

# **Capítulo 6:**

# **Comportamiento del consumidor**

# IN627

# Investigación de Mercados

**Profesores:**

Emilio Polit

Julio Troncoso

# **Grupos estandarizados de consumidores**

- 1. Definición de Indicador Socioeconómico**
- 
- 3. Método histórico de la AIM en Chile**
- 
- 5. Construcción de un nuevo Índice de Clasificación Socioeconómica**
- 
- 7. El nuevo índice de status socio-económico E&E**
- 
- 9. Anexo**

# **1. Definición de Indicador Socioeconómico**

**El interés por segmentar la población en estratos socioeconómicos tiene una larga historia . Ya en los años 30, tanto en EE.UU. como en Inglaterra se intentan las primeras clasificaciones, que despiertan grandes discusiones y críticas, en un debate que nunca ha dejado de existir.**

**La verdad es que el concepto mismo de “clase” o estrato social” está cargado de connotaciones ideológicas, por lo que resulta teóricamente controvertido, como lo prueba el uso de diferentes denominaciones que, a opinión de muchos “no son más que meros eufemismos y compromisos de ‘neutralidad’ nominal”. Ello explica por qué en la mayoría de los países este tipo de clasificación de la población no es realizado por la estadística oficial, por lo que la iniciativa para la creación del sistema ha partido de asociaciones del sector de la investigación de mercados y opinión pública.**

**Incluso algunos sostienen que ya no tiene sentido de hablar de “clases sociales”, pues ya no existen aquellas clases cerradas y claramente identificadas de antes, que configuraban una estructura social rígida y autoperpetuante. La enorme movilidad social como la permeabilidad entre estratos son hoy muchísimo más altos, haciendo que las fronteras entre los grupos sea difusa y no tan marcada como antes.**

**Sin embargo, también resulta evidente que estamos lejos de vivir en una sociedad sin diferencias en la capacidad adquisitiva y en la calidad de vida, en el acceso a la cultura y la educación, por lo que necesitamos sistemas de clasificación que nos ayuden a esquematizar y explicar esta realidad.**

**En nuestro país, en el Primer Congreso de Marketing, organizado por Icare en 1984, se plantea el reto de uniformar, objetivizar y operacionalizar los criterios de segmentación socioeconómica. También se señala el interés y la necesidad de una clasificación de este tipo.**

**Lo que buscamos entonces es distribuir a la población en segmentos que **discriminen** respecto de su poder adquisitivo de consumo, de su calidad material de vida, nivel cultural educacional y estilo de vida. La idea no es replicar un concepto rígido de “clase social” sino definir un “**status** socioeconómico”, que nos ayude a comprender los patrones de consumo y a estimar la demanda potencial de los diferentes productos y servicios.**

La idea es entonces establecer una **gradación** ideal entre los individuos de mayor nivel o status socioeconómico hasta los menos favorecidos, quedando escalonados entre ambos extremos los restantes miembros de la sociedad. Una vez realizada esta ordenación, hay que establecer cortes que dividan los individuos en un número determinado de grupos, a cada uno de los cuales se le asignará un nombre para identificarlo. Es evidente que se pueden establecer tantos grupos como se desee, que esta definición será convencional, pero lo importante es el escalonamiento continuo de los individuos, lo cual nos permite distinguir unos de otros.

Para construir este ordenamiento por status socioeconómico, se suele usar el procedimiento de asignarle puntuaciones a los individuos. En la práctica, las puntuaciones se le asignan al hogar y se establece que cada miembro del hogar adquiere el status asignado al hogar.

La puntuación que obtiene cada hogar es el resultado de la acumulación de puntos según diferentes variables, que se combinan entre ellas con distintos grados de importancia. La pregunta clave es ¿qué variables considerar para generar este sistema de puntuación?

**La respuesta se encuentra en el desafío planteado por el Congreso de Marketing de Icare: se trata de variables que nos ayuden a comprender las diferencias en los estilos de vida, los patrones de consumo y las diferencias en el poder adquisitivo.**

**Estamos hablando de variables como el ingreso, el nivel educacional, la actividad laboral, la posesión de bienes y la calidad de la vivienda, entre otras. Lo importante es que en estas variables sean de dos tipos:**

- ***Indicadores Económicos***, que son aquellos bienes o atributos cuyo valor se expresa directamente en términos monetarios, tales como los ingresos, bienes de uso doméstico, acciones y otras propiedades.
- ***Indicadores Sociales***, que son aquellos bienes o atributos cuyo valor se expresa principalmente en su función como símbolos de status, tales como la ocupación, la educación y aquellos bienes dotados de visibilidad social.

**Hay algunos bienes que cumplen muy bien ambas funciones, la económica y de status social, como la vivienda y el automóvil.**

**Asimismo, es muy importante que en estas variables se incluyan tanto indicadores de flujo, como de stock :**

- ***Indicadores de Flujo***, que dan cuenta de la situación actual y que representan un flujo de valor, como la posesión de ciertos bienes, el ingreso y la ocupación actual.
- ***Indicadores de Stock***, que representan el patrimonio acumulado en el tiempo, independientemente de la situación actual (el individuo podría estar temporalmente cesante, por ejemplo). Es el caso del nivel educacional y ciertos bienes más permanentes, como la vivienda.

**Es claro que muchos de estos indicadores están relacionados entre ellos: el nivel educacional determina en buena parte la ocupación, la cual determina en buena parte el nivel de ingresos, lo cual determina en buena parte la posibilidad de adquirir ciertos bienes, etc. Por lo tanto la pregunta es ¿cuál es el conjunto mínimo de variables realmente discriminante que me permite construir un buen Indicador socioeconómico? Veamos como la AIM ha resuelto este problema.**

## **2. Método histórico de la AIM en Chile**

**Recogiendo el desafío planteado por el Primer Congreso de Marketing de Icare (1984), la AIM realizó el primer estudio de distribución socioeconómica en Santiago durante 1985 y 1986, trabajo que fue presentado en el II Congreso de Marketing de Icare, realizado en el invierno de 1986.**

**En dicha intervención se lee:**

*“AIM ha congregado a la mayoría de los Institutos dedicados a la Investigación de Mercados y hemos iniciado la tarea durante 1986. .... El objeto central de este gran proyecto es segmentar la población en estratos socioeconómicos..... La metodología contempla un supuesto que estimamos básico: La distribución socioeconómica de la población corresponde a un continuo donde las divisiones sociales o estratos se configuran luego de cortes convencionales. La población será escalada entre puntajes máximos y mínimos, considerándose tanto indicadores de stock como de flujo”*

**Este trabajo pionero de la AIM permitió establecer un consenso en la industria para medir el status socioeconómico y segmentar la población en estratos o segmentos socioeconómicos, siendo usado durante más de una década por todos los actores relevantes del mercado: empresas, Agencias de Publicidad e Institutos de Investigación de Mercados.**

En el estudio de 1986, realizado sobre una muestra representativa de 710 hogares del Gran Santiago, la AIM consideró 36 variables socioeconómicas. Después de un análisis estadístico respecto de la capacidad discriminante de estas variables, los bienes se agruparon en tres categorías, con lo cual se construyó un índice básico que daba los siguientes pesos a cada variable:

Variable	Contribución
1. Vivienda	18
2. Bien "Tres"	15
3. Servicio doméstico	12
4. Vereda	12
5. Bien "Uno"	10
6. Actividad Jefe Hogar	9
7. Educación Jefe de Hogar	8
8. Bien "Dos"	6
9. Vehículo	6
10. Comuna	4
<b>SUMA</b>	<b>100</b>

### Bienes "Uno":

- TV Color
- Refrigerador
- Lavadora
- Computador
- Aspiradora
- Equipo de Video

### Bienes "Dos":

- TV Blanco-Negro
- Juguera
- Califont/Termo
- Equipo Música
- Estufa
- Enceradora elec.

