

## Segmentación de Mercados

### ¿A qué nos referimos cuando hablamos de Nivel Socioeconómico?

En la presente edición les acercamos el insight de una de los cohortes de segmentación más utilizado para la planificación de marketing: **Nivel Socioeconómico**. Para ello les acercamos un resumen del documento "Validación Nacional del Índice de Nivel Socio Económico para estudios de mercado y opinión pública" – Departamento de Sociología, UDELAR, 2006 –.

La validación del INSE a nivel nacional se ha desarrollado a partir de la iniciativa del CAINSE, comisión que agrupó a ADIMU (Asociación de Investigadores de Mercado y de Opinión del Uruguay), AUDAP (Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad) y CAU (Cámara de Anunciantes del Uruguay), con el objetivo común de disponer de una metodología de medición única del Nivel Socioeconómico.

### ¿Qué es el Índice de Nivel Socioeconómico?

El Índice de Nivel Socio Económico es un instrumento valioso para caracterizar la población y es utilizado por las empresas e instituciones para caracterizar el perfil del mercado de un determinado producto o servicio, establecer las oportunidades de los productos en los distintos estratos de la población, ajustar la política de comunicaciones y de medios de acuerdo al perfil de los destinatarios del mensaje, apuntar con precisión a los segmentos clave de cada negocio, medio, servicio, etc.

El Nivel Socio Económico es considerado como un atributo del hogar, compartido y extensible a todos sus miembros. Permite caracterizar la inserción social del hogar en forma directa – por medio de las dimensiones educativas y ocupacionales – y, por otro lado, permite caracterizar la inserción económica del hogar en forma indirecta por el acceso potencial y la disponibilidad real de recursos económicos.

## ¿Cómo se distribuyen los hogares uruguayos en relación a los distintos estratos socioeconómicos?

Estrato	Montevideo	Interior	Total
Alto-Alto	3,1	0,9	2,1
Alto-Medio	6,1	2,4	4,4
Medio-Alto	12,4	5,4	9,2
Medio-Medio	17,4	14,1	15,9
Medio-Bajo	24,6	28,9	26,6
Bajo-Medio	25,2	33,4	29,0
Bajo-Bajo	11,1	15,0	12,9
Total	100	100	100

Fuente: "Validación Nacional del Índice de Nivel Socio Económico para estudios de mercado y opinión pública".  
Departamento de Sociología. 2006

El segmento de hogares de *nivel socioeconómico alto* alcanza al 6,5% de los hogares en un total de 1.061.762 hogares en todo el país (456.587 en Montevideo y 605.175 en el Interior). Dichas cifras indican que aproximadamente 69.000 hogares en todo el país disponen de ingresos y gastos que los identifican con el estrato "alto" – aproximadamente 200.000 personas –.

El *nivel socioeconómico medio* comprende a el 51,7 % de los hogares. Ello ubica en los estratos socioeconómicos medios a 548.930 hogares, representativos de un total de aproximadamente 1.675.598 personas.

Por último los *niveles socioeconómicos bajos* comprenden al 41,9% de la población, lo que equivale a aproximadamente 1.358.000 personas en todo el país pertenecientes al estrato.

## ¿Cuáles son los ingresos medios en cada estrato socioeconómico?

En el siguiente cuadro se presenta el ingreso medio por hogar en los diferentes estratos de nivel socioeconómico. El nivel socioeconómico predice el ingreso del hogar pero con un desvío importante, especialmente en los hogares del estrato Alto-Alto.

