

Ingresos y gastos de la generación Y en Nicaragua

Noviembre 2019



Entorno de Mercado

Análisis de Mercado (Market Research), Censo, Segmentación de Mercado, Decisión en el Punto de Venta, Comportamiento del Consumidor, Análisis de Categoría



Relaciones con Clientes

Cliente Oculto, Satisfacción de Clientes, Evaluación del PDV, Estudio de Reputación



Desarrollo de Nuevos Productos

Diseño de Concepto Diseño de Producto, Prueba de Producto, Prueba de Empaque, Análisis Conjunto



Marcas y Comunicación

Impacto de la Publicidad, Análisis de Marca, Evaluación y Seguimiento de Marca



Desarrollo de Nuevos Productos

Diseño de Concepto Diseño de Producto, Prueba de Producto, Prueba de Empaque, Análisis Conjunto



Ejecución Estratégica

Evaluación Factor de Ejecución

Acerca de Investigación Interactiva

Es una empresa de investigación de mercados y estudios económicos con servicios personalizados. Nos especializamos en realizar investigaciones de mercados y estudios económicos para todo tipo de empresas u organizaciones, aplicando el mismo rigor intelectual y creativo en nuestros diseños, ejecuciones, estudios e investigaciones. Nuestro compromiso es brindar información veraz, precisa, dinámica y rápida, que permita una acertada toma de decisiones estratégicas colaborando en el desarrollo de los negocios de nuestros clientes.

Presentación

Como parte del trabajo que Investigación Interactiva ha venido realizando en brindar información relevante del mercado a las empresas en Nicaragua, en una coyuntura que ha significado grandes desafíos para todos los sectores del país; publicamos nuestro tercer estudio.

En esta ocasión, nos hemos concentrado en estudiar a un segmento de la población entre las edades de 25 a 34 años, dicho segmento representa en el año 2019 el 28% de la Población Económicamente Activa (PEA) y como escenario probable en el año 2020 el 37% de los trabajadores del sector formal estarán entre estas edades; convirtiendo al segmento en el de mayor aporte al sector formal.

Esto nos hace valorar la importancia de esta parte de la población en el comercio de bienes y servicios, siendo para las empresas una prioridad conocer los gustos y preferencia de las personas entre estas edades.

Es para nosotros un gusto poder compartir con todas las personas, organizaciones e instituciones interesadas el presente estudio y esperamos seguir aportando en el desarrollo y crecimiento de las empresas y organizaciones.

Orlando Cerda
Gerente General

Metodología

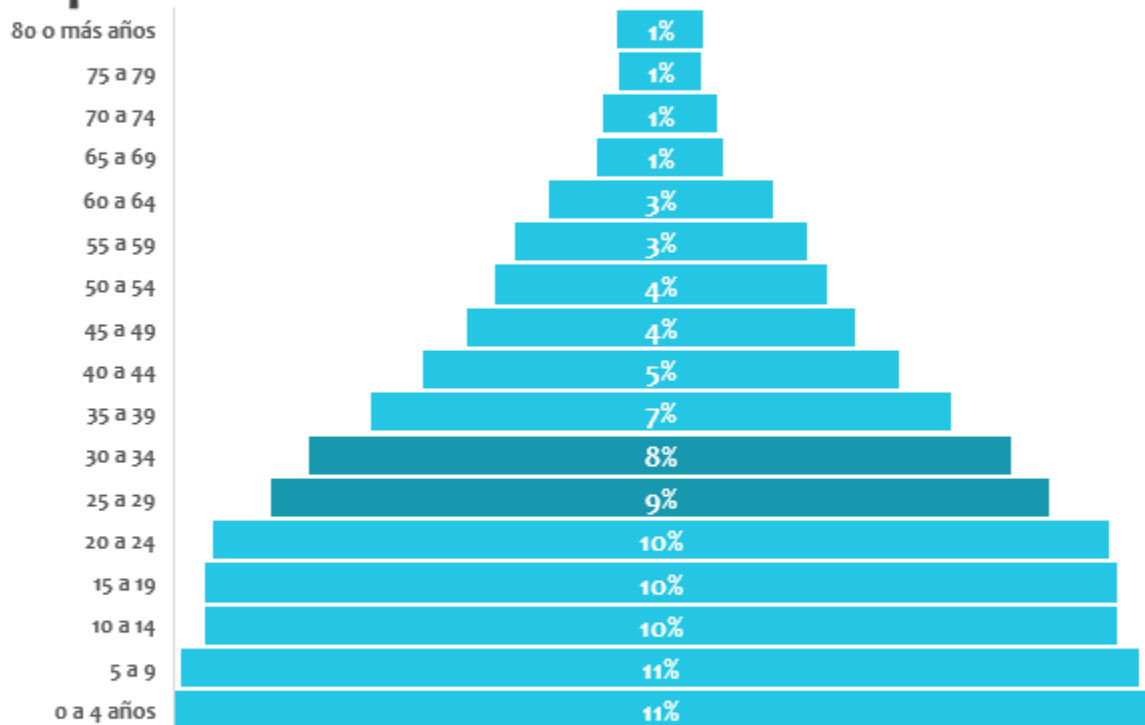
Universo	Hombres y Mujeres nicaragüenses entre las edades de 25 años a 34 años con trabajo formal.
Áreas de cobertura	Territorio nacional
Tipo de Investigación	Cuantitativa
Recolección de la información	Cara a cara
Ámbito	Lugares públicos
Muestra	384 entrevistas (aplicando un error muestral de $\pm 5.0\%^*$)
Distribución de la muestra	Participación libre
Tipo de muestreo	Muestreo aleatorio
Cuestionario	20 minutos
Entregable	Presentación Power Point



¿Como se hizo?

