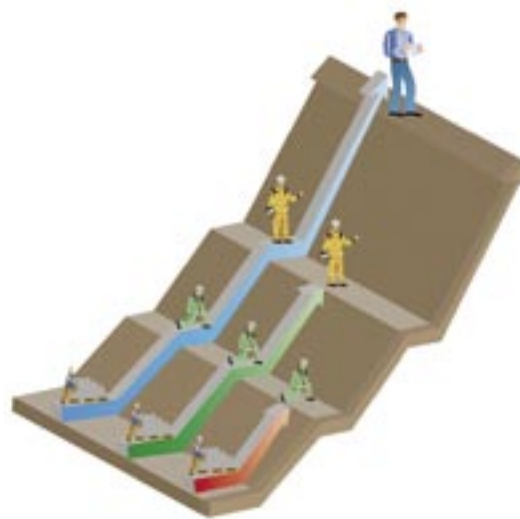


Distribución de niveles socioeconómicos 2008

HERIBERTO LÓPEZ ROMO



Cada año, la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), a través de su Comité de Niveles Socioeconómicos, actualiza y difunde las proporciones de nivel socioeconómico para la población urbana del país, considerando las localidades mayores de 50,000 habitantes. Este documento presenta la distribución de niveles socioeconómicos para el periodo 2008.

Esta vez la estimación se realizó utilizando la regla **AMAI 10x6**. Esta regla clasifica a los hogares en seis niveles por medio de un puntaje obtenido a partir de la distribución de 10 variables:

- 1 Escolaridad del jefe del hogar
- 2 Número de habitaciones
- 3 Número de baños completos
- 4 Número de focos
- 5 Número de autos
- 6 Número de televisores a color
- 7 Número de computadoras
- 8 Posesión de regadera
- 9 Posesión de estufa
- 10 Tipo de piso

Como todos los años, estas proporciones fueron estimadas a partir de los estudios realizados por dos empresas asociadas a la AMAI: **IBOPE/AGB** y **ACNIELSEN**. Ambas empresas utilizan una muestra nacional representativa como marco muestral de sus estudios: panel de audiencia y consumo, respectivamente. Los estudios son levantados durante el primer semestre de cada año y entregados al Comité de Niveles Socioeconómicos de AMAI durante el siguiente año para que se realice el cálculo de las proporciones de nivel socioeconómico.

Para la estimación 2008, las características de los estudios fueron las siguientes:

- **Establishment Survey 2008** realizado por la empresa **IBOPE/AGB** como base de su sistema de medición de audiencia de televisión. Este estudio representa a hogares en localidades mayores de 400,000 habitantes y tiene un tamaño de muestra de 9,137 casos.
- **Muestra maestra de hogares 2008** del estudio **Homescan** de la empresa **ACNIELSEN**. Este sistema de medición representa a hogares de localidades mayores a 50,00 habitantes y tiene un tamaño de muestra de 28,780 casos.

Por su tamaño y método de selección, ambas muestras aseguran la confiabilidad y representatividad de los resultados.

Las dos muestras son seleccionadas con procedimientos estrictamente aleatorios. En el caso de **ACNIELSEN**, la muestra contempla además una sobrecuota de nivel alto.

Tabla 1
Distribución porcentual de niveles socioeconómicos. Localidades mayores de 400,000 y 50,000 habitantes, 2008

| | Total localidades mayores de 400,000 habitantes | Total localidades mayores de 50,000 habitantes |
|-----|---|--|
| A/B | 7.3% | 7.2% |
| C+ | 14.2% | 14.0% |
| C | 18.2% | 17.9% |
| D+ | 35.9% | 35.8% |
| D/E | 24.4% | 25.0% |