### Bienes "Tres":

- Secador de pelo
- Teléfono
- Tarjeta crédito tienda
- Tarjeta crédito general
- Cuenta corriente
- Acciones o Casa veraneo

Cada variable establecía un puntaje de 1 a 7 puntos y el “score” total del hogar se establecía sumando los puntajes obtenidos en cada variable, ponderado por su respectivo peso de importancia. Así, un hogar que obtuviera 7 en todas las variables, obtendría el máximo puntaje, 700 puntos. El puntaje mínimo, en cambio, era de 100 puntos. Luego se establecieron 5 cortes, para diferenciar los distintos estratos socioeconómicos:

<b>Estrato Socioeconómico</b>	<b>% Poblacional</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>
<b>ABC1</b>	<b>10 %</b>	<b>436.6</b>	<b>700</b>
<b>C2</b>	<b>20 %</b>	<b>313.7</b>	<b>436.5</b>
<b>C3</b>	<b>25 %</b>	<b>250.2</b>	<b>313.6</b>
<b>D</b>	<b>35 %</b>	<b>155.4</b>	<b>250.1</b>
<b>E</b>	<b>10 %</b>	<b>100</b>	<b>155.3</b>

Los cortes fueron establecidos convencionalmente, de modo de tener un 10% de población en el estrato ABC1, un 20% en estrato siguiente, C2, y así sucesivamente. Luego, cada segmento fue caracterizado en función de las 36 variables originales, lo cual permitió una descripción cualitativa de cada estrato socioeconómico.

Los análisis que hizo la AIM en ese estudio permitieron además construir un “Índice visual”, más sencillo y fácil de usar, pero que mantenía una alta correlación con el Índice Básico ( $r=0.9$ ).

Variable	Contribución %
Vivienda	53
Vereda	30
Comuna	17
<b>SUMA</b>	<b>100</b>

Estrato Socioeconómico	% Poblacional	Cortes de clasificación	
		Mínimo	Máximo
ABC1	10 %	502.3	700
C2	20 %	370.2	502.2
C3	25 %	298.5	370.1
D	35 %	182.6	298.4
E	10 %	100	182.5

La gran ventaja del índice visual es que permite clasificar el hogar sin hacer ninguna pregunta al entrevistado, evitando así posibles sesgos de cortesía y los problemas de no-respuesta. El índice visual de la AIM fue el más usado durante toda la década del 90 pero a partir del año 2000 se empezó a discutir la necesidad de reformular los índices de medición socioeconómica.

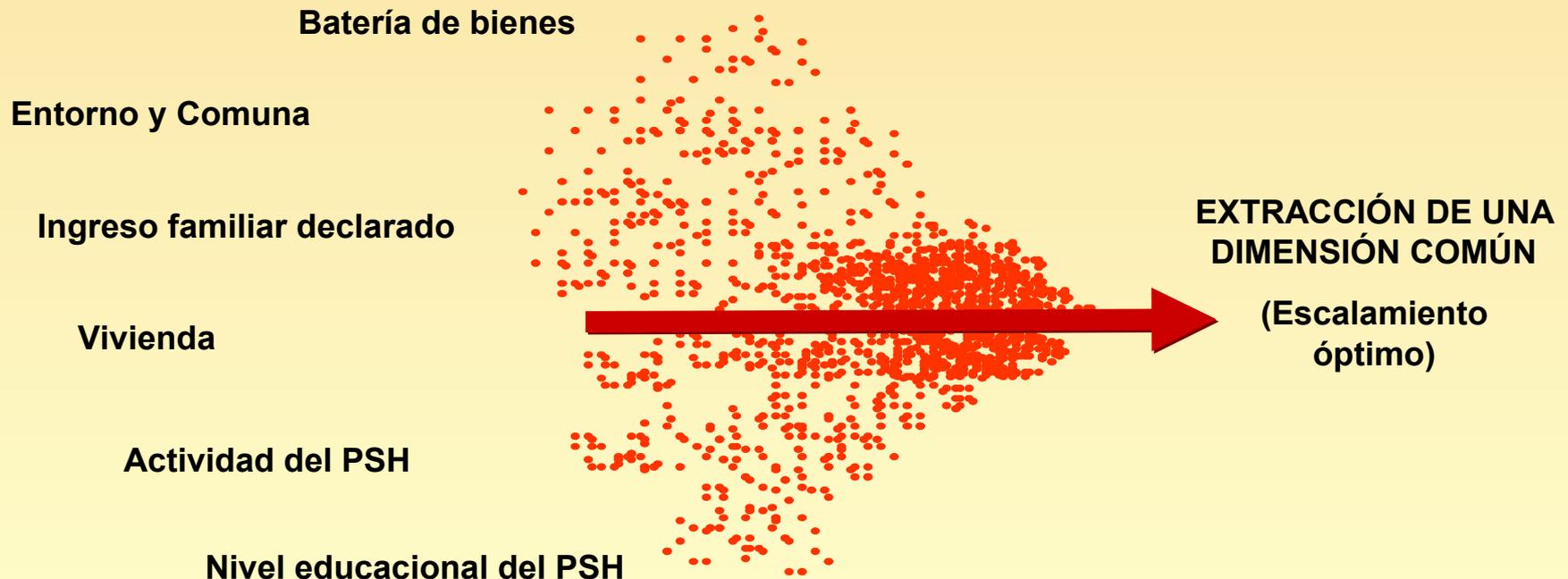
### **3. Construcción de un nuevo Índice de Clasificación Socioeconómica**

Dado que el Índice Visual no se puede aplicar a las encuestas telefónicas ni a estudios en locación central, la AIM se planteó el desafío de construir un nuevo Índice de Clasificación Socioeconómica, que pudiera ser aplicado en **cualquier** tipo de encuesta, pero que fuera igualmente **tan simple como** el Índice Visual. Las características de este nuevo Índice, debían ser entonces:

- Ser universal (es decir, aplicable a todo tipo de encuestas)
- Ser simple (es decir, basado en pocas variables y fácil de calcular)
- Ser objetivo (es decir, basado en variables reproducibles y objetivas)
- Ser coherente (que al aplicarlo conduzca a un resultado único)
- Ser consistente con la historia (es decir, que esté basado en los mismos principios metodológicos del Índice anterior)

Basados en estos principios, la AIM propuso un nuevo Índice de casificación socioeconómica. Debe tenerse en cuenta que el “**status** socioeconómico”, cualquiera que sea el concepto que con ello queremos indicar, no es una variable observable directamente; es una variable “latente”, de la cual sólo podemos medir algunas de sus manifestaciones. La sociología y la psicometría han desarrollado un método matemático-estadístico para aproximar variables latentes a partir de sus manifestaciones observables, el *análisis **factorial** multidimensional*.

