

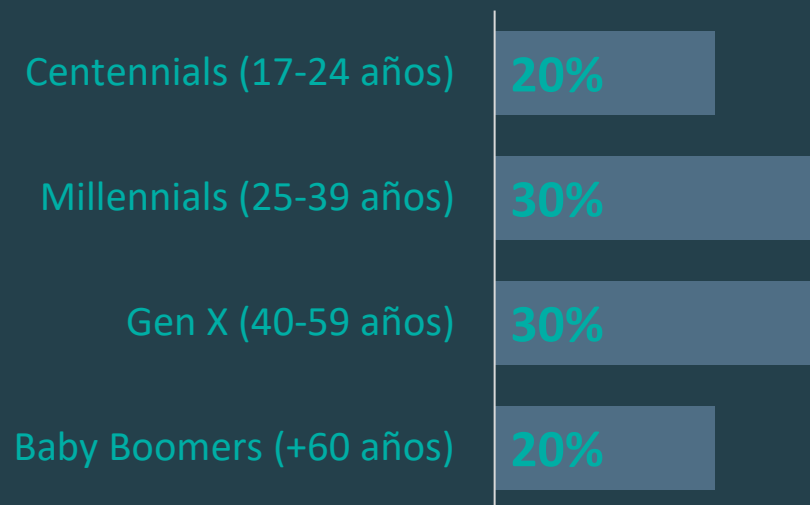


# Bariloche – imagen y gestión

# Ficha técnica



**Fecha del estudio:** del 14 al 17 de septiembre de 2024. **Universo:** 600 casos efectivos de personas mayores de 17 años de la ciudad de San Carlos de Bariloche. **Modalidad del estudio:** cuantitativo. Sistema CAWI. **Método:** probabilístico aleatorio sobre base de datos propia, estratificada por zona de residencia y proporcional de acuerdo con cuotas de sexo y edad. **Margen error** +/- 4%. Nivel de confianza 95,5%.



# Conclusiones



La pasada elección municipal que consagró a Walter Cortés intendente de San Carlos de Bariloche con el 19,6% de los votos, mostró la fuerte fragmentación que enmarca el escenario político en esa ciudad.

Esa fragmentación, donde ningún líder obtiene la simpatía ni apoyo mayoritario del pueblo, se sigue sosteniendo aún al ver las imágenes de los principales referentes políticos barilochenses.

El intendente Cortés lidera el ranking de dirigentes políticos con mayor imagen positiva con el 34%, seguido por la senadora nacional Silvina García Larraburu con el 32% y el ministro de desarrollo social de la provincia de Río Negro Juan Pablo Muenza, con el 30,3%.