Tabla 2

Distribución porcentual de niveles socioeconómicos por áreas metropolitanas y estratos de tamaño de localidad 2008

| | AMCM | Guadalajara | Monterrey | Localidades entre 400,000 y 2'500,000 habitantes | Localidades entre 50,000 y 400,000 habitantes |
|-----|-------|-------------|-----------|--|---|
| A/B | 6.1% | 9.8% | 8.8% | 7.8% | 5.9% |
| C+ | 12.2% | 15.9% | 16.7% | 15.1% | 13.1% |
| C | 16.4% | 21.0% | 20.2% | 18.9% | 16.0% |
| D+ | 38.2% | 37.1% | 35.0% | 33.9% | 35.1% |
| D/E | 27.1% | 16.3% | 19.4% | 24.2% | 29.7% |

Tabla 3

Evolución histórica de la distribución porcentual de NSE. Localidades de 50,000 y más

| | 2000 | 2002 | 2003 | 2005 | 2006-2007 | 2008 |
|------|------------|-------|-------|-------|-----------|-------|
| A/B | | 7.0% | 7.4% | 7.5% | 7.8% | 7.2% |
| C+ | 19% | 12.6% | 12.5% | 13.6% | 13.6% | 14.0% |
| ABC+ | 19.0% | 19.6% | 19.9% | 21.1% | 21.4% | 21.2% |
| C | 17.8% | 17.1% | 17.0% | 18.8% | 16.9% | 17.9% |
| D+ | 30.2% | 35.5% | 34.0% | 32.6% | 36.3% | 35.8% |
| D/E | 33.0% | 27.7% | 29.0% | 27.6% | 25.4% | 25.0% |

La estimación de la distribución de los niveles socioeconómicos se calcula uniendo los dos estudios a través de un procedimiento que combina los factores de ponderación originales de cada una de las muestras, más un factor que “pesa” la contribución de cada muestra a los distintos estratos y celdas del diseño de estudio.

La distribución de los niveles socioeconómicos para las principales áreas metropolitanas del país, así como para los estratos de tamaño de localidades se indica en la tabla 2.

Entre el año 2000 y el año 2007, considerando el mismo criterio de clasificación, se observa un incremento en el nivel socioeconómico de la población. Entre 2007 y 2008 la distribución de los niveles socioeconómicos es muy similar (tabla 3).

A fin de conocer la confiabilidad de la estimación de la distribución de niveles socioeconómicos **AMAI** en los tres últimos años, se comparó con la distribución de niveles socioeconómicos de la **Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos de los Hogares** realizada por el **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)**. La estimación **AMAI 2005** fue comparada con **ENIGH 2004**, la estima-

ción **AMAI 2006-2007** fue comparada con la **ENIGH 2006** y la estimación **AMAI 2008** fue comparada con la **ENIGH 2008**.



La encuesta **ENIGH** tiene una cobertura nacional y registra el ingreso formal e informal que obtiene una familia en los últimos tres meses, así como todos los gastos que realiza la familia en un mes. Adicionalmente, registra las características de los habitantes, viviendas y las posesiones.

En la encuesta se registran las trece variables que incluye el Índice **AMAI 13x6** y las 10 variables que considera el Índice **AMAI 10X6**. Con algunas recodificaciones y combinación de variables es posible aplicar ambas reglas **AMAI** y obtener la distribución de los niveles. Para obtener la distribución de niveles en la Encuesta Ingreso y Gastos se incluyen las localidades mayores a 100,000 habitantes.

Considerando las mismas definiciones de nivel socioeconómico (**REGLA 13*6 para 2004 y 2006 y REGLA 10X6 para 2008**), la distribución de **AMAI** es muy similar a la distribución obtenida en la Encuesta Ingreso y Gastos (tabla 4).

Tabla 4
Comparación de distribución porcentual de nivel socioeconómico estimación AMAI vs Encuesta Ingreso y Gastos 2008

| | Distribución AMAI 2008 | Distribución ENIGH 2008 |
|--------|------------------------|-------------------------|
| A/B C+ | 21.2% | 22.2% |
| C | 17.9% | 16.0% |
| D+ | 35.8% | 32.9% |
| D/E | 25.0% | 29.0% |



Como en años anteriores se observa una similitud entre las dos distribuciones. Esto refuerza la confiabilidad del índice y de la estimación de la distribución de niveles socioeconómicos realizada por **AMAI**.