El *análisis factorial multidimensional* construye un Índice a partir de la varianza común de todas las variables correlacionadas con el factor latente, permitiendo así la máxima discriminación de los sujetos de análisis. El análisis factorial utilizado fue el *escalamiento óptimo* (Homals), que trabaja tanto con variables categóricas como numéricas. Este Índice, que toma en consideración todas las variables medidas, se llama *Índice Óptimo*, y es la mejor aproximación a un indicador de status socioeconómico. Gráficamente, este proceso se puede representar así:

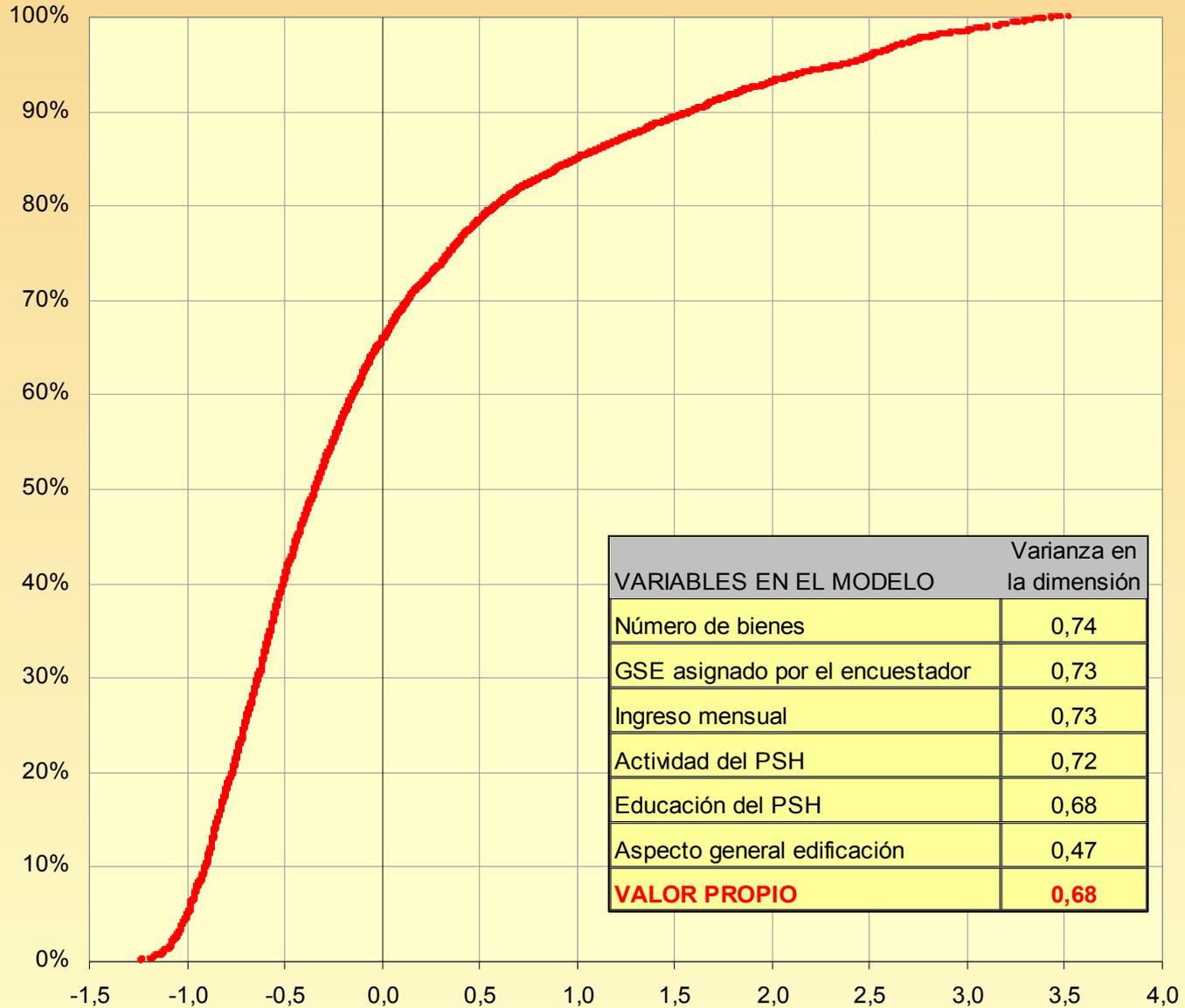


**La AIM llevó a cabo un estudio de gran envergadura en el segundo semestre del año 2000, entrevistándose 5400 hogares del Gran Santiago. En este estudio se midieron 40 variables sociodemográficas, las cuales fueron debatidas y seleccionadas en el seno de la Asociación, de acuerdo a los numerosos estudios realizados en Chile y la larga experiencia que ya se posee al respecto.**

**El primer resultado digno de destacar (ver figura en página siguiente) es que la distribución de los hogares por status socioeconómico es una variable absolutamente continua, sin saltos bruscos ni estratos claramente diferenciados. No hay nada que sugiera “clases sociales” bien delimitadas, sino por el contrario, lo que se observa es un continuo que cambia suavemente de los individuos con menos status a los de mayor status socioeconómico, sin fronteras precisas entre un grupo y otro. Esto confirma claramente las hipótesis de trabajo expuestas al inicio de este documento.**

**La segunda conclusión importante es que el Índice Visual (el GSE asignado por el encuestador, de acuerdo a las características de la vivienda y el entorno) sigue siendo un muy buen criterio de clasificación, como lo muestra el alto grado de “explicación” de la varianza que tiene dicha variable.**

**Distribución porcentual acumulativa**



VARIABLES EN EL MODELO	Varianza en la dimensión
Número de bienes	0,74
GSE asignado por el encuestador	0,73
Ingreso mensual	0,73
Actividad del PSH	0,72
Educación del PSH	0,68
Aspecto general edificación	0,47
<b>VALOR PROPIO</b>	<b>0,68</b>

**Puntaje individual normalizado**

**Una tercera conclusión importante es que no todas las variables tienen el mismo poder discriminante y dado que además ellas están fuertemente correlacionadas entre sí, basta con unas pocas variables para reconstruir el Índice Optimo con un alto grado de precisión. La pregunta clave, nuevamente, es: ¿cuáles variables debemos elegir? Una pista importante la entrega el mismo estudio, al indicarnos cuáles son las variables más discriminantes:**

- **La cantidad de bienes presentes en el hogar**
- **El ingreso total del hogar**
- **La actividad del PSH**
- **El nivel educacional del PSH**
- **La calidad y cuidado de la vivienda**

**Las variables de educación y actividad están referidas a la persona que aporta los mayores ingresos del hogar (PSH= Principal Sostén del Hogar), pues está avalado por muchos estudios internacionales que es la persona que más determina el status socioeconómico del hogar.**

**De las variables anteriores, el ingreso se suele excluir porque es difícil de medir y porque la tasa de no-respuesta es relativamente alta. Y las variables relativas a la vivienda y al entorno se excluirán, pues no son de aplicación universal (no se pueden medir en las encuestas telefónicas ni en los estudios en locación).**

**Sólo nos quedan 3 tipos de variables a considerar:**

- **El nivel de equipamiento del hogar**
- **La actividad del PSH**
- **El nivel educacional del PSH**

**Si queremos combinar estas variables para construir un buen Índice, hay cuatro posibilidades:**

- A. Combinar Equipamiento del Hogar con la Actividad del PSH**
- B. Combinar la Actividad con la Educación del PSH**
- C. Combinar Equipamiento con la Educación del PSH**
- D. Combinar las tres variables**

