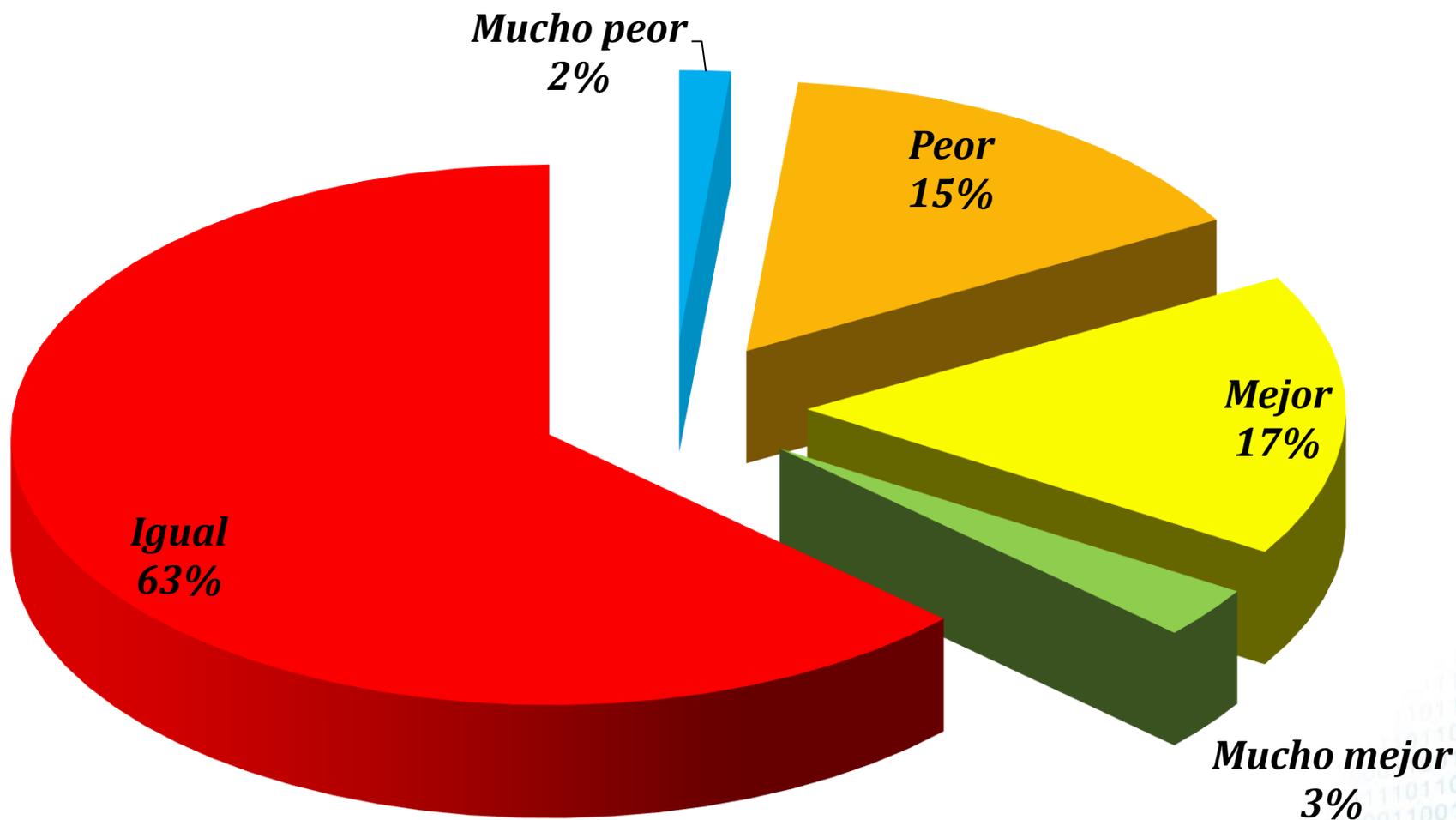
En términos generales, ¿en qué medida se considera usted una persona feliz o infeliz? En una escala del 1 al 5, donde 1 es absolutamente infeliz y 5 absolutamente feliz