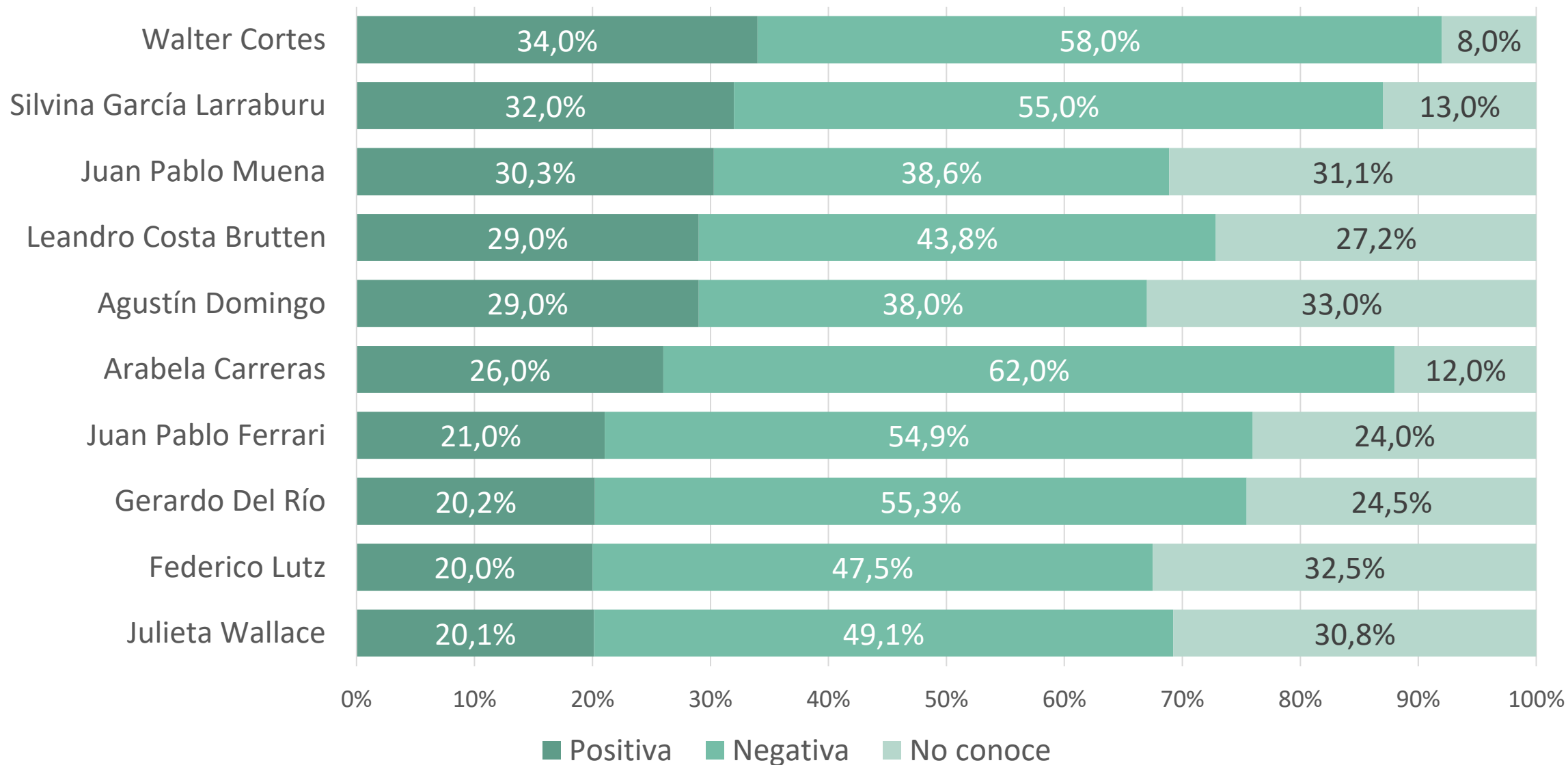
La ex gobernadora Arabela Carrera lidera el ranking de dirigentes con mayor imagen negativa con el 62%, seguida por el intendente Cortés con el 58% y el presidente del Consejo Municipal, Gerardo del Río y la Senadora Larraburu con el 55% cada uno.

La gestión gubernamental del intendente Cortés es aprobada por el 29,8% de los entrevistados y rechazada por el 61,9%.