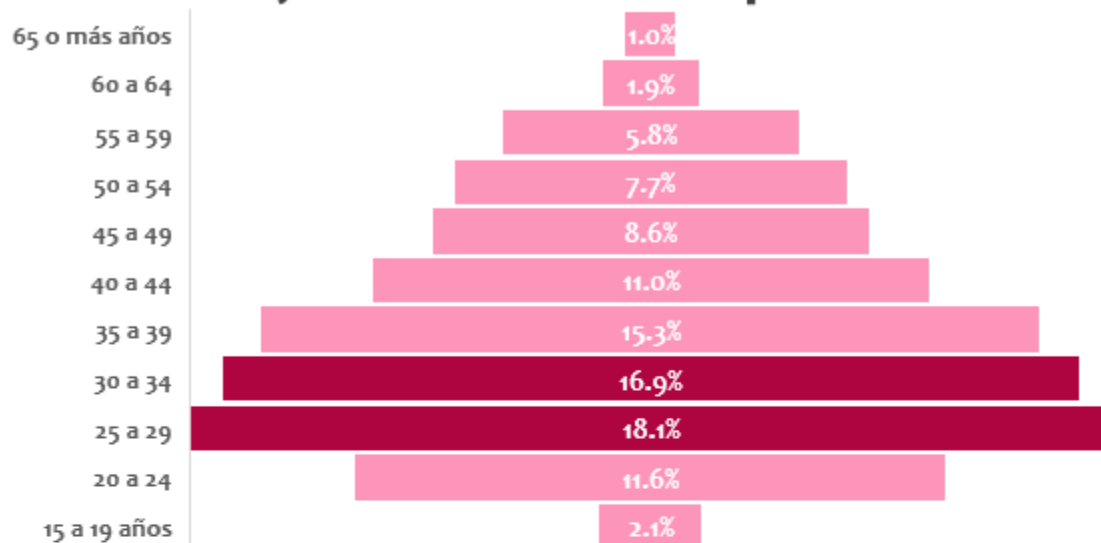
Demográficos generales

Distribución de la población nicaragüense por edad



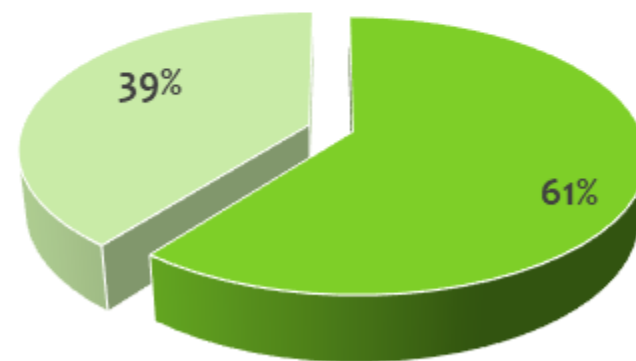
Fuente: Anuario Estadístico 2018, INIDE

Porcentaje de asalariados por edad



Fuente: Anuario Estadístico 2018, INSS

Ubicación geográfica



■ Urbano ■ Rural

Fuente: Anuario Estadístico 2018, INIDE

- De los 6.4 millones de personas que constituye la población de Nicaragua, el 17% se encuentre entre el rango de edad de 25 a 34 años.
- El 35% de los asegurados se encuentra entre las edades de 25 a 34 años, representando 264,275 asegurados.
- Los cohortes de 25 a 29 años y 30 a 34 años presentan el mayor porcentajes de personas asalariadas con un 24%, solo superado por el cohorte de 35 a 39 años con 27%.

Parámetros del estudio

01

El estudio fue realizado a personas entre las edades de 25 a 34 años de edad.

02

Participaron del estudio únicamente personas asalariadas.

03

La tasa de conversión utilizada fue de 33.60 córdobas por dólar; los ingresos y gastos son mensuales.