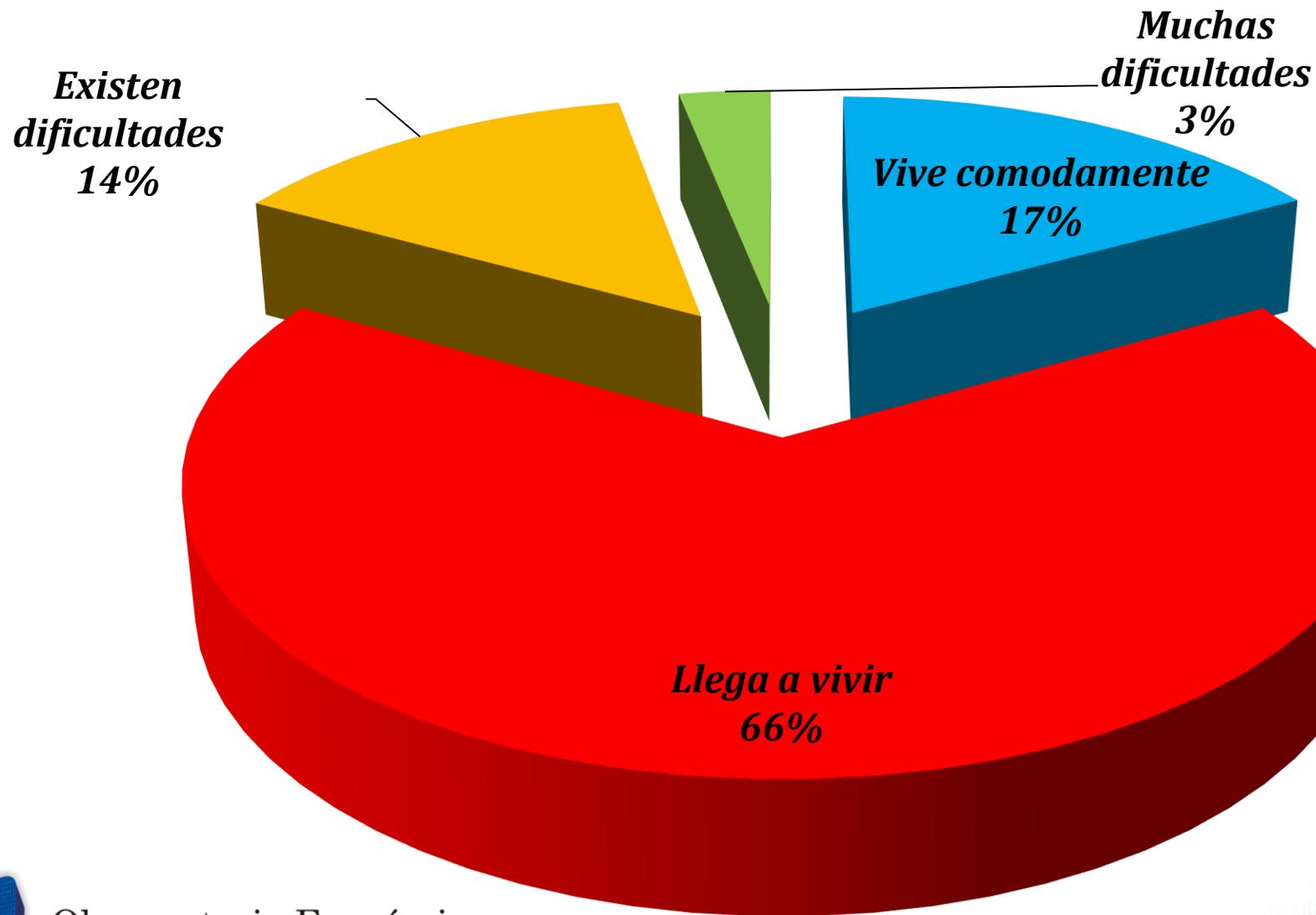
En términos generales, ¿en qué medida está usted satisfecho con su vida actualmente?



¿Con respecto al año anterior, económicamente Ud. se encuentra?



Con respecto a los ingresos de su hogar en la actualidad, ¿Ud siente que:



Compras

- La mitad de las personas compran en el bagashopping, en almacenes de barrio o en los países limítrofes (ropa, alimentos, artículos de limpieza)
- El 50% realiza compras a diario
- Una parte importante dice que en los almacenes de barrio reciben el mejor trato.