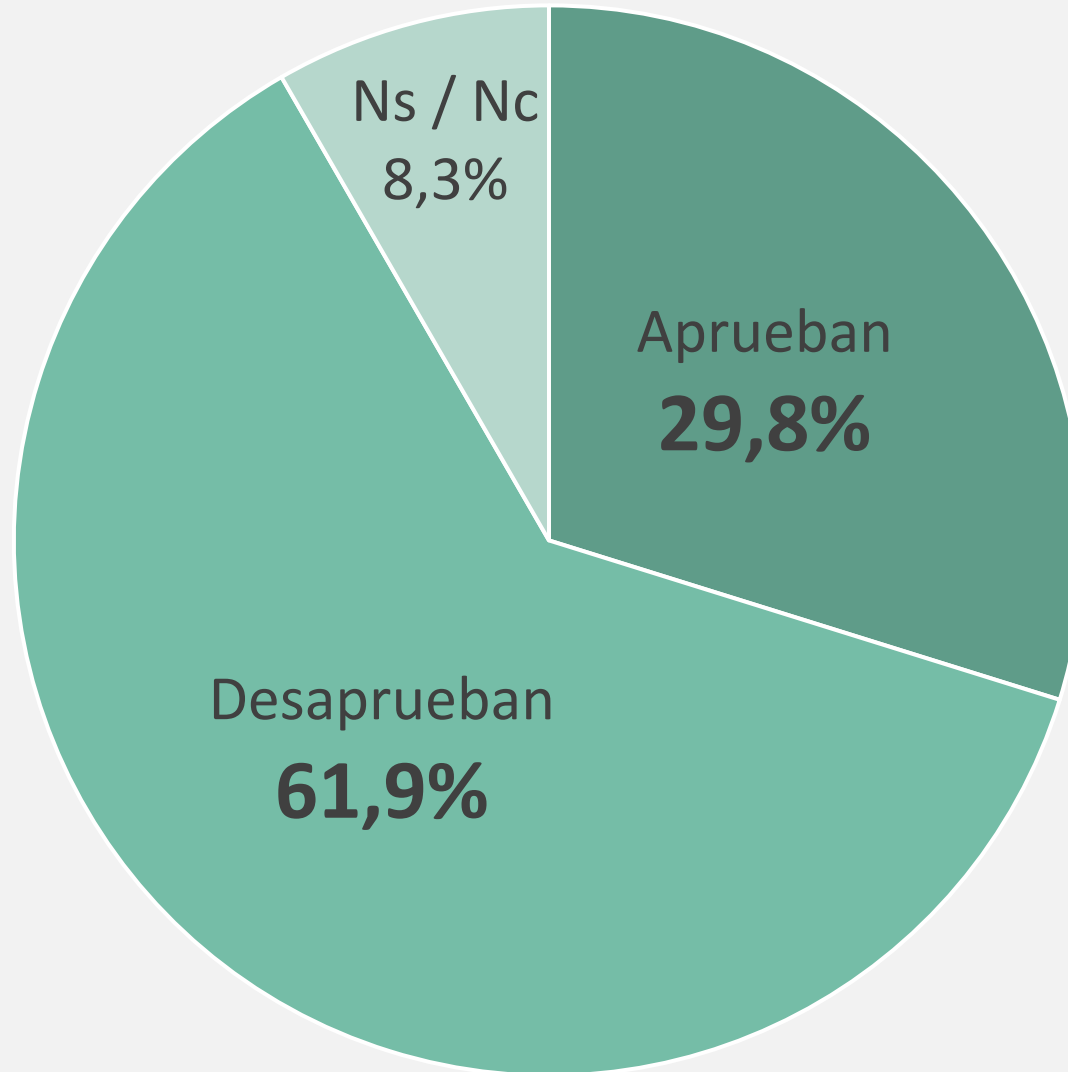
Si bien el alto rechazo se extiende a todas las áreas del gobierno municipal, las tareas en Cultura, deportes y recreación con el 35% y gestión ambiental y turismo con el 33,3% de aceptación son las más valoradas; mientras que transporte público y acceso a la tierra y la vivienda, las tareas menos valoradas.