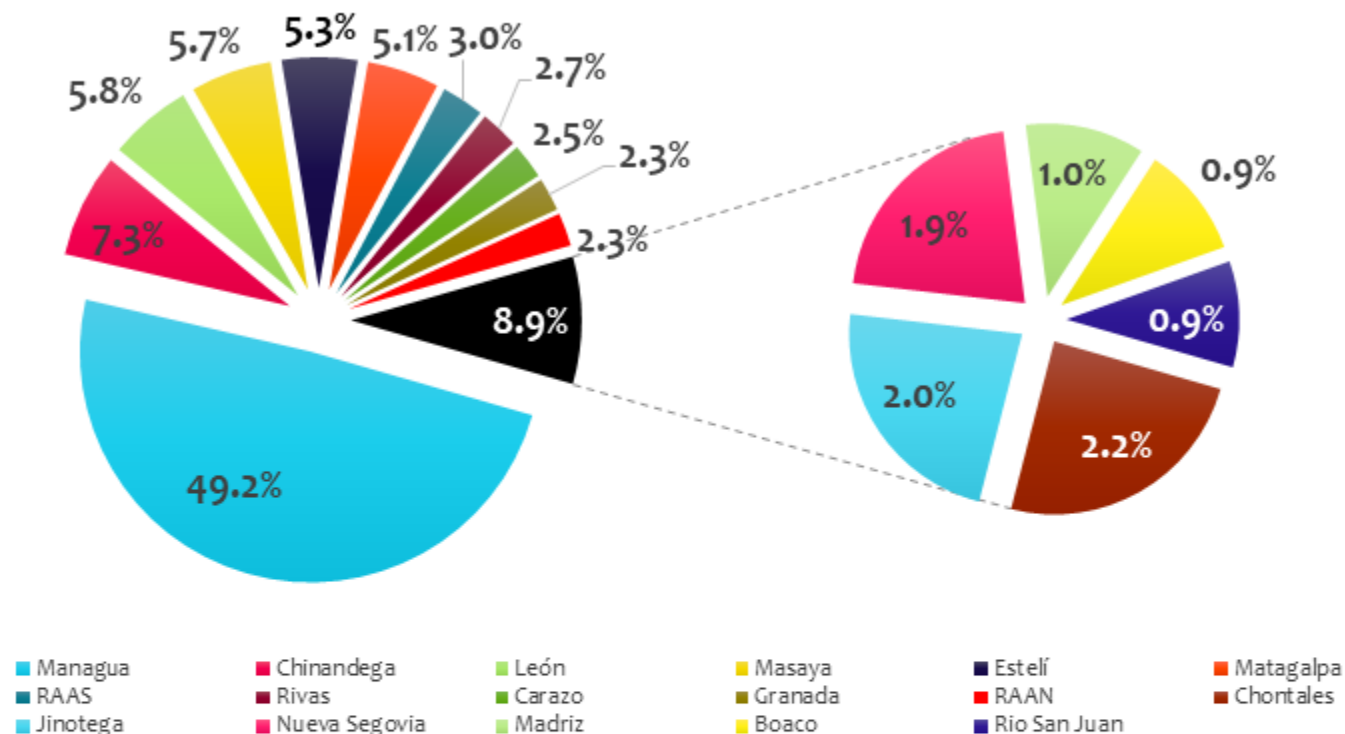
04

El estudio fue realizado durante los días 2 de octubre y 19 de octubre del 2019.

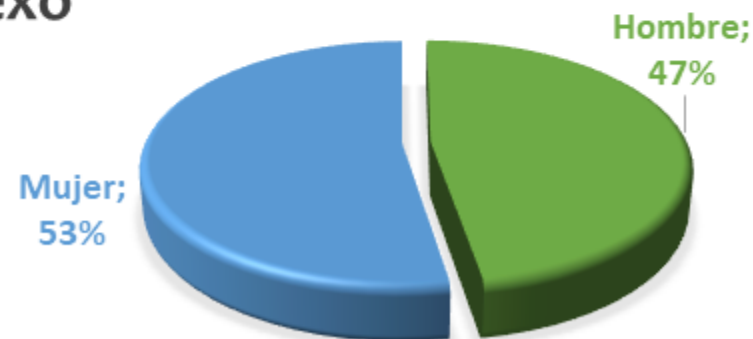
05

Los porcentajes de participación por departamento y sexo, responde únicamente a la disposición de las personas por participar en el estudio.