Hábitos de consumo

- El 91% no cena
- La mitad de las personas comen semanalmente comidas rápidas
- Salvo la fecha de vencimiento de los alimentos, la mayoría no atiende otros aspectos al comprar (valor nutricional)



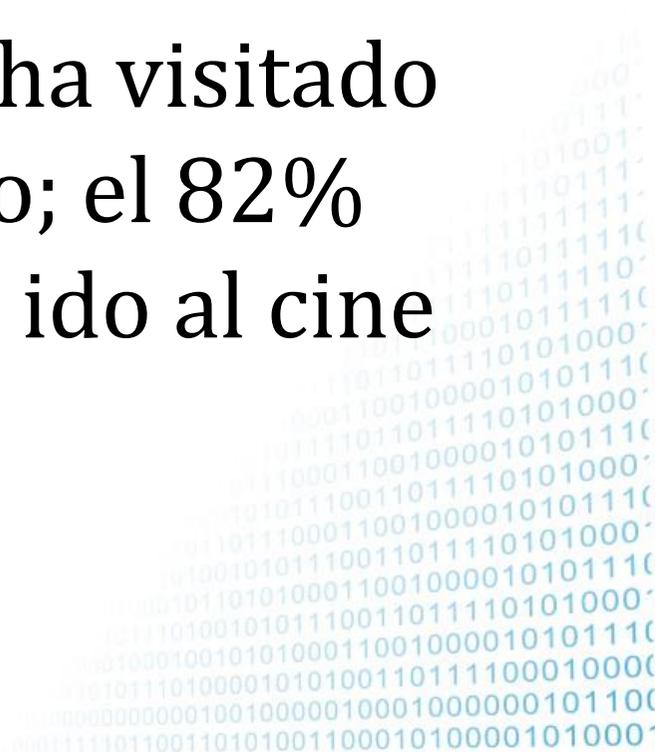
Canales de compras y medios

- No existe comercio electrónico local
- La publicidad tiene poca incidencia
- 46% no lee diarios: el 42 % se informa por diarios
- Los diarios locales, en formato papel son los preferidos



Actividades físicas, recreación, cultura

- Más de la mitad no realiza actividades físicas
- Casi la mitad consume bebidas alcohólicas; el 19%, a diario
- En el último semestre: el 97% no ha visitado museos; el 94% no ha ido al teatro; el 82% no ha leído un libro; el 85% no ha ido al cine



Felicidad/satisfacción

- El 71% se siente feliz o muy feliz
- El 62% se siente satisfecho
- La mayoría de la gente dice sentirse económicamente igual o mejor que el año anterior
- El 17% dice tener dificultades o muchas dificultades económicas