**PABLO GUSTAVO DIAZ**  
CONSULTOR

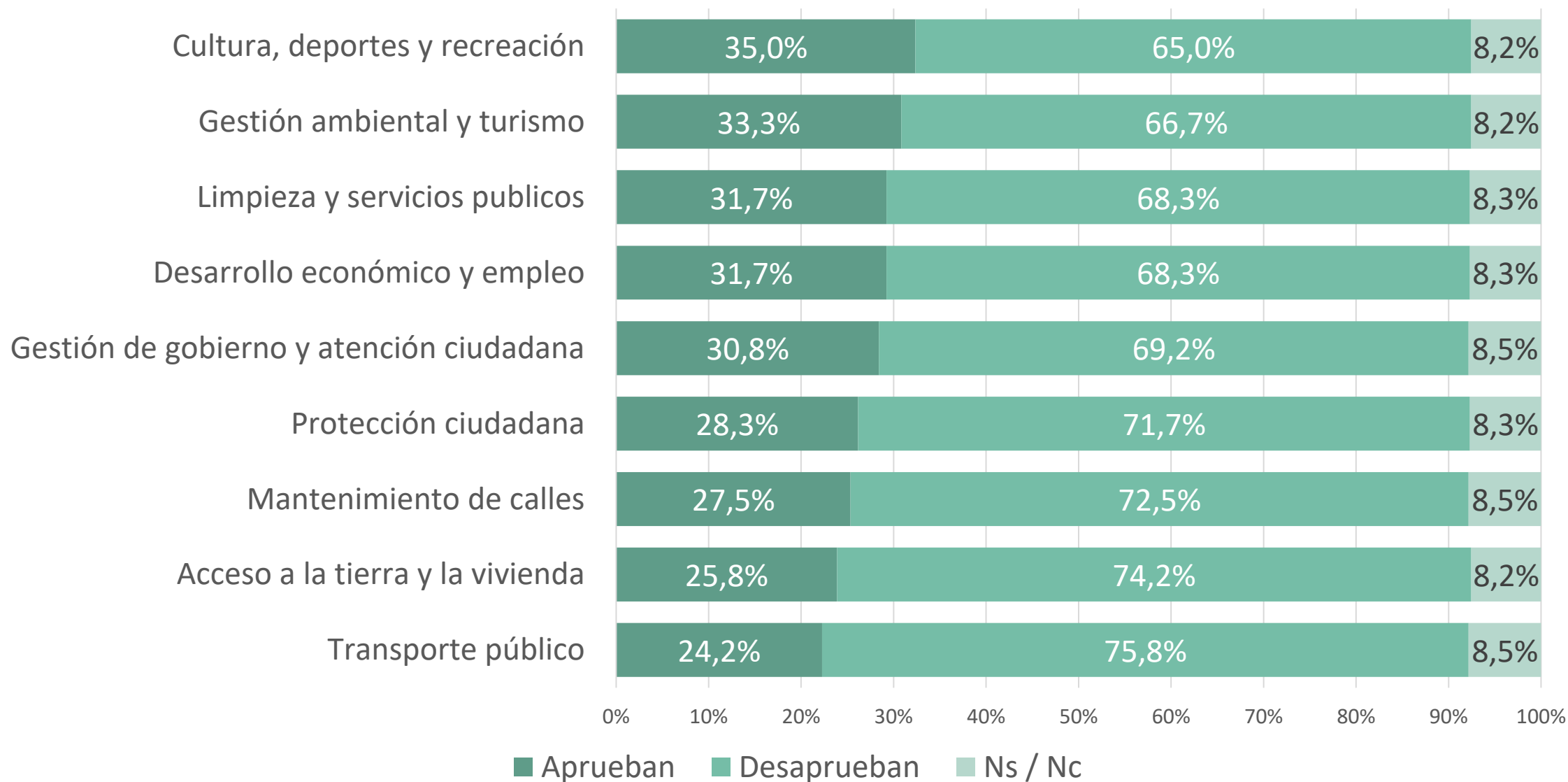
# Imágenes principales políticos de S.C. Bariloche



# Valoración de la gestión municipal



# Valoración de la gestión municipal





## Sobre nosotros

Mercados y Estrategia es una agencia consultora que se organiza en el año 2024, como resultado de la experiencia profesional acumulada por PGD Consultores en el mercado político patagónico entre 2011 y 2023, para potenciar su *Know how* y expandir sus servicios a todo el país.

- Ayudamos a los dirigentes políticos y sus partidos a llegar al gobierno de sus distritos.
- Construimos, posicionamos e instalamos marcas políticas en el mercado electoral.
- Diseñamos y gestionamos campañas electorales.
- Analizamos mercados y estudiamos la opinión pública.
- Proveemos a gobiernos, instituciones y empresas privadas de información confiable y privilegiada para la toma de mejores decisiones.