Distribución geográfica de la muestra

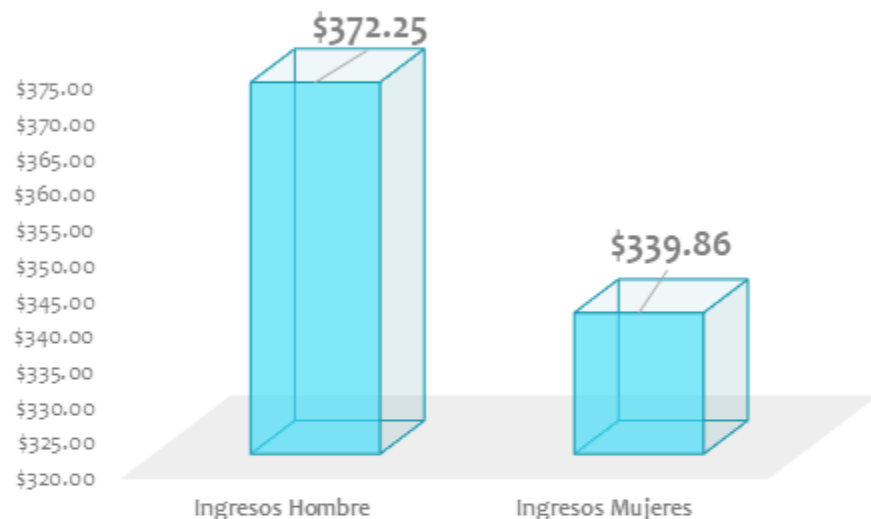


Sexo



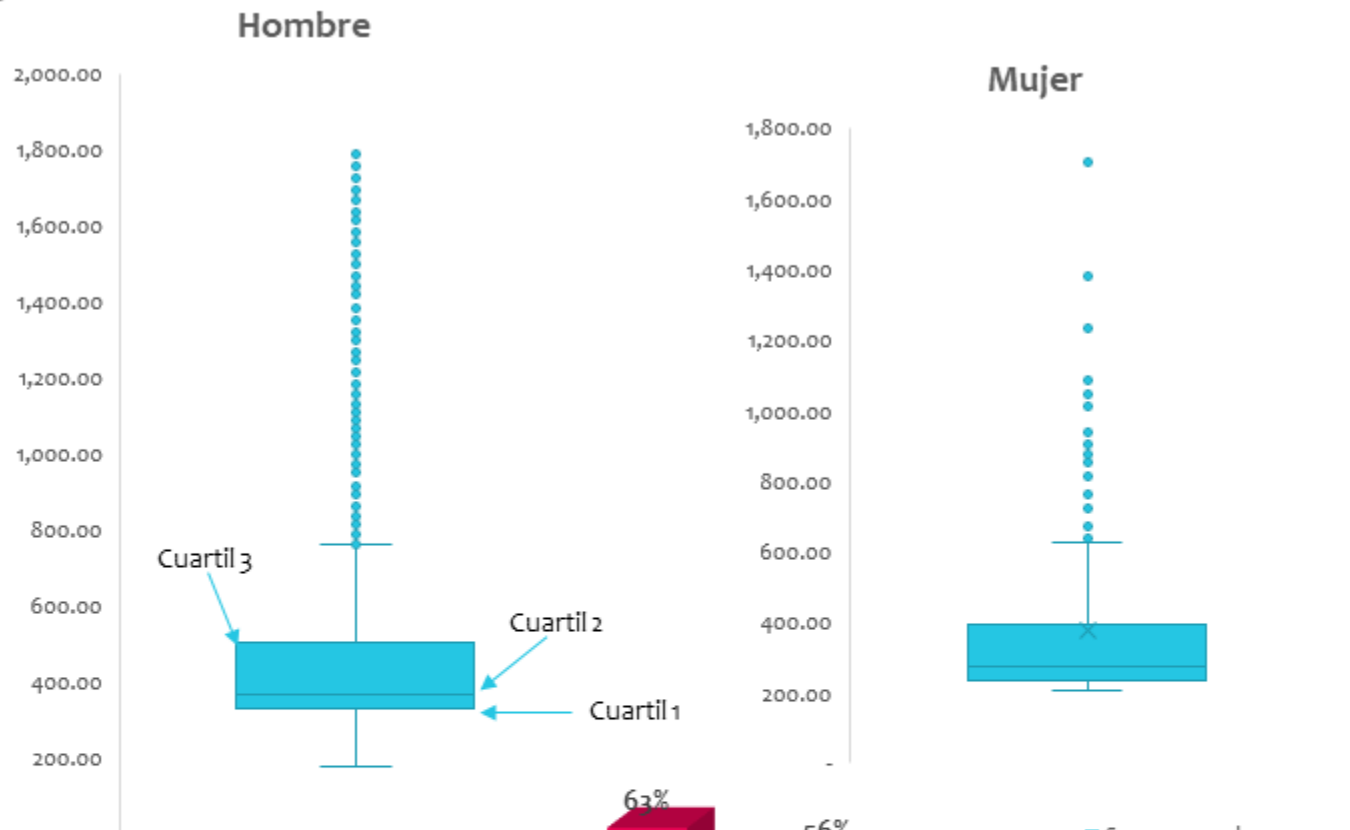
Resultados del estudio

Ingresos Brutos Promedio

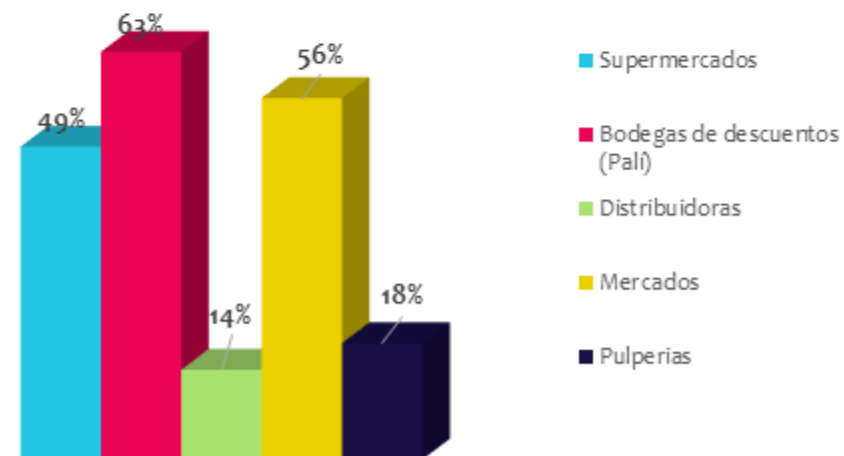


- El ingreso promedio en los hombres es de \$372.25 dólares, con un máximo de \$1,776 dólares y un mínimo de \$230 dólares.
- En caso de las mujeres el salario promedio es de \$339.86 dólares, con un máximo de \$1,720 dólares y un mínimo de \$202 dólares.
- Los lugares de compra de mayor preferencia es: supermercados con el 66% y mercados con 56%; en contraste el lugar de compra de menor preferencia son las distribuidoras con el 14%.