Habiendo clasificado los hogares de la encuesta Ingreso y Gastos de **INEGI** con el índice **AMAI** es posible obtener una descripción de los niveles socioeconómicos de acuerdo a su patrón de gasto.

Las diferencias en la distribución del gasto por niveles socioeconómicos son muy similares en los tres años analizados de la **Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos de los Hogares**.

Los niveles más bajos incrementan los porcentajes de gasto de productos y servicios básicos, en comparación con los niveles más altos. Mientras que para el nivel AB, el gasto de alimentos, servicios básicos para el hogar y transporte representan una cuarta parte de su presupuesto, para el nivel D/E, en ese mismo renglón, significa dos terceras partes del gasto.

En los niveles altos, el porcentaje de gasto en viajes, entretenimiento y comunicación se incrementa significativamente en comparación con los niveles más bajos.

En las tres mediciones, el porcentaje dedicado a la educación es muy similar entre los distintos niveles (tabla 5).

Gastos que aumentaron en todos los niveles

De 2006 a 2008 se incrementó significativamente el gasto en alimentos y bebidas, en el pago de servicios como agua y luz, en el transporte público y en la educación. Aunque esto tuvo impacto en todos los niveles, fue particularmente alto en los niveles más bajos.

Entre 2006 y 2008 el porcentaje del gasto total destinado a alimentos y bebidas dentro de la casa se incrementó en todos los niveles, especialmente en los más bajos. El incremento en alimentos fue provocado por el aumento en el precio de los cereales.

Este mismo patrón se observó en el pago de servicios y en el pago de transporte público. Todos los niveles incrementaron el porcentaje de gasto en este renglón durante los últimos dos años.

También el gasto en educación, como proporción del gasto total, aumentó significativamente en todos los niveles.

Tabla 5
Distribución porcentual del gasto por nivel socioeconómico.
Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos 2004-2008