**La primera opción (A) no es buena porque ambas variables son de flujo y es deseable, como ya comentamos antes, que en las variables que componen el Índice figuren tanto variables de flujo como de stock. La segunda opción (B) tampoco es buena porque ambas variables son de tipo “social” y es deseable, como ya comentamos antes, que en las variables que componen el Índice figuren tanto variables “sociales” como patrimoniales.**

**La tercera opción (C) es cualitativamente mejor que las otras, pues combina una variable que es de flujo y patrimonial (Equipamiento del Hogar) con una variable que es de stock y de tipo social (Educación del PSH). La opción (D) también es buena, pero es redundante, como se vio en los análisis realizados.**

**Veamos como se construyó el Índice de status socioeconómico a partir de las variables de Equipamiento del Hogar y de la Educación alcanzada por el principal sostén del hogar; llamaremos E&E a este Índice. Al final de este trabajo mencionaremos las pruebas que se hicieron con un Índice basado en la Actividad y Educación del PSH.**

## **4. El Nuevo Índice de status socioeconómico E&E**

**El estudio realizado indica claramente que el número de bienes que posee un hogar, es una variable de distribución socioeconómica fuertemente discriminante. Esto nos da la pista para construir un indicador muy simple y muy discriminante, pues el punto clave es el grado de penetración que posee cada bien (es decir el % de hogares que lo posee); desde el punto de vista de la teoría económica, esto nos da una medida de la escasez del bien (es el recíproco de la penetración).**

**De este modo, si consideramos una pequeña batería de bienes, pero todos con distintos grados de escasez, se puede construir un Índice altamente discriminante. Por ejemplo, puede considerarse un Bien 1, muy escaso (baja penetración), hasta un Bien 5, poco escaso (alta penetración), con las **gradaciones** intermedias para los Bienes 2,3 y 4.**

**Así, cada bien dará un puntaje al hogar que lo posee, puntaje que será más alto mientras más escaso sea el bien. El puntaje total será la suma de los bienes que el hogar posee.**

**Veamos los resultados arrojados por el estudio.**

	Penetración	Escasez
<b>BIENES</b>		
Televisor	0,99	0,01
Refrigerador	0,93	0,07
Lavadora	0,89	0,11
<b>Calefont, ducha electrica y/o termo</b>	<b>0,81</b>	<b>0,19</b>
Teléfono fijo	0,80	0,20
Tina de baño	0,56	0,44
<b>Equipo de música con CD</b>	<b>0,53</b>	<b>0,47</b>
Videograbador o pasapeliculas	0,41	0,59
Horno microonda	0,37	0,63
Teléfono celular	0,37	0,63
<b>Vehículo uso particular</b>	<b>0,35</b>	<b>0,65</b>
TV cable	0,33	0,67
Computador	0,19	0,81
Tarjeta de crédito bancaria	0,18	0,82
Juegos de video	0,17	0,83
<b>Cuenta corriente en banco</b>	<b>0,17</b>	<b>0,83</b>
Servicio domestico	0,11	0,89
Conexion a internet	0,10	0,90
Secadora automática	0,08	0,92
Camara filmadora de video	0,08	0,92
Segundo vehículo o más	0,07	0,93
<b>Casa vacacional</b>	<b>0,06</b>	<b>0,94</b>

Los bienes fueron seleccionados además de acuerdo con un análisis discriminante (árbol de clasificación), que permitiera asegurar relaciones de inclusión jerárquicas coherente entre ellos.

Los bienes marcados en rojo son los elegidos para la construcción del Índice de status socioeconómico

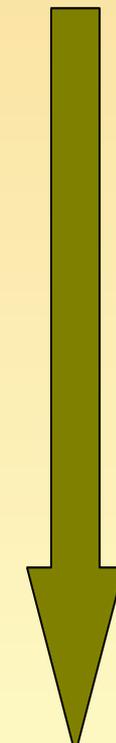
**El poder discriminante del automóvil puede mejorarse bastante si se considera la posesión de un segundo vehículo (7% de penetración) y la antigüedad del vehículo principal (sólo el 10% posee un vehículo con máximo 3 años de antigüedad).**

**Nótese que la Educación, medida como el nivel máximo de estudios alcanzado, también se puede considerar un bien escaso, y puede medirse por lo tanto de manera análoga al método empleado para los bienes materiales. Para ello basta conocer el porcentaje de PSH que alcanzaron los distintos niveles educacionales (“penetración”) y definir su recíproca como el grado de escasez. Hecha la operación, llegamos a la siguiente Tabla Resumen:**

	<b>Penetración</b>	<b>Escasez</b>
<b>BIENES</b>		
Calefont, ducha electrica y/o termo	0,81	0,19
Equipo de música con CD	0,53	0,47
Vehículo uso particular	0,35	0,65
Cuenta corriente en banco	0,17	0,83
Segundo vehículo	0,07	0,93
Casa vacacional	0,06	0,94
<b>EDUCACIÓN (Distribución acumulativa invertida)</b>		
Enseñanza media	0,55	0,45
Educación técnica	0,27	0,73
Educación universitaria	0,14	0,86

Los 6 bienes seleccionados, junto con el nivel educacional de PSH, son reescalados dividiendo por la suma total de sus tasas de escasez. De aquí resulta la siguiente matriz, que permite asignar un puntaje a cada una de las  $2 \times 2 \times 2 \times 2 \times 2 \times 3 \times 4 = 384$  combinaciones posibles de respuestas.

	No tiene	Tiene		
Calefont	0	4		
Reproductor de CD	0	9		
Cuenta corriente	0	16		
Casa vacacional	0	18		
Segundo Vehículo	0		18	
	No tiene	> 3 años	0-3 años	
Antigüedad vehículo principal	0	13	18	
	< Media	Media	Técnica	Universitaria
Nivel educacional	0	9	14	17