Ingresos promedio por sexo

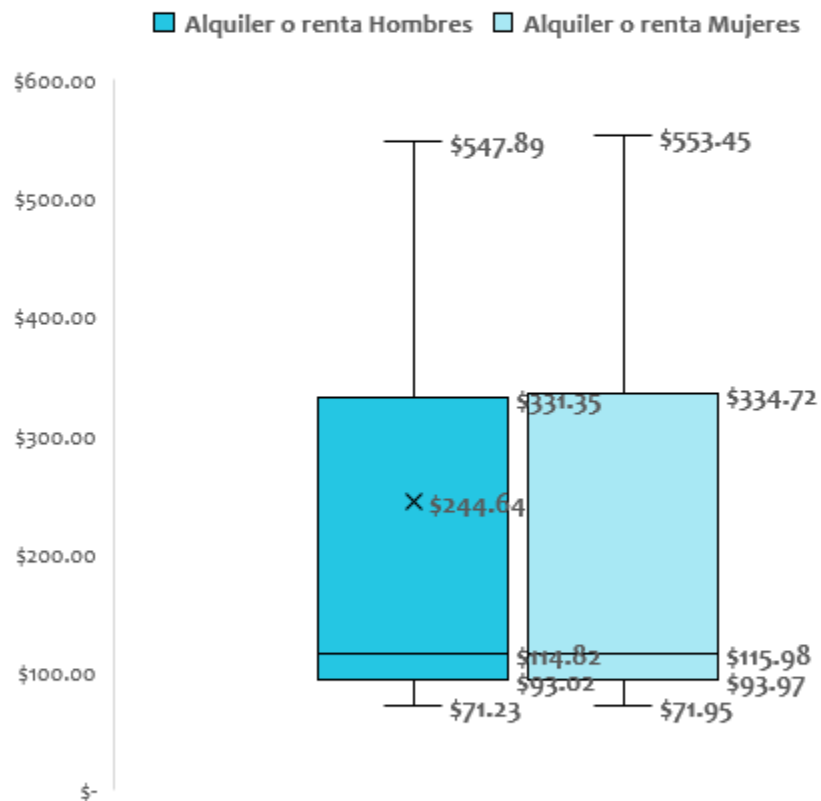


Lugares de compra de preferencia

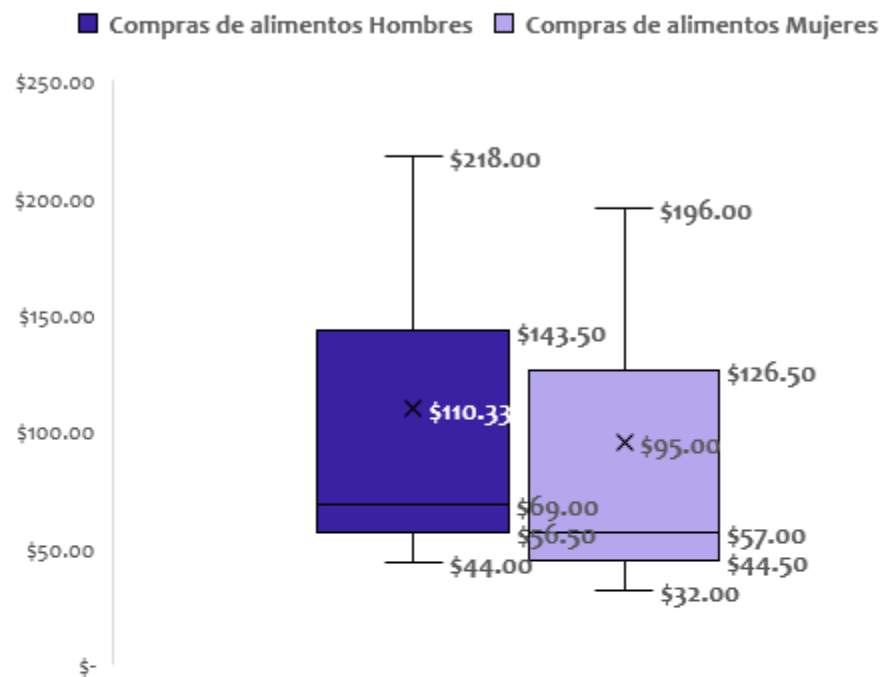


Vivienda y compra de alimentos

Alquileres o pago de casas

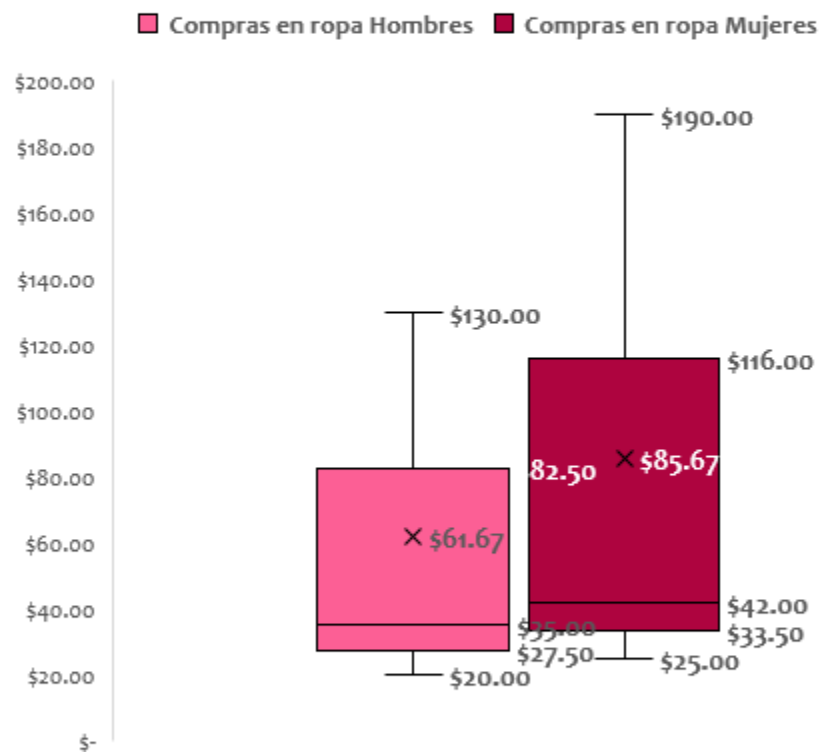


Compras de alimentos

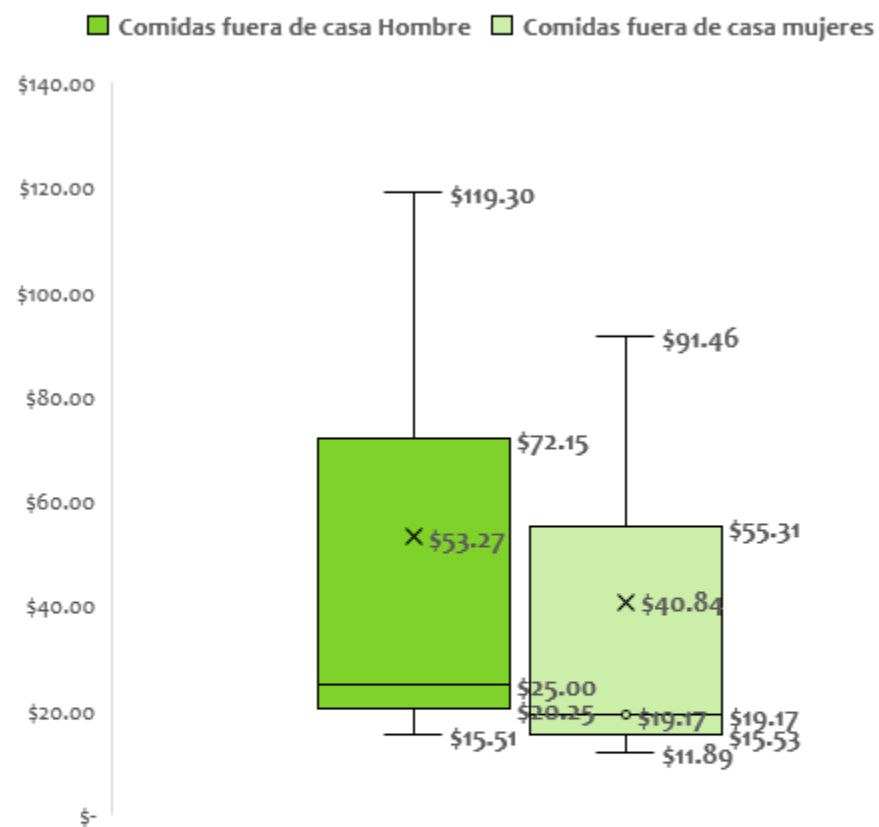


Ropa y comidas

Gastos en ropa



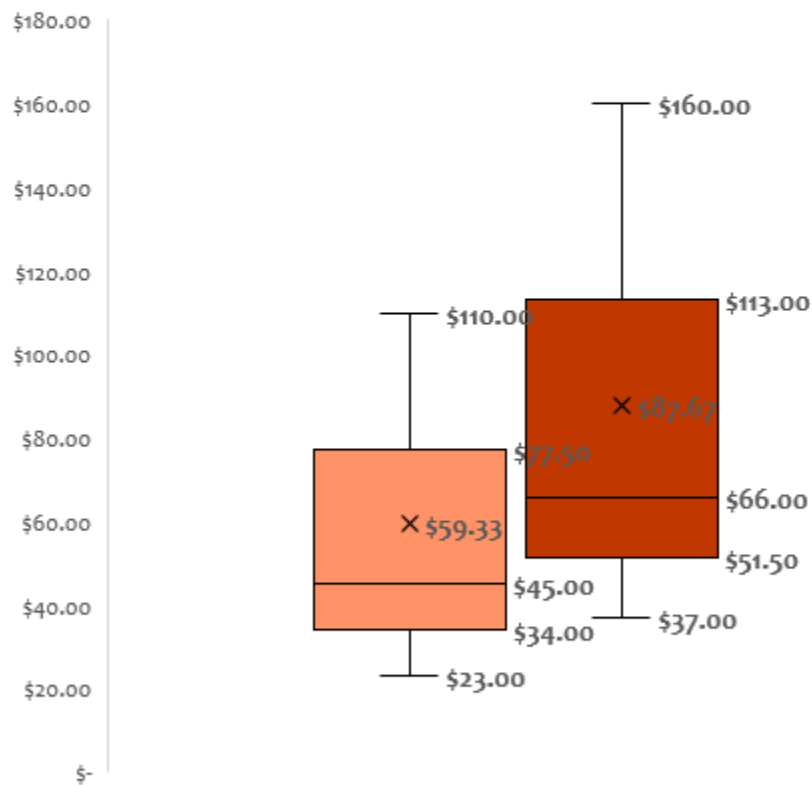
Gasto en comida fuera de casa



Educación y salud

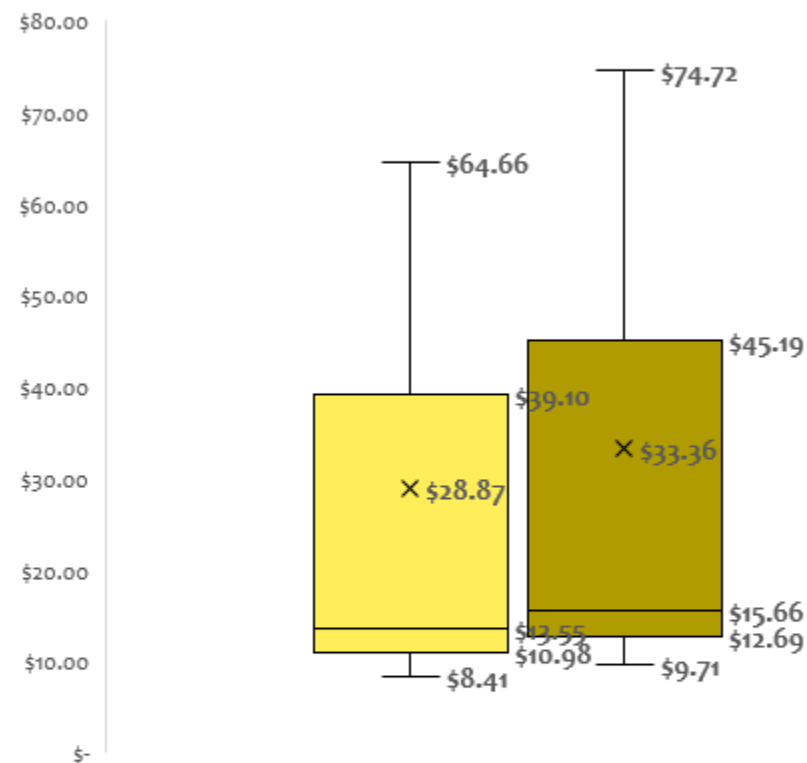
Gastos en educación