Estrato	Mediana	Media	Desvío Estándar
Alto-Alto	80.000	102.745,20	71.520,54
Alto-Medio	40.900	44.487,98	22.004,75
Medio-Alto	21.600	25.515,96	16.102,63
Medio-Medio	14.000	15.780,59	9.341,20
Medio-Bajo	8.500	9.949,72	6.400,31
Bajo-Medio	5.600	6.466,27	3.874,27
Bajo-Bajo	3.000	3.645,42	2.125,67

Nota: No se consideraron 3 casos que declararon 0 ingreso

Fuente: "Validación Nacional del Índice de Nivel Socio Económico para estudios de mercado y opinión pública".  
 Departamento de Sociología. 2006

A medida que aumenta el estrato socioeconómico aumenta el nivel de ingresos del hogar. El promedio de ingresos del estrato Alto-Alto es cuatro veces superior al del estrato Medio-Alto, diez veces el ingreso promedio del Medio-Bajo y veintiocho veces más que el correspondiente al estrato Bajo-Bajo. Se observa con nitidez que los estratos presentan grupos de hogares con ingresos relativamente homogéneos y que presumiblemente es mayor la heterogeneidad entre los grupos que al interior de los mismos.

## ¿Cómo varía el equipamiento de los hogares para los distintos estratos socioeconómicos?

La tenencia de artículos de confort resulta ser un aspecto relevante del nivel socioeconómico, por lo que la investigación releva información referente al equipamiento del hogar para analizar su distribución de acuerdo a los estratos propuestos y lograr una mejor caracterización de los mismos. En el siguiente cuadro se resume la distribución de equipamiento en los distintos estratos.

Indicador	Alto-Alto	Alto-Medio	Medio-Alto	Medio-Medio	Medio-Bajo	Bajo-Medio	Bajo-Bajo	Total
<b>Equipamiento básico</b>								
Calefón	95,2	97,7	97,8	92,5	77,4	65,2	38,8	74,4
Lavarropa	100	97,7	93,5	86,2	74,4	45,9	27,1	65,3
Horno Microondas	100	97,7	75	62,3	33,8	17,9	6,2	38,3
Heladera con freezer	95,2	81,8	76,1	71,7	44,4	25,2	10,9	44,2
Freezer	23,8	13,6	10,9	7,5	5,3	2,4	1,6	5,7
Lavavajillas	66,7	27,3	4,3	2,5	1,1	1	0,8	4,1
Lustradora	66,7	50	39,1	25,2	7,1	2,4	0	13,8
Aspiradora	95,2	93,2	75	49,7	30,5	14,1	3,1	33,5
Aire acondicionado	61,9	31,8	12	8,2	2,3	1,4	0,8	6,2
<b>Entretenimiento y recreación</b>								
Conexión a TV Cable / TV para abonados	95,2	86,4	77,2	69,2	54,5	26,9	0,8	46,4
Video Casetero	81	65,9	60,9	44	24,4	9,3	4,7	26,8
Reproductor de DVD	57,1	65,9	39,1	21,4	13,6	4,5	0,8	16,2
Cámara fotográfica digital	47,6	54,5	23,9	5,7	6,8	1,7	0	8,7
Cámara filmadora	61,9	27,3	16,3	5,7	0,8	0,3	0	5,2

<i>Comunicaciones e informática</i>								
Teléfono celular	100	95,5	77,2	59,1	36,8	17,6	7,8	35,6
Computadora	95,2	88,6	65,2	37,1	14,3	4,5	0,8	23
Computadora portátil	23,8	13,6	3,3	0	0,8	0	0	1,6
Conexión a Internet (telefónico / ADSL)	95,2	88,6	54,3	17,6	4,1	0,3	0	14,9

Fuente: "Validación Nacional del Índice de Nivel Socio Económico para estudios de mercado y opinión pública". Departamento de Sociología. 2006

Los artículos más poseídos son el calefón y el lavarropa, presentes en más del 65% de los hogares. Contrariamente, la cámara filmadora, el freezer, el lavavajillas y la computadora portátil, aparecen como los artículos más selectivos y prácticamente reservados para los estratos más altos.