**SUMATORIA**

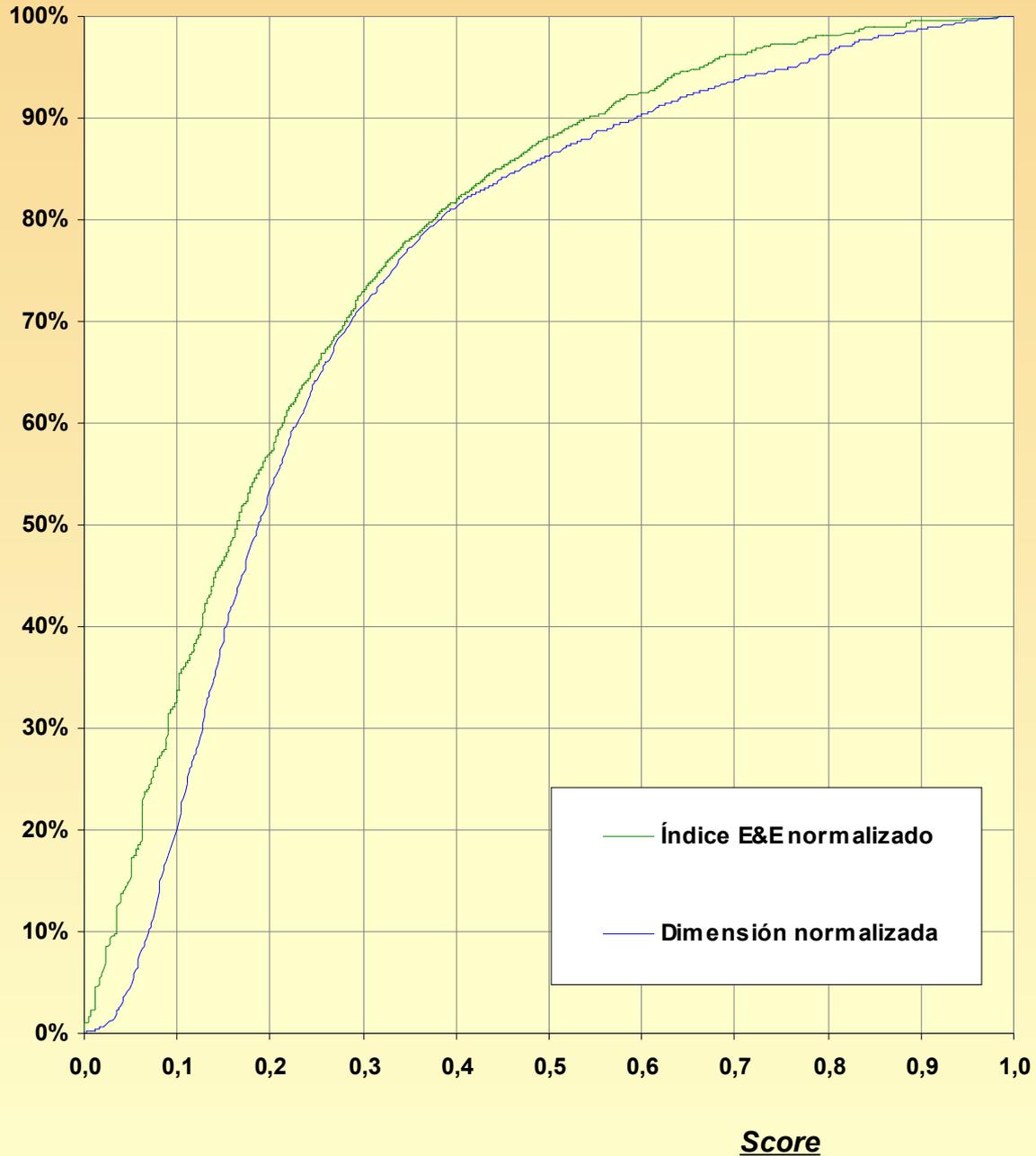
**Supongamos que un hogar posee todos los bienes considerados, entonces este hogar obtendrá 65 puntos (4+9+16+18+18); si su vehículo principal tiene menos de 3 años, obtendrá otros 18 puntos y si además el PSH terminó sus estudios universitarios, tiene otros 17 puntos. Este hogar estará en el máximo de la escala, que son 100 puntos.**

**Supongamos un segundo hogar, que sólo posee tres bienes: calefont, reproductor de CD y cuenta corriente por parte del PSH; obtendrá 29 puntos (4+9+16). Y si el PSH tiene estudios técnicos, le corresponden otros 14 puntos. La suma final da 43 puntos.**

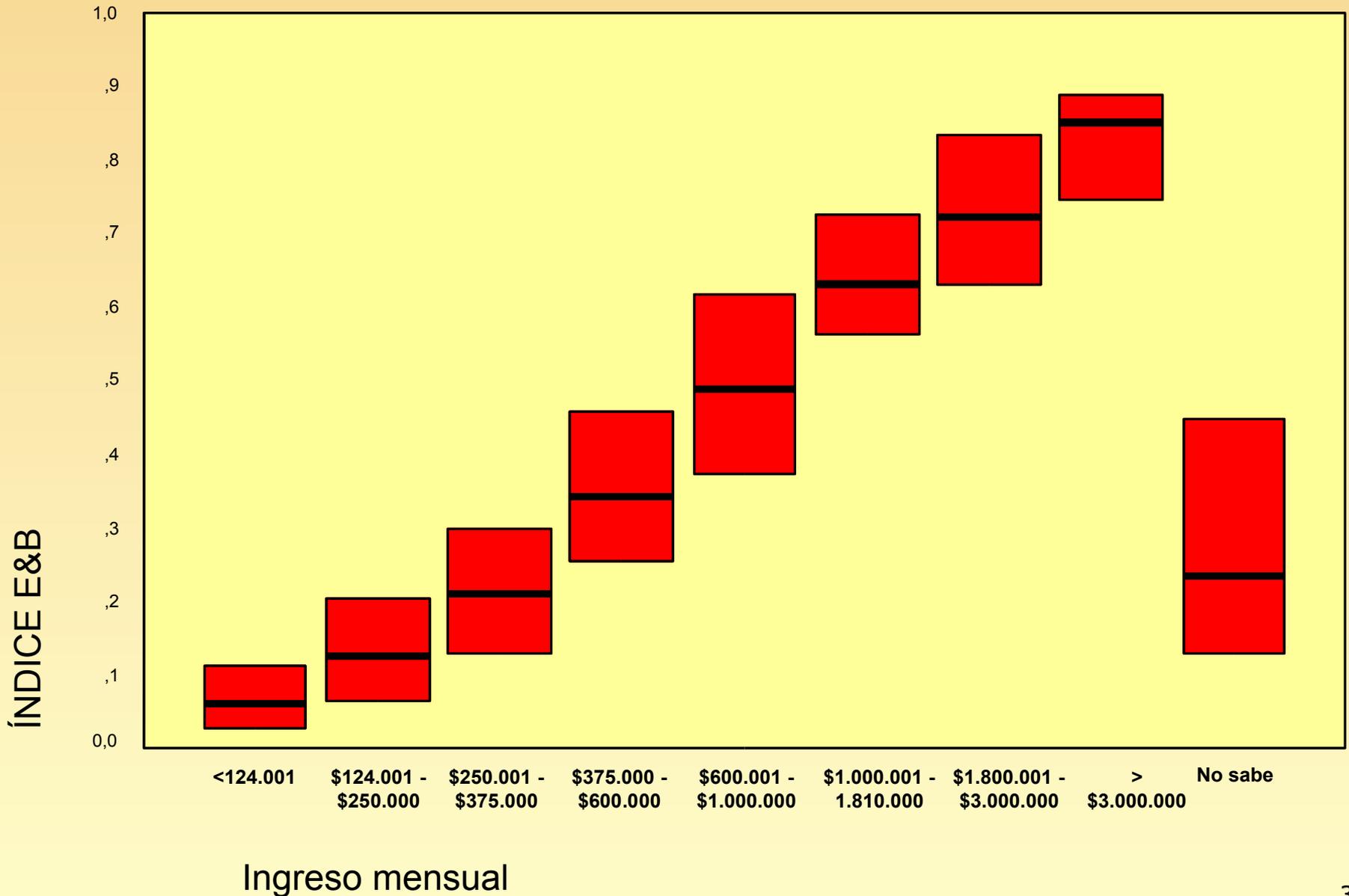
**Una gran ventaja de este método es su fácil actualización en el tiempo: cuando un bien cambia notoriamente su nivel de penetración, se reemplaza por otro que tenga el nivel de escasez requerido.**