■ Inversión en educación Hombre ■ Inversión en educación Mujer



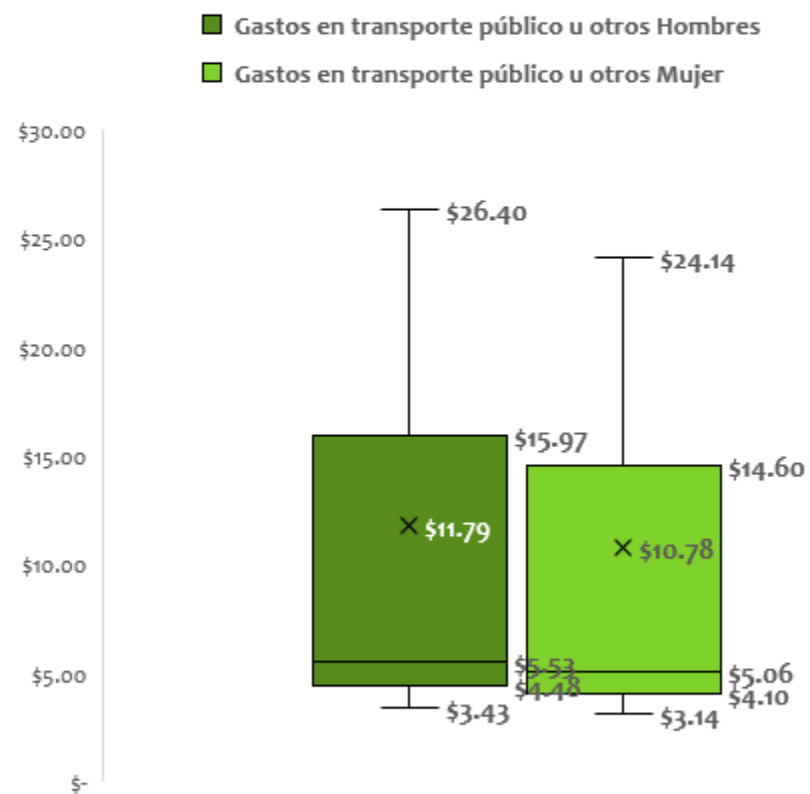
Gasto en salud

■ Gastos en salud Hombre ■ Gastos en salud Mujeres

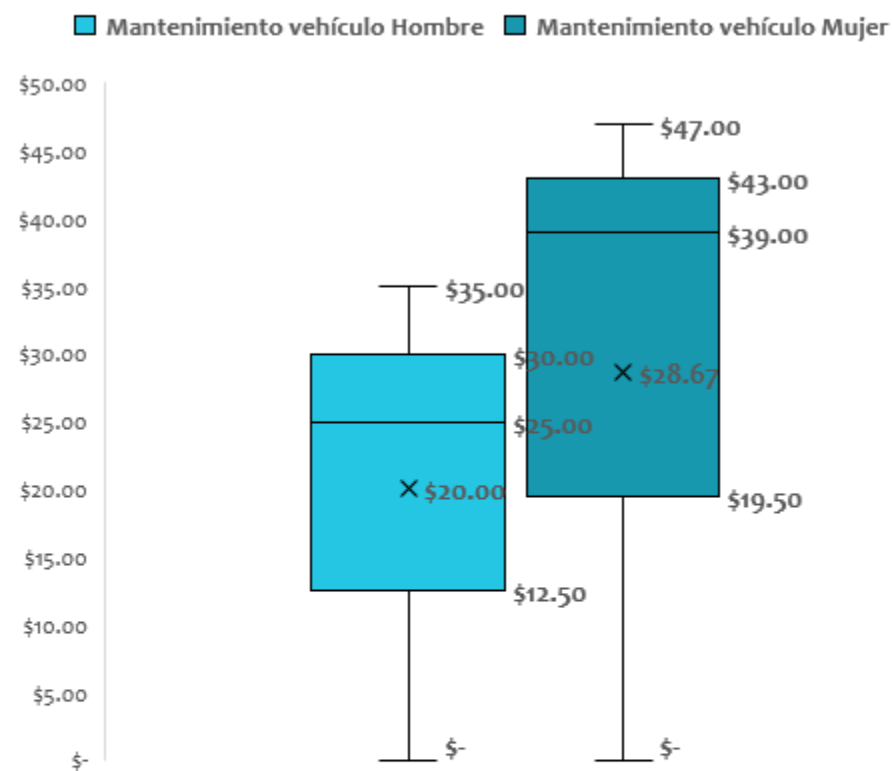


Transporte

Gasto en transporte público



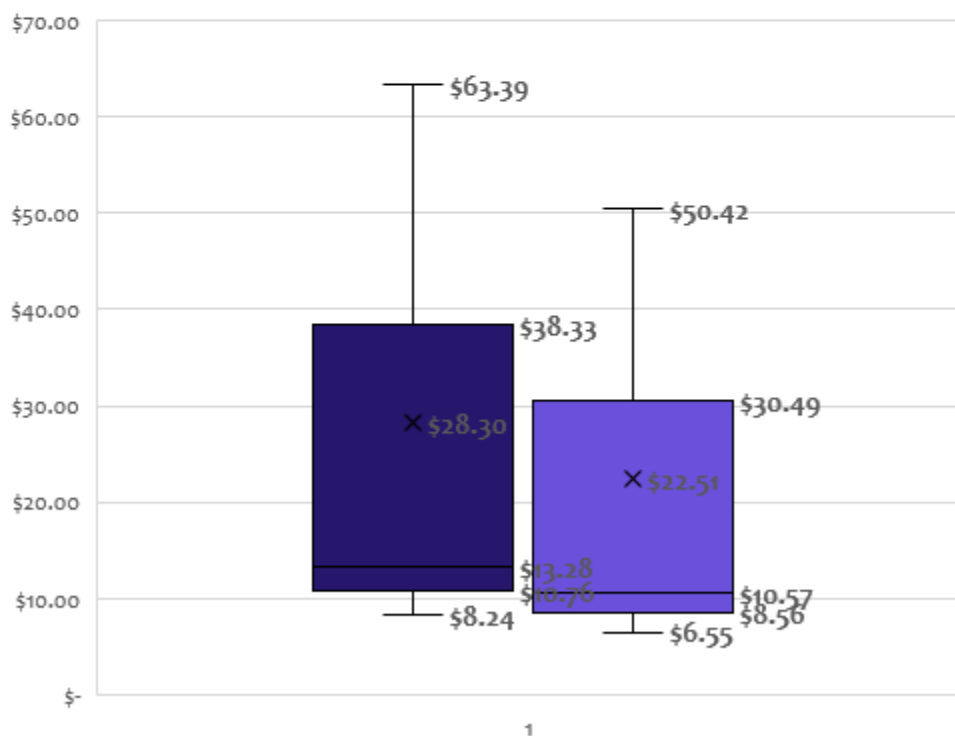
Gasto en mantenimiento del vehículo



Tecnología

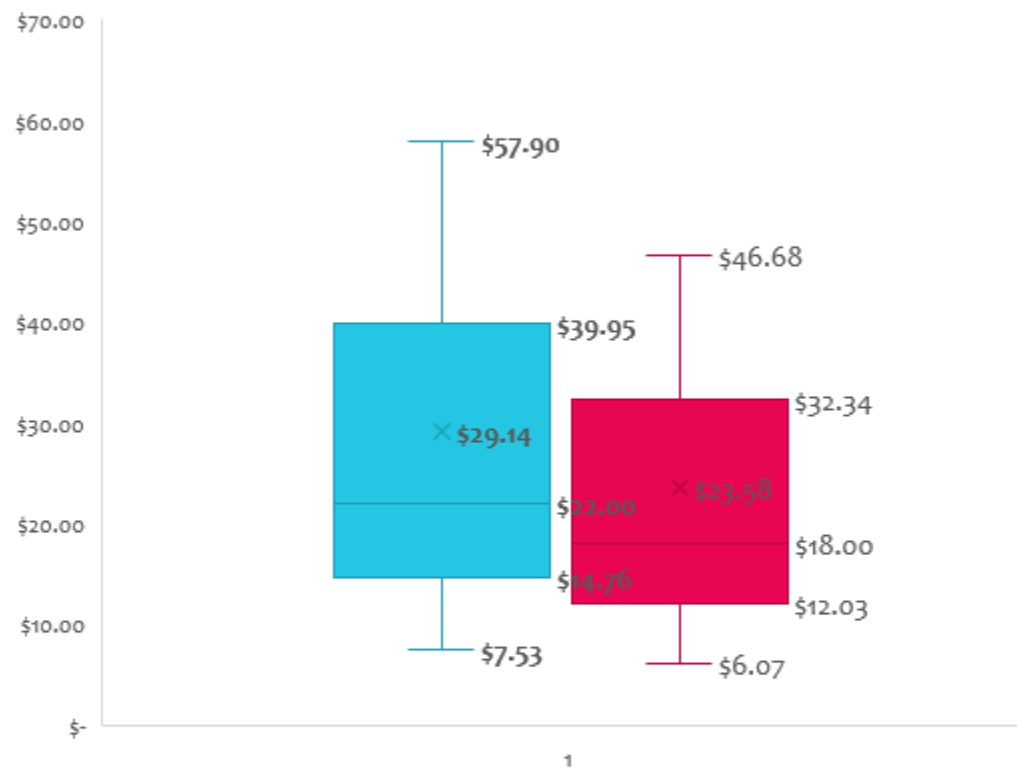
Compras de dispositivos

- Gastos en compras de dispositivos, tv, audios, celulares, computadoras, camaras etc. Hombre