## ¿Qué bienes y servicios caracterizan a los hogares de distintos niveles socioeconómicos?

Los bienes y servicios con que cuentan los hogares permiten una descripción más detallada de las características de cada estrato y de las diferencias entre los mismos. Los aspectos relevados abarcan vivienda, tenencia de vehículo y seguro del mismo, seguros en general, servicio doméstico, salud privada, educación privada y recreación. Los mismos resultan sumamente útiles a la hora de medir las diferencias entre los hogares de los diversos estratos, debido a que nos permiten aproximarnos a una caracterización más estable o estructural de la capacidad de gasto del hogar y de su nivel socioeconómico.

Indicador	Alto-Alto	Alto-Medio	Medio-Alto	Medio-Medio	Medio-Bajo	Bajo-Medio	Bajo-Bajo	Total
<i>Bienes y seguros</i>								
Propietario de la vivienda (la pagó o la está pagando)	92,5	88,6	67,4	68,6	69,5	62,1	53,5	66,2
Propietario de la vivienda y ya la pagó	81	75	59,8	53,5	56,8	51,4	39,5	53,8
Propiedad de otra vivienda	66,7	43,2	25	10,7	10,9	3,1	2,3	11,3
Tiene al menos un auto de uso particular	95,2	95,5	67,4	42,1	32	10,7	1,6	31
Tiene dos o más autos de uso particular	42,9	18,2	9,8	1,3	1,1	0	0	3,1
Cambió de auto en los últimos 12 meses	30	11,9	13,1	4,5	7,2	13,8	0	10,4
El auto tiene seguro	70	90,5	61,3	46,3	21,2	29	0	50,2
La vivienda tiene seguro	61,9	34,1	14,1	6,3	1,9	3,4	3,1	8,6
Al menos uno de los miembros tiene seguro de vida	57,1	36,4	18,5	10,7	9,4	6,9	2,3	11,5
<i>Servicios</i>								
Tiene servicio doméstico	85,7	75	29,3	7,5	2,6	1,4	0	10,2

La mitad o más de los miembros tiene salud privada	100	93	75,9	66,5	48,1	37,7	15,9	50,6
<b>Educación y esparcimiento</b>								
La mitad o más de los mayores de 18 con estudios universitarios (completos o incompletos)	57,2	65,9	38,7	18,9	9,5	2,7	1,6	14,1
La mitad o más de los miembros que están concurriendo a una institución educativa formal asisten a instituciones privadas	80	51,4	27	18,2	6,3	6,9	1,4	15,1
Al menos uno de los que concurren a instituciones educativas formales tienen estudios extracurriculares	33,3	47,1	36,2	28	18	12,7	6,3	21,8
Alguno de los miembros del hogar asiste a gimnasios o clubes deportivos	71,4	52,3	38	22	13,9	4,5	2,3	15,9
Alguno de los miembros del hogar posee tarjetas culturales	23,8	18,2	15,7	2,5	1,9	0,7	0	3,8
Al menos uno de los miembros del hogar realizó algún viaje internacional	76,2	63,6	35,9	14,5	6	3,1	3,9	12,9
Al menos uno de los miembros del hogar realizó algún viaje nacional por vacaciones	81	70,5	51,5	35,2	22,9	10,7	7,8	25,1

Notas: 1. Porcentaje sobre casos válidos. 2. Se presentan sólo las respuestas afirmativas

*Esperemos que la síntesis planteada haya sido de interés. Como siempre recordamos que para profundizar o aplicar las siguientes temáticas a planes de marketing de su empresa estamos a disposición para cualquier consulta.*

*Que tengan una buena jornada.*

Servicio desarrollado por Opción Consultores

Soc. Juan Manuel Lanza  
Lic. José Raúl Rodríguez  
Agustín Bonino  
Opción Consultores

Contáctenos:  
Durazno 2063/402  
Tel. (05982) 410 55 23  
Montevideo - Uruguay  
[opcion@adinet.com.uy](mailto:opcion@adinet.com.uy)