**Construido entonces el Índice E&E de acuerdo al método expuesto, se confirma que posee un alto grado de correlación con el Índice Optimo ( $r=0.92$ ) y una gran explicación de la varianza (86%). La comparación de las distribuciones se puede apreciar en la página siguiente. Queda comprobado que la pérdida de información, al simplificar el Índice, es irrelevante respecto a las ventajas que se obtienen. Otro dato importante es la capacidad predictiva del Índice E&E respecto a los ingresos, como se aprecia en el gráfico de la página sub-siguiente.**

Porcentaje acumulado



Score



**Sólo queda un problema por resolver: ¿cuáles son los cortes que definirán los segmentos socio-económicos?**

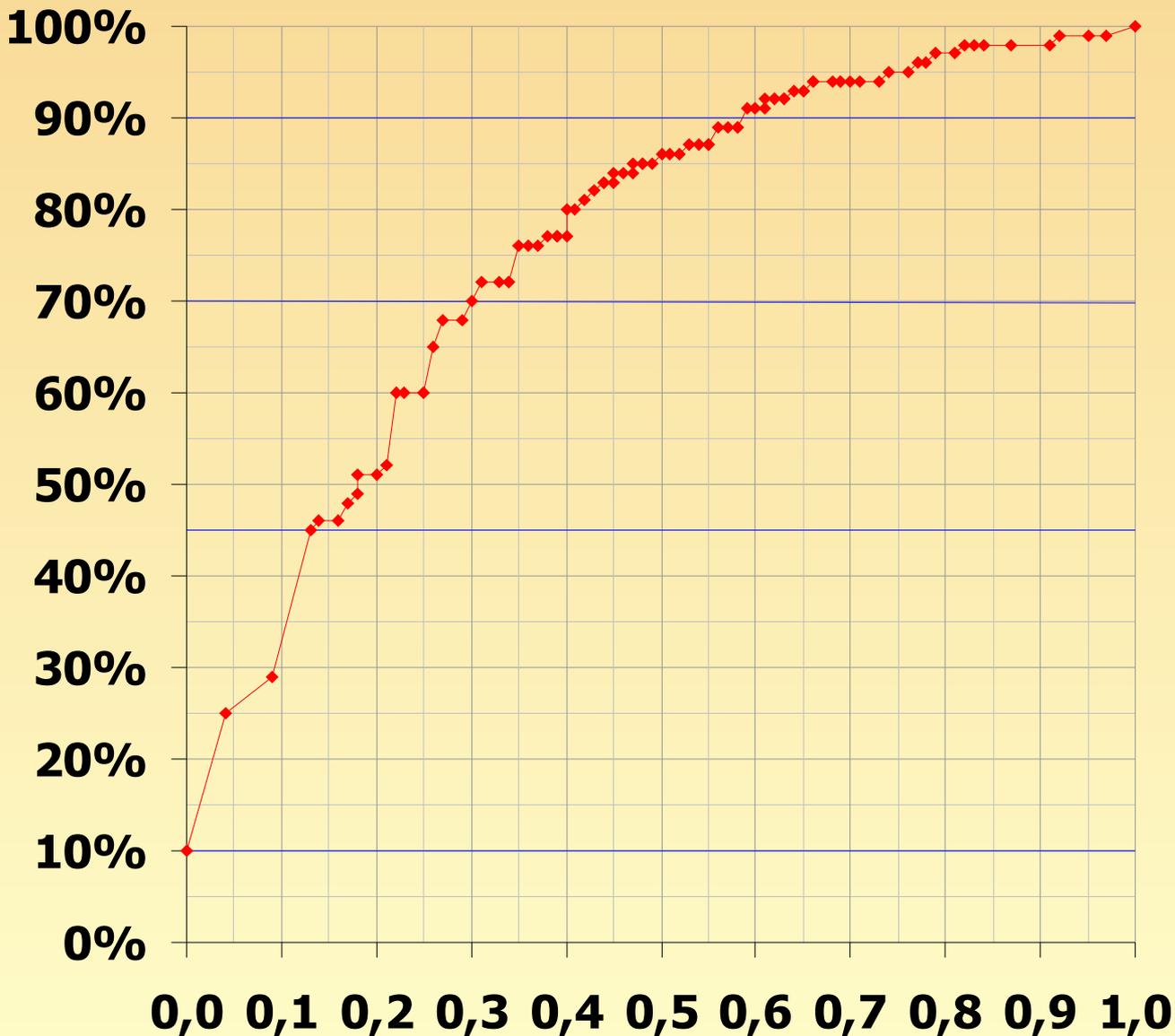
**Recordemos que la esencia del método utilizado por la AIM desde el año 1986 consiste en ordenar todos los hogares, de mayor a menor status socioeconómico, y luego establecer cortes por convención, en los cuantiles 90, 70, 45 y 10, lo cual establece un primer estrato socioeconómico, denominado ABC1, que corresponde al 10% de los hogares con mayor status socioeconómico. El segundo estrato, denominado C2, corresponde a los hogares que están entre los cuantiles 70 y 90, lo cual constituye el 20% siguiente en la escala de status socioeconómico. El grupo siguiente, denominado C3, corresponde al 25% de la población y está entre los cuantiles 45 y 70. A continuación sigue en la escala el grupo D (35%) que corresponde a los hogares que **están** entre los cuantiles 10 y 45. Por último, está el grupo E, que es el 10% de hogares en el extremo inferior de la escala (cuantil 0 a 10).**

**Este mismo esquema es el que se ha usado para estratificar los hogares por status socioeconómico, como se aprecia en el gráfico de la página siguiente.**

# Segmentación del Índice E&E según percentiles convencionales

Porcentaje acumulado

Percentiles



**ABC1** 90-100

**C2** 70-90

**C3** 45-70

**D** 10-45

**E** 0-10

Score

**Realizando los cortes en los cuantiles elegidos, podemos determinar los valores límites para clasificar los hogares en un estrato u otro, según el Índice E&E. En la Tabla que se presenta a continuación se indican estos valores.**

<b>GSE</b>	<b>Peso (%)</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>
<b>ABC1</b>	<b>10 %</b>	<b>60</b>	<b>100</b>
<b>C2</b>	<b>20 %</b>	<b>31</b>	<b>59</b>
<b>C3</b>	<b>25 %</b>	<b>14</b>	<b>30</b>
<b>D</b>	<b>35 %</b>	<b>4</b>	<b>13</b>
<b>E</b>	<b>10 %</b>	<b>0</b>	<b>3</b>

## 5. Conclusiones

**El nuevo Índice E&E cumple con las propiedades que habíamos enunciado como requisitos deseables para un buen índice de clasificación socioeconómica:**

- **Es universal (es aplicable a todo tipo de encuestas).**
- **Es simple (está basado en pocas variables y es fácil de calcular).**
- **Es objetivo (está basado en variables reproducibles y objetivas).**
- **Es coherente (al aplicarlo conduce a un resultado único).**
- **Es consistente con la historia (está basado en los mismos principios metodológicos del Índice anterior).**

**A estas propiedades, fundamentales para cualquier Índice de distribución socioeconómica, agreguemos las otras cualidades que han resultado de este estudio:**

- **Es fácilmente actualizable en el tiempo.**
- **Es un buen predictor de los ingresos de los hogares.**
- **Tiene alta correlación con el Índice Optimo.**
- **Considera variables de flujo y de stock en su composición.**
- **Considera variables “sociales” y patrimoniales en su composición.**

**Estas características le dan una gran superioridad al Índice E&E, toda vez que los otros Índices propuestos (como el de Actividad más Educación) violan varios de estos requisitos. Para una comprensión más detallada de este tema, véase el Anexo de este documento.**