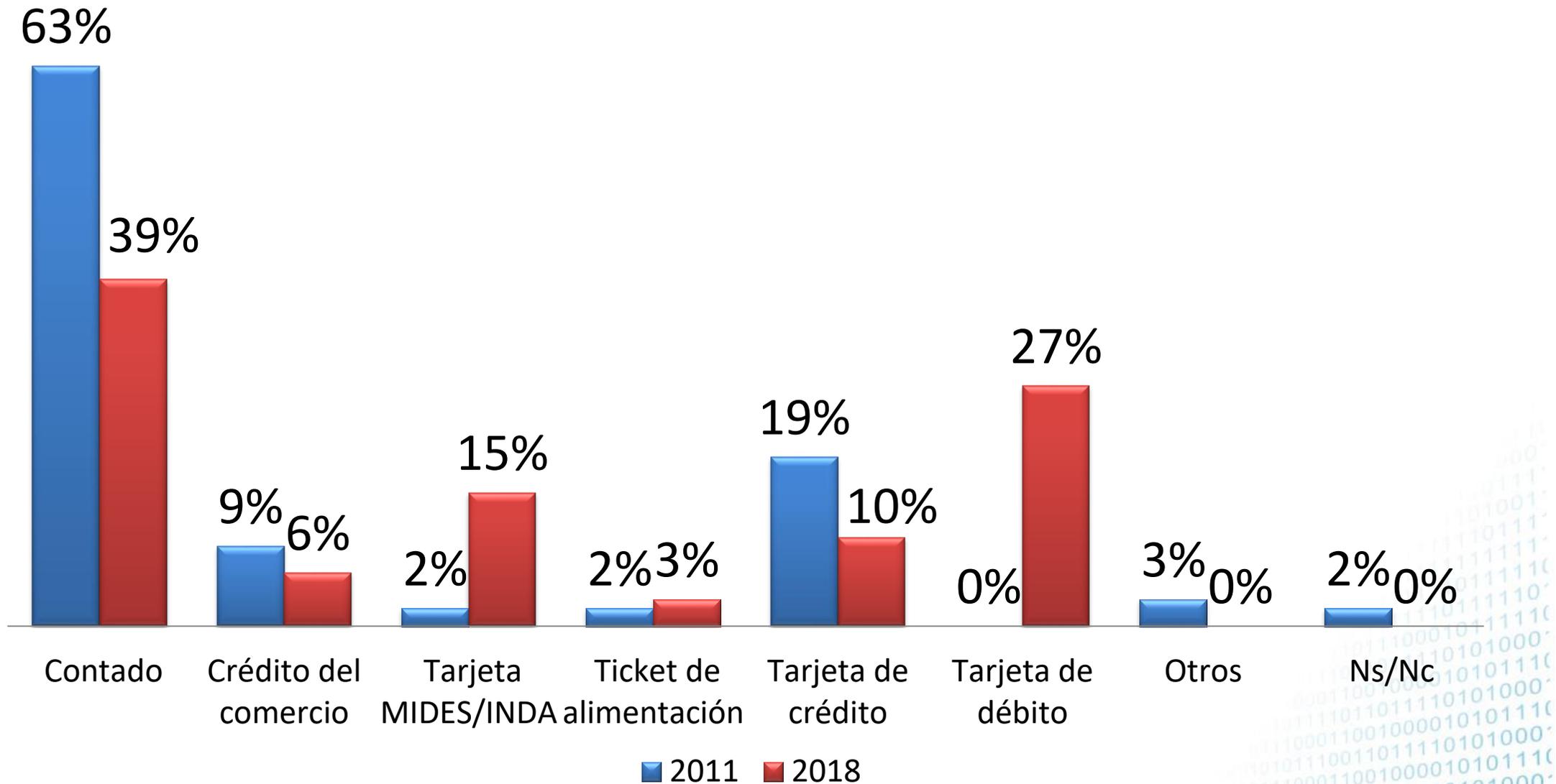
COMPARATIVOS 2011/2018



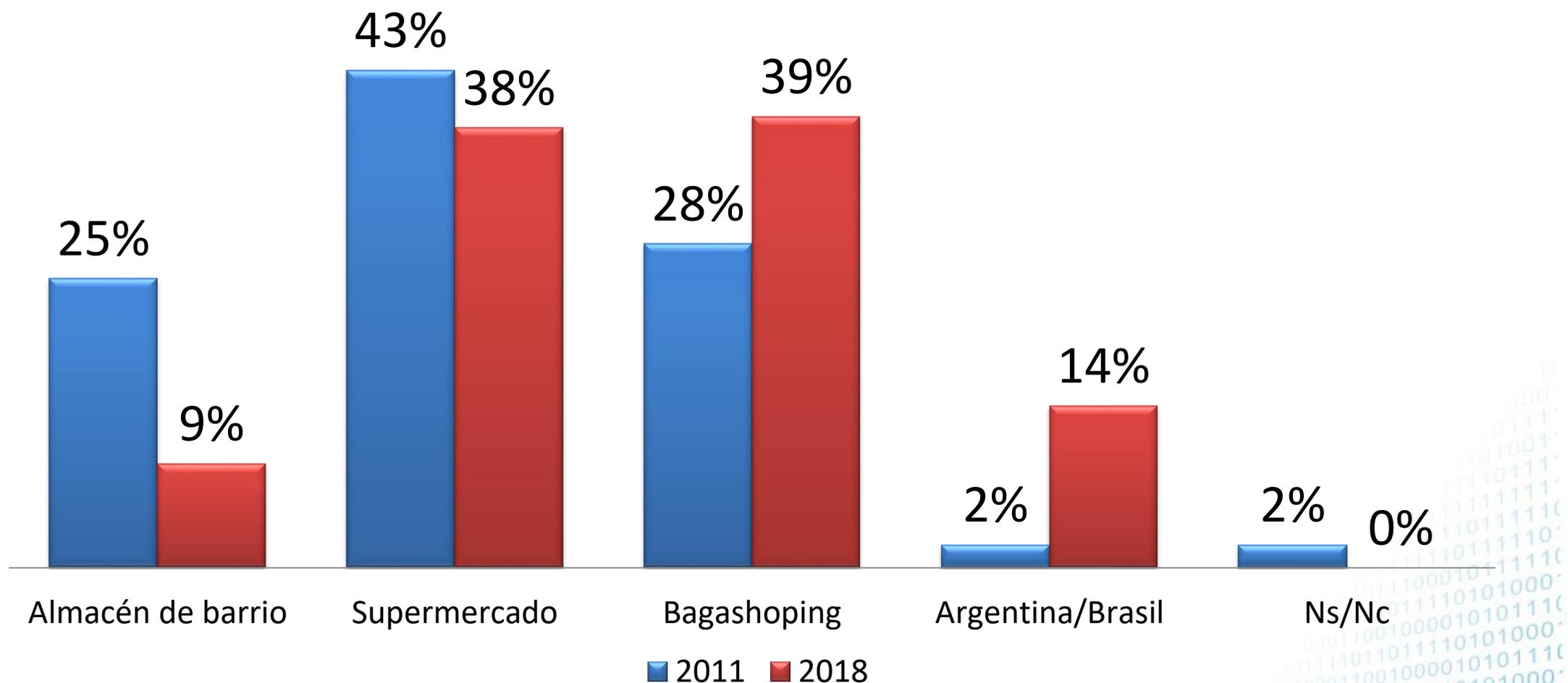
Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay



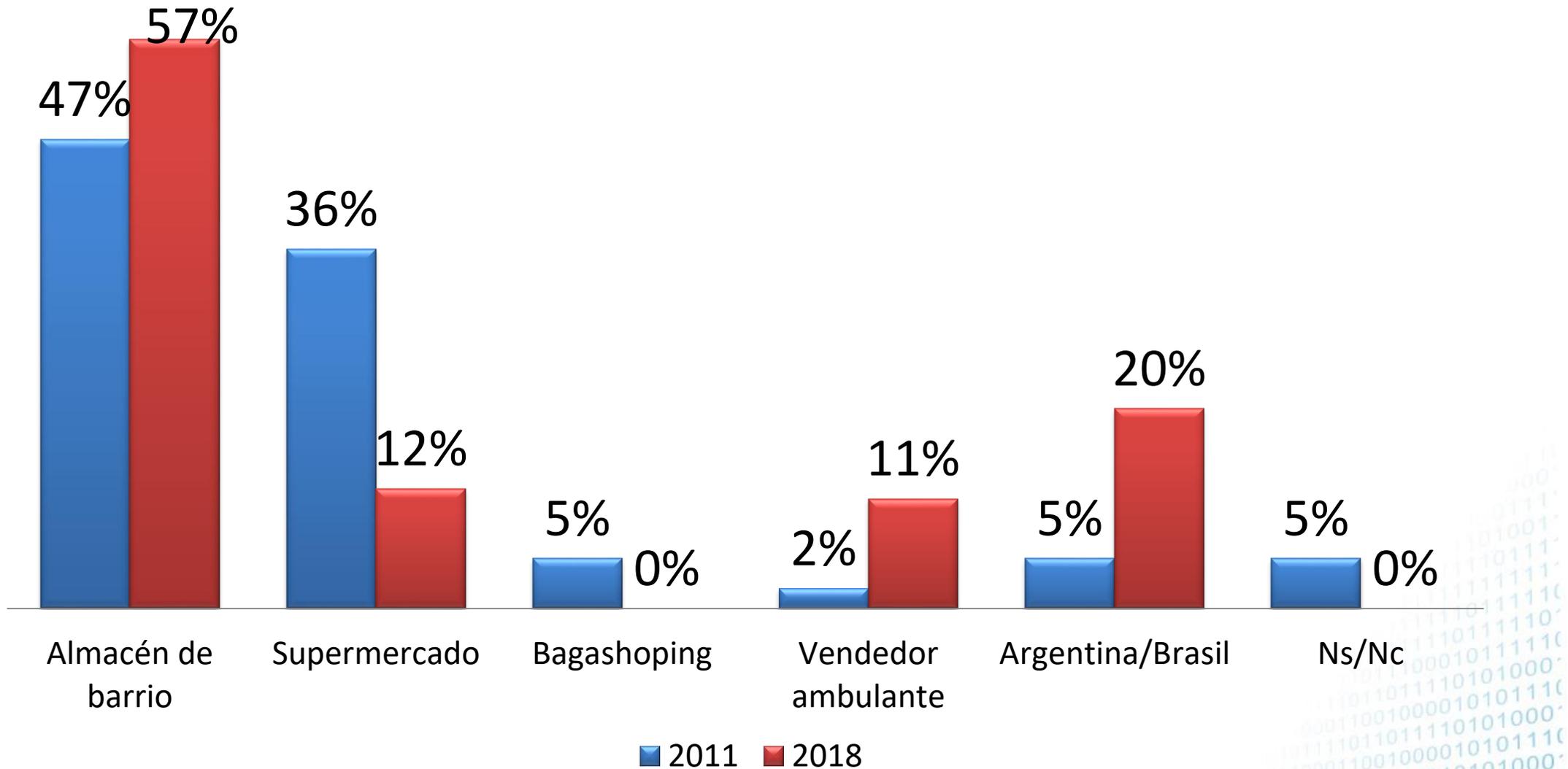
¿A la hora de realizar las compras para su hogar, usted las realiza al: ?



¿Generalmente donde realiza sus compras?



¿Qué tipo de establecimiento le otorga mejor trato como cliente?



Gracias!



Observatorio Económico
Sede Litoral Norte, Universidad Católica del Uruguay