- Gastos en compras de dispositivos, tv, audios, computadoras, camaras etc. Mujer



Gasto en servicios telefónicos

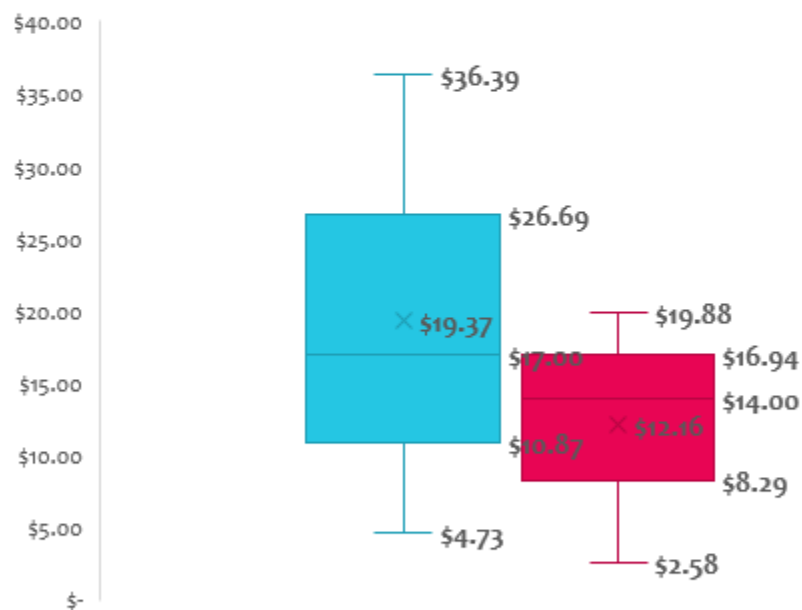
- Gasto en servicios telefónicos Hombres
- Gasto en servicios telefónicos Mujeres



Varios

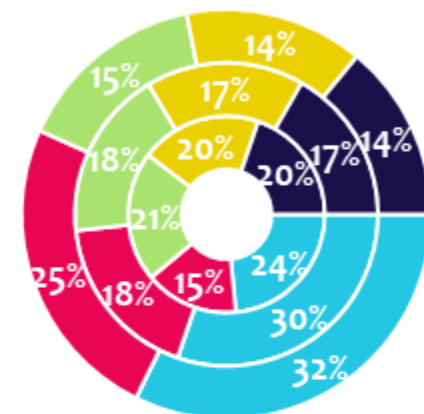
Compras en bebidas alcohólicas y tabaco

- Gastos en alcohol y tabaco Hombre
- Gastos en alcohol y tabaco Mujer

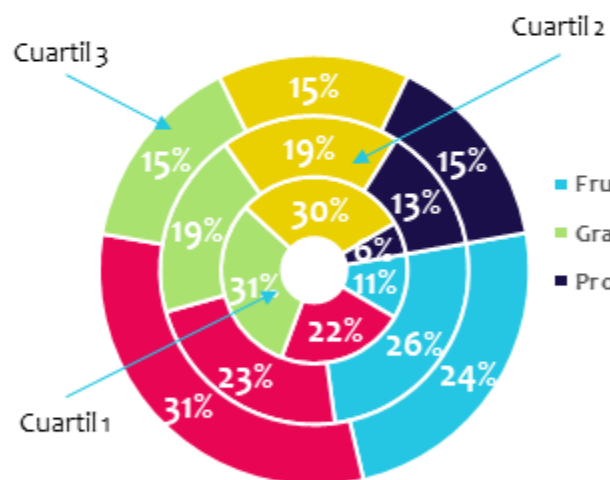


Distribución de una canasta de compras

Mujer



Hombres



- Frutas y vegetales
- Carnes, aves, pescados y huevos
- Granos básicos y productos de panadería
- Bebidas no alcohólicas
- Productos lácteos

Quieres conocer más sobre el mercado, Contáctanos

Teléfonos:

(505) 8974-7358 / 8900-5792

E-Mail

consulta@investigacioninteractiva.com

Web:

www.investigacioninteractiva.com

Gracias

Elaborado por:



Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna por ningún medio o soporte sin el previo aviso escrito de los editores.

© Todos los derechos reservados

© Investigación Interactiva