## Anexo: el Índice E&A

**Otro método de clasificación socioeconómica que se ha propuesto está basado en la Educación y Actividad del principal sostén del hogar (PSH).**

**Si se le asignara puntajes a cada una de estas variables se podría construir un Índice semejante al de E&E, pero menos discriminante que éste y con menor correlación con el Índice Óptimo. Además este Índice no incluye variables de tipo patrimonial, ambas son de tipo “social”.**

**La propuesta más usual, sin embargo, es clasificar mediante una matriz de doble entrada, donde a cada celdilla se le asigna arbitrariamente un grupo socioeconómico. Este método se denomina “Matriz de Clase Social” y en Chile fue propuesto por Roberto Mendez en el VIII Congreso de Marketing de Icare, llevado a cabo en junio de 1999.**

**Este sistema de clasificación deja atado los segmentos socioeconómicos a dos variables sociales (Educación y Actividad laboral), con lo cual se rigidiza el sistema de estratificación, rozando así el antiguo concepto de “clase social”.**

**En la página siguiente se presenta la matriz de clasificación socioeconómica.**

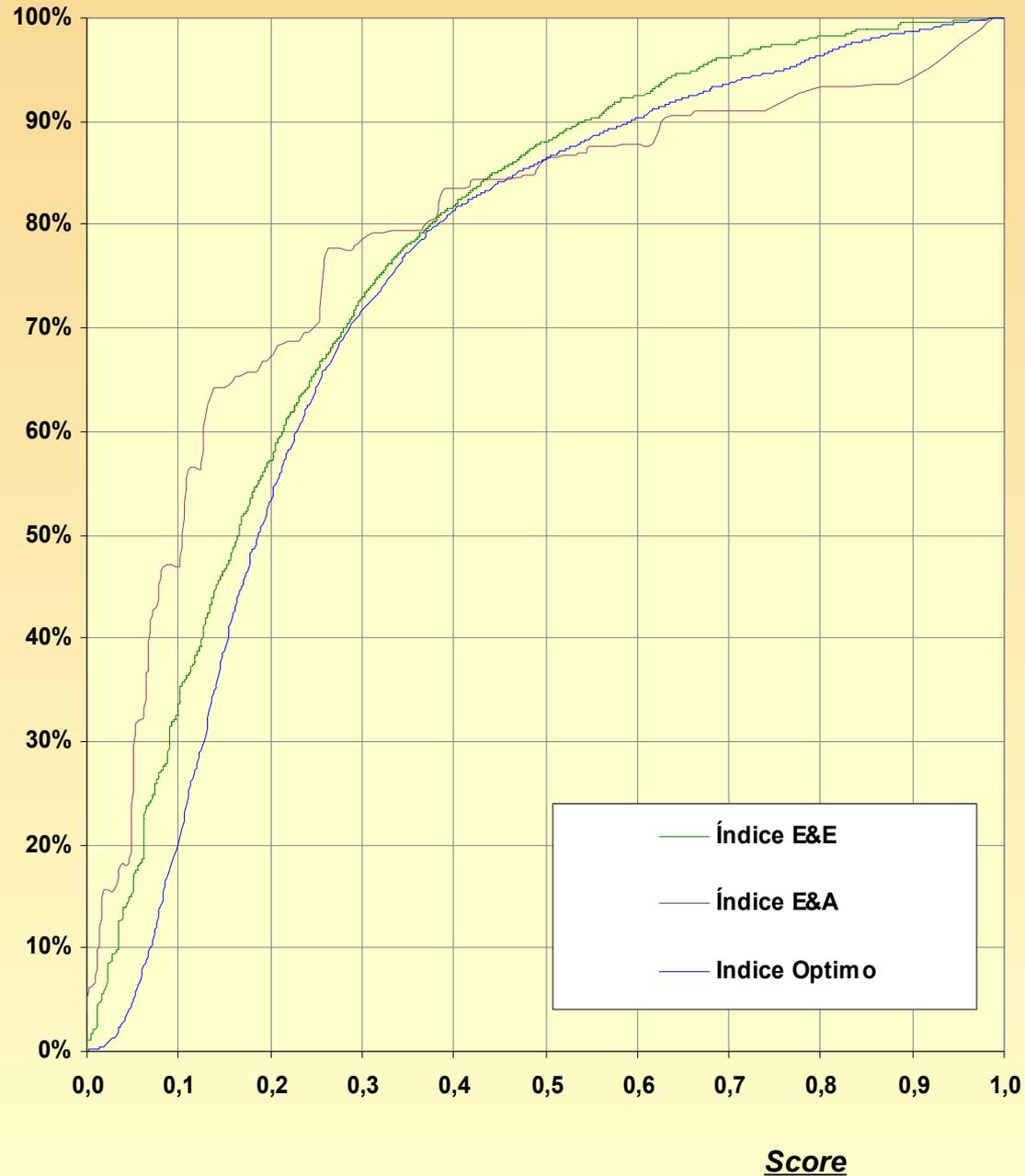
	Trabajos Ocupacionales	Obrero no calificado, oficio menor, servicio domestico	Obrero calificado, capataz, micro- empresario	Empleado Administrativo medio, vendedor, jefe de seccion	Ejecutivo medio, Profesional, Mediano empresario	Alto ejecutivo Profesion liberal Independiente, Gran Empresario
Básica incompleta o menos	E	E	D	C	C	C
Básica Completa	E	D	D	C	C	C
Media incompleta	D	D	D	C	C	C
Media completa; Técnica incompleta	D	D	C	C	C	B
Universitaria incompleta; Técnica completa,	C	C	C	C	C	B
Universitaria completa	C	C	C	C	B	A
Post Grado	C	C	C	B	A	A

**La gran ventaja de este método es que es muy fácil de manejar por cualquier encuestador y tiene una alta tasa de respuesta. Sin embargo tiene varios inconvenientes graves:**

- 3. Es poco discriminante (tiende a concentrarse en las clases medias). Tan grave es este problema, que apenas un año de aplicado este sistema, hubo que dividir la clase media (grupo “C”) en sub-segmentos.**
  
- 5. Pierde poder discriminante con el tiempo (los estratos bajos se educan); esto se verá claramente acentuado con la reciente reforma constitucional, que declara obligatoria la Enseñanza Media.**
  
- 7. No se aplica cuando el PSH no tiene actividad (jubilados, cesantes, rentistas). En este caso se usa una batería de bienes. Pero esto genera un problema mayor, como veremos a continuación.**

- 1. No es coherente, pues no asegura un resultado único. En efecto, como tiene un segundo método de clasificación (con batería de bienes) cuando no se puede aplicar el primero (basado en la actividad del PSH), puede ocurrir que si se aplicaran ambos métodos a un mismo hogar, se llegarían a dos resultados distintos.**
- 3. Deja al encuestador un buen grado de subjetividad, pues la clasificación de la actividad del PSH es muy difícil de hacer en muchos casos, por la gran cantidad de profesiones, oficios, tareas y actividades existentes (el INE ha catalogado más de 200 categorías ocupacionales) (??? Chequear esta información)**
- 5. Además este sistema no es comparable con el método históricamente usado por la AIM y toda la industria desde 1984. No es un perfeccionamiento del método, es un cambio de enfoque que lleva a la ruptura radical con todo lo ya realizado.**
- 7. Por último, en el estudio realizado por la AIM en el año 2000, se comparó este método con el sistema E&E. Los resultados fueron claros: el método E&E tuvo mejores resultados que la matriz de clase social (E&A), en todos los indicadores considerados: poder discriminante, correlación con el Índice Óptimo, varianza explicada.**