| | A/B | | | C+ | | | C | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2004 | 2006 | 2008 | 2004 | 2006 | 2008 | 2004 | 2006 | 2008 |
| Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar | 7.3% | 7.6% | 10.5% | 12.0% | 12.0% | 15.9% | 17.6% | 17.3% | 20.9% |
| Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar | 7.6% | 5.2% | 6.1% | 7.8% | 5.8% | 6.4% | 7.5% | 5.9% | 6.7% |
| Tabaco | 0.1% | 0.1% | 0.1% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.2% |
| Vestido y calzado | 3.7% | 4.5% | 4.0% | 4.2% | 4.5% | 4.4% | 4.5% | 4.8% | 4.5% |
| Servicios del hogar (gas, agua, electricidad) | 5.8% | 5.7% | 7.1% | 6.9% | 6.6% | 7.9% | 7.7% | 8.1% | 10.3% |
| Limpieza y cuidado de la casa | 5.3% | 4.4% | 5.0% | 3.4% | 3.2% | 3.8% | 2.6% | 2.9% | 3.1% |
| Enseres domésticos | 1.4% | 1.6% | 1.0% | 1.5% | 1.7% | 1.0% | 1.6% | 1.8% | 1.0% |
| Cuidados médicos y conservación de la salud | 2.9% | 3.2% | 3.1% | 3.0% | 3.0% | 2.9% | 2.5% | 3.1% | 2.6% |
| Transporte público | 0.6% | 0.6% | 0.6% | 1.7% | 1.7% | 2.0% | 4.2% | 3.7% | 4.3% |
| Transporte foráneo | 1.3% | 1.2% | 1.1% | 0.9% | 0.8% | 0.7% | 0.7% | 0.6% | 0.6% |
| Vehículos | 8.1% | 9.4% | 10.2% | 9.8% | 10.2% | 10.7% | 8.8% | 8.0% | 7.9% |
| Comunicación | 3.4% | 3.5% | 4.1% | 4.1% | 4.4% | 5.0% | 4.3% | 5.0% | 4.9% |
| Educación | 9.9% | 9.4% | 11.7% | 9.0% | 8.7% | 9.3% | 8.1% | 6.9% | 8.4% |
| Esparcimiento | 6.4% | 7.1% | 6.0% | 5.3% | 6.2% | 5.3% | 4.5% | 4.9% | 3.9% |
| Cuidado personal | 2.5% | 2.6% | 3.1% | 3.2% | 3.4% | 4.2% | 3.9% | 4.2% | 4.7% |
| Accesorios y efectos personales | 0.2% | 0.3% | 0.2% | 0.2% | 0.3% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.2% |
| Cuota vivienda | 1.0% | 0.8% | 1.4% | 1.4% | 0.9% | 1.9% | 1.4% | 1.3% | 1.5% |
| Mantenimiento y reparación vivienda | 1.1% | 1.1% | 1.7% | 1.6% | 1.4% | 1.3% | 1.2% | 1.7% | 1.0% |
| Depósitos bancarios/ tandas | 11.6% | 12.3% | 4.9% | 10.1% | 9.1% | 4.0% | 7.3% | 8.1% | 2.8% |
| Préstamos | 0.5% | 0.4% | 0.2% | 0.3% | 0.3% | 0.2% | 0.2% | 0.3% | 0.2% |
| Pagos tarjetas y casas comerciales | 6.5% | 8.9% | 8.9% | 4.6% | 5.9% | 6.4% | 2.1% | 3.1% | 3.6% |
| Deudas | 1.0% | 1.4% | 1.1% | 1.3% | 1.7% | 0.9% | 1.4% | 1.9% | 1.6% |
| Otras erogaciones y gastos | 11.9% | 8.8% | 7.8% | 7.4% | 8.0% | 5.3% | 7.6% | 6.2% | 5.3% |

Tabla 5 (continúa)
Distribución porcentual del gasto por nivel socioeconómico.
Encuesta Nacional de Ingreso y Gastos 2004-2008