**25**

**CAMPAÑAS  
ELECTORALES**

**276**

**ESTUDIOS  
DE MERCADOS**

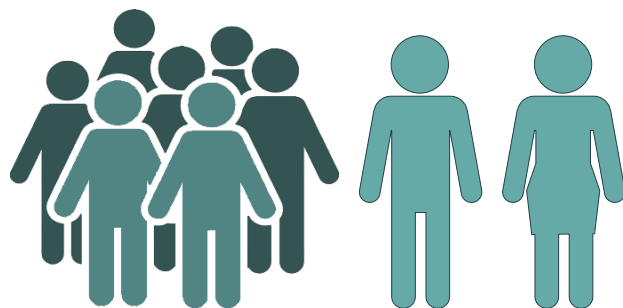
**80%**

**EFFECTIVIDAD**

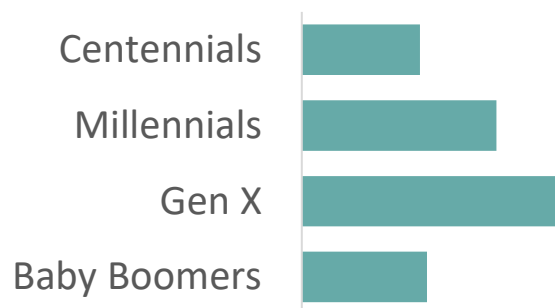




En encuestas y entrevistas a grupos focales nuestra metodología de investigación puede ser presencial o mediada por tecnologías, dependiendo de las necesidades específicas y disposición presupuestaria del cliente.



Utilizamos sistemas CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) basados en plataforma online propia con formularios de autogestión, con ubicación georreferenciada y selección aleatoria de respondientes que garantizan la calidad probabilística de la muestra. También sistemas de videoconferencias y videochats.



Los resultados son presentados en formato gráfico y de texto, con análisis segmentados por edad, sexo y ubicación geográfica, con márgenes de error estadístico inferiores al 3%, para niveles de confianza del 95,5%.

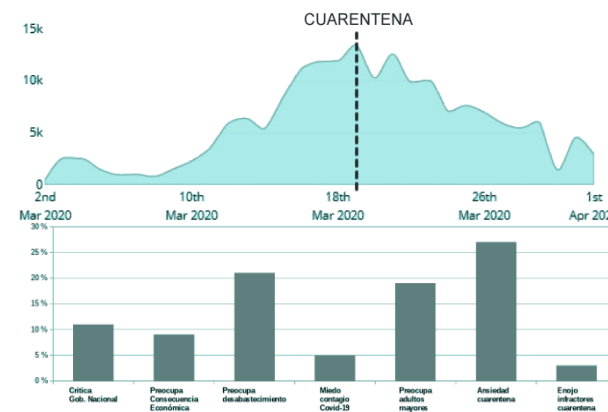
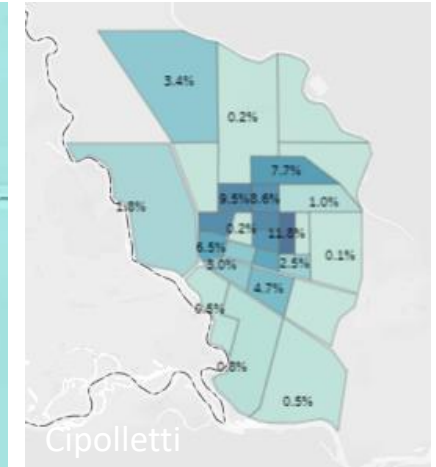
# Big Data y escucha activa



El Big Data es la aplicación de tecnologías de captura, procesamiento y presentación de grandes volúmenes de información para la mejor toma de decisiones gubernamentales y empresariales.

La captura de la información puede ser a través de métodos cualitativos y cuantitativos detallados anteriormente; por diferentes técnicas de estudios de comportamientos sociales (desplazamientos, tráfico, mapas de calor, etc.); o por medio de tecnología de social listening o escucha social activa en redes sociales, donde hacemos análisis semánticos y sentimental de los usuarios.

El objetivo es poner a disposición de dirigentes gubernamentales y corporativos información de alta calidad y confiabilidad para una mejor toma de decisiones.





**2920 366554**



**clientes@mercadosyestrategia.com**