Porcentaje acumulado



Abajo se presenta un cuadro comparativo, en que se indican dos medidas estadísticas de ajuste respecto del status socioeconómico como variable latente. Nótese que en ambos casos, el método de clasificación E&E (Educación y Equipamiento del hogar) obtiene mejores resultados que el método E&A (matriz de clase social)

<b>CRITERIOS DE ADECUACIÓN</b>	<b>Índice E&amp;A</b>	<b>Índice E&amp;E</b>	<b>Escalamiento óptimo</b>
<b>Varianza del índice explicada por los tramos de ingreso (ANOVA)</b>	<b>52,6%</b>	<b>68,3%</b>	<b>79,1%</b>
<b>Correlación con el componente principal extraído de los cuatro índices (81,3% de varianza explicada)</b>	<b>0,893</b>	<b>0,918</b>	<b>0,984</b>

# Descripción visual del hogar por GSE

	AB	C1	C2	C3	D
Descripción	Hogares que gozan de las rentas más altas en la comunidad. Pueden darse lujos y gozar de todas las comodidades. Viajan fuera de Chile más de 1 vez al año. Mantienen inversiones	Hogares que tienen rentas que les permiten cubrir sus necesidades sin problemas y gozar de algunas comodidades. Viajan 1 vez al año fuera de Chile. Mantienen ahorros. Poseen una o más cuentas corrientes	Hogares que tienen rentas que les permiten cubrir sus necesidades de alimentación, vestuario y vivienda y sólo algunas comodidades. Sólo una proporción de este grupo mantiene ahorros. Poseen una cuenta corriente	Hogares que tienen rentas que les permiten cubrir sus necesidades de alimentación, vestuario y vivienda y muy pocas comodidades. Sin mayor capacidad de ahorro. No poseen cuenta corriente.	Hogares que disponen de ingreso fijo y estable, pero reducido. Por este motivo viven con mucha estrechez.
Barrio	Barrios residenciales exclusivos. Áreas verdes, jardines cuidados, veredas limpias.	Generalmente viven en barrios de NSE Alto. Áreas verdes, jardines cuidados, veredas limpias.	Conjuntos habitacionales nuevos o bloques de departamentos. Hay preocupación por el ornato y aseo de calles y veredas. En caso de ser construcciones nuevas se ubican a cierta distancia de la ciudad	Grandes poblaciones modestas (villas), bloques de dptos. económicos, sectores antiguos de la ciudad. En caso de ser construcciones nuevas se ubican a gran distancia de la ciudad.	Generalmente en grandes poblaciones que no cuentan con urbanización completa. Encuentran también en sectores centrales de la ciudad.
Vivienda	Bungalow aislado, con jardines, piscina, cancha de tenis. Dptos. lujosos, amplios, amplios, excelente construcción y finas terminaciones	Buena casa (con jardín) o departamento. Bien cuidado y varias habitaciones	Casa o Dpto. mediano (70-80 m2). En conjuntos nuevos, el piso generalmente es de tabla o parquet. La mayoría tienen living y comedor juntos	Si están ubicados en sectores modestos, son los hogares de mayor progreso en el sector. Si se ubican en sectores C2, corresponden a los hogares de menor progreso.	Construcción de tipo económico en poblaciones. En sectores centrales viven varias familias una sola casa.
Equipamiento	Hogar muy bien equipado, finos muebles, alfombras, cortinas, etc. Poseen todos los electrodomésticos de uso corriente e incluso otros más sofisticados que renuevan constantemente.	Hogar bien equipado: buenos muebles, alfombras, cortinas, etc. Poseen todos los electrodomésticos de uso corriente y algunos más sofisticados y los renuevan constantemente. Se asemejan al AB pero difieren en cantidad.	En general, medianamente bien equipado: muebles de regular calidad. Poseen los electrodomésticos de uso corriente y los renuevan con poca frecuencia	Generalmente muebles de tipo económico o antiguos. Tienen algunos electrodomésticos de uso corriente	Equipamiento mínimo incompleto.
Automóvil	Dos ó más de buenas marcas y modelos recientes	Automóvil de primera marca, con no más de 5 años de antigüedad o dos de marcas económicas	La mayoría posee automóvil de marca intermedia, con una antigüedad de 5 a 10 años	Alrededor de la mitad de este grupo posee automóvil con 10 años de antigüedad o más.	Mayoritariamente no tienen automóvil y si lo tienen es por trabajo.
Profesión o actividad	Grandes empresarios, industriales, comerciantes, agricultores. Gerentes generales de empresas importantes.	Profesionales jóvenes, empleados de categoría, medianos industriales, comerciantes y agricultores. Generalmente con estudios de carreras tradicionales.	Algunos profesionales (profesor, contador) técnicos de nivel medio, pequeños comerciantes e industriales	Empleados públicos y privados administrativos en cargos menores, obreros especializados, pequeños comerciantes.	Obreros en general, trabajadores manuales, asesoras del hogar algunos empleados de nivel medio bajo.
Servicio doméstico	Más de 1 empleada, mozo, chofer.	Cuenta con servicio doméstico (mayoritariamente 1 asesora puertas adentro)	La mayoría de este grupo posee servicio doméstico (en general puertas afuera)	Un sector posee servicio doméstico, sólo por algunos días a la semana.	No posee servicio doméstico.
Teléfono fijo	Tienen teléfono, más de una línea a veces con pequeña central telefónica.	La totalidad posee teléfono.	Mayoritariamente poseen teléfono	Un porcentaje cercano al 50% posee teléfono.	Una mínima proporción posee teléfono.

# MÁS ALLÁ DE LO SOCIOECONÓMICO

## Los grupos por tipo de consumo

- 1. Más allá de los socioeconómico nos encontramos comportamientos diferenciales de consumo provenientes del acto mismo de consumir.**
- 3. Por una parte tenemos a los light y heavy users, distinción muy relevante por ejemplo en el segmento de las bebidas gaseosas y juegos de azar**
- 5. También existen las orientaciones de consumo: “value for money” versus compradores de prestigio**
- 7. Existen diferencias provenientes de los hábitos y costumbres, los consumidores tecnológicos versus los no tecnológicos**
- 9. Finalmente tenemos a los compradores expertos (monitores de consumo) versus los “ingenuos” o incautos, aquellos que podemos “pescar” en el mercado.**

## Los grupos por grupo etario

- 1. Existen los grupos tradicionales por tramos de edad (18-25, 26-35, 36-50, etc.)**
- 3. También existen los grupos emergentes como los teeners y tweens, además de la creciente relevancia de los niñ@s**
- 5. Existen grupos de más desarrollo en otros países que poco a poco se hacen presente en Chile como los “singleton”**
- 7. Los patrones de edad han transformado en grupos de consumo a la Tercera Edad y han propiciado el surgimiento de la Cuarta Edad (sobre 70 años)**

# Los grupos por grupo cultural

1. Alternativos

4. Integrados

7. Marginales

10. Emergentes

13. Innovadores

16. Tradicionales

19. Estilizados

**En constante  
definición y  
redefinición**