| | D+ | | | D | | | E | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2004 | 2006 | 2008 | 2004 | 2006 | 2008 | 2004 | 2006 | 2008 |
| Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar | 24.4% | 23.6% | 28.2% | 29.7% | 30.1% | 34.1% | 33.5% | 31.9% | 37.3% |
| Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar | 8.4% | 6.4% | 5.9% | 8.5% | 6.4% | 5.6% | 9.9% | 7.3% | 7.5% |
| Tabaco | 0.3% | 0.3% | 0.3% | 0.3% | 0.4% | 0.3% | 0.4% | 0.3% | 0.3% |
| Vestido y calzado | 4.7% | 4.9% | 4.5% | 4.6% | 4.8% | 4.6% | 4.3% | 4.5% | 4.3% |
| Servicios del hogar (gas, agua, electricidad) | 9.6% | 9.4% | 11.6% | 9.7% | 11.0% | 12.4% | 8.7% | 10.9% | 13.2% |
| Limpieza y cuidado de la casa | 2.9% | 3.1% | 3.4% | 2.9% | 3.2% | 3.5% | 3.1% | 3.6% | 3.8% |
| Enseres domésticos | 1.5% | 1.7% | 0.8% | 1.6% | 1.5% | 0.8% | 1.3% | 1.0% | 0.6% |
| Cuidados médicos y conservación de la salud | 3.0% | 3.1% | 2.4% | 2.2% | 3.1% | 2.3% | 3.1% | 3.3% | 2.1% |
| Transporte público | 6.9% | 5.8% | 6.9% | 8.3% | 7.6% | 9.5% | 8.3% | 7.8% | 10.2% |
| Transporte foráneo | 0.7% | 0.6% | 0.5% | 0.6% | 0.5% | 0.4% | 0.6% | 0.8% | 0.3% |
| Vehículos | 4.1% | 4.0% | 5.3% | 3.0% | 2.1% | 1.5% | 1.3% | 0.2% | 0.3% |
| Comunicación | 4.2% | 4.3% | 4.7% | 3.2% | 3.2% | 3.7% | 2.0% | 2.8% | 2.8% |
| Educación | 6.4% | 7.0% | 7.2% | 5.8% | 6.1% | 7.5% | 5.1% | 5.6% | 6.1% |
| Esparcimiento | 3.3% | 3.5% | 2.8% | 2.7% | 2.6% | 1.7% | 2.1% | 2.1% | 1.5% |
| Cuidado personal | 4.6% | 4.8% | 5.6% | 5.0% | 5.3% | 6.3% | 5.1% | 5.4% | 6.2% |
| Accesorios y efectos personales | 0.1% | 0.2% | 0.1% | 0.1% | 0.1% | 0.1% | 0.1% | 0.1% | 0.1% |
| Cuota vivienda | 1.1% | 0.8% | 1.2% | 0.6% | 0.2% | 0.3% | 0.3% | 0.4% | 0.1% |
| Mantenimiento y reparación vivienda | 0.9% | 1.2% | 0.7% | 1.0% | 1.2% | 0.7% | 1.2% | 1.1% | 0.1% |
| Depósitos bancarios/ tandas | 5.7% | 6.9% | 2.6% | 4.3% | 4.8% | 1.6% | 3.4% | 4.0% | 1.2% |
| Préstamos | 0.2% | 0.3% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.1% | 0.2% | 0.3% | 0.1% |
| Pagos tarjetas y casas comerciales | 1.0% | 1.3% | 1.4% | 0.3% | 0.4% | 0.6% | 0.1% | 0.1% | 0.2% |
| Deudas | 0.9% | 1.6% | 1.1% | 0.9% | 1.0% | 1.0% | 0.8% | 1.2% | 0.8% |
| Otras erogaciones y gastos | 4.9% | 5.3% | 2.5% | 4.5% | 4.3% | 1.5% | 5% | 5.3% | 0.8% |

Gasto que aumentó en el nivel alto

El pago de tarjeta se incrementó en los niveles socioeconómicos altos y se mantuvo muy bajo en los niveles bajos.

Gastos que se mantuvieron en los niveles altos y decrecieron en los niveles bajos

El impacto del crecimiento del gasto en alimentos, servicios y transporte público, repercutió en la disminución del gasto en salud en los niveles bajos.

Gastos que se mantuvieron en todos los niveles

El porcentaje del gasto que representa el consumo de alimentos y bebidas fuera de casa, que había decrecido entre 2004 y 2006, se mantuvo entre 2006 y 2008 en los niveles más altos, pero decreció en los niveles más bajos.

El gasto en ropa y calzado y artículos para el cuidado del hogar, como proporción del gasto del hogar, se mantuvo en todos los niveles socioeconómicos.

Gastos que decrecieron en todos los niveles, pero especialmente en los niveles bajos

En todos los niveles disminuyó el gasto en entretenimiento, las inversiones monetarias, el ahorro, la compra de muebles para el hogar, así como la compra de bienes inmuebles.



Heriberto López es director general del Instituto de Investigaciones Sociales, donde aplica su conocimiento y pasión por la estadística, el entretenimiento, los medios de comunicación y, particularmente, por las telenovelas y celebridades. Apasionado del triatlón, finalmente logró colarse al percentil 80.



En conocimiento del
consumidor
MEXICANO
**Nos pintamos
solos**

Pulso 
Mercadológico[®]
Calidad y Experiencia

Certificación de Calidad Internacional ISO 9001/2000
Certificación ESIMM de AMAI

CORPORATIVO SANTA FE 505
Tel.: 5089-7770
pulso@pulso.com.mx