

La nueva clasificación de los Niveles Socio-Económicos

Desde hacía 10 años no se revisaba el Índice de NSE en la Argentina, a pesar de todos los grandes cambios experimentados y de la enorme crisis de comienzos de este nuevo siglo. La Cámara de Control de Medición de Audiencia tomó la iniciativa, y ya se cuenta con una base de clasificación adecuada a los tiempos que vivimos.

La respuesta a una gran necesidad

Era algo más que obvio que los diversos ciclos de altas y bajas de la economía nacional durante la última década hacían poco fiables a los indicadores que se estaban utilizando para clasificar a las personas de acuerdo a su nivel socio económico, que como todos sabemos, se basan fundamentalmente tanto en los

datos sobre sus ingresos como sobre su nivel educativo. La realidad pedía a gritos una revisión de dichos indicadores que fueron elaborados con excelente criterio en su momento, 1996, por la Asociación Argentina de Marketing. Por todo esto, y teniendo muy en cuenta que la clasificación de la población de acuerdo a un NSE determinado es algo de enorme importancia en el momento de pensar cualquier acción o estudio relacionado con el consumo de bienes y servicios, como así también de tener bien en claro las características de las diferentes audiencias que serán impactadas por los mensajes publicitarios, sea en TV, Vía Pública, etc., la Cámara de Control de Medición de Audiencia invitó a varias entidades relacionadas con el quehacer publicitario y de medición de opinión a constituir una comisión técnica dedicada a elaborar el instrumento de clasificación más adecuado.

El equipo de trabajo se formó con profesionales de la Asociación Argentina de Marketing, la Sociedad Argentina de Investigadores de Mercado y Opinión y

Con sólo tener una persona bajo su dirección, un operario es considerado jefe para esta metodología de medición socio-económica.



la Cámara de Empresas de Investigación Social y de Mercado. Los resultados de este trabajo que demandó casi dos años de esfuerzos, estuvo listo a fines de 2006 y, ya desde el primer día de 2007 la empresa IBOPE lo está aplicando en sus mediciones de audiencias.

Este nuevo Índice 2006, que se desarrolló teniendo también en cuenta las experiencias y antecedentes de otros países como por ejemplo, Brasil, Chile, España y Uruguay, y las recomendaciones de ESOMAR, que es la Asociación Europea para la Investigación de Mercados y de Opinión, tuvo como objetivo central el de obtener una regla de cálculo lo más simple posible que facilitara la clasificación de cualquier integrante de la población argentina dentro de un nivel socio-económico. Los creadores de este instrumento aclaran en el documento que le da base que, considerando que el concepto de "clase" o "estrato social" resulta algo controvertido porque son palabras que están cargadas de connotaciones ideológicas, no fueron tomados en cuenta.

Los objetivos que debía cumplir la nueva clasificación

Los objetivos buscados en la nueva regla de clasificación de los niveles socio-económicos de los argentinos fueron los siguientes:

Representatividad: debía reflejar la verdadera situación actual de la población. El índice que estaba operando desde 1996 quedaba obsoleto y el mercado es conciente de los cambios producidos desde entonces.

Utilidad y practicidad: Debía servirle a todos los sectores del mercado: anunciantes, agencias de publici-

La CCMA y sus integrantes

La Cámara de Control de Medición de Audiencia fue constituida como asociación civil sin fines de lucro en 1999 y está integrada y dirigida por 27 empresas e instituciones en las que están representados los anunciantes, los medios de comunicación y las agencias de publicidad. Entre los miembros de esta entidad se cuentan la Cámara Argentina de Anunciantes, la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad, el Sistema Nacional de Medios Públicos del Estado, y numerosas estaciones de televisión y radio de todo el país.

dad, centrales de medios, empresas de investigación de mercado y a los medios.

Aplicabilidad nacional: tendría que ser aplicable a cualquier zona del país, y no sólo en el Gran Buenos Aires y las principales ciudades.

Sencillez y efectividad: su uso en entrevistas personales o encuestas telefónicas tendría que ser fácilmente instrumentable. Y la recolección de los datos que conforman el índice debía asegurar que los mismos fueran correctos y confiables.

Encuesta Permanente de Hogares del INDEC

Es importante destacar que, para la construcción de esta metodología de medición poblacional, se trabajó también con la base de datos de la Encuesta Permanente de Hogares del INDEC, una base que provee una producción sistemática y permanente de indicadores sociales. , tal como los profesionales elaboradores de este nuevo índice lo señalan en el documento que le da base al mismo, entre las ventajas de



AVERY
GRAPHICS

Distribuidor Oficial

Líderes en comunicación visual

SALSA

www.salsaenlaweb.com.ar

Av. Juan B. Justo 6422 | Capital Federal | Argentina

Tel/Fax: 4674 - 3223 / 2992 NXTL: 156*1549 / 225 / 224



Si bien opera la subjetividad del entrevistador, hay guías claras para la calificación del tipo de vivienda del entrevistado provistas por los cuestionarios de indagación del NSE 2006.

contar con la base de datos del INDEC se destacan:

- a. la actualización sistemática de la misma,
- b. la calidad de la información debida, entre otras cosas, a la baja tasa de rechazo que presenta a la hora de encuestar hogares,
- c. por contar con datos a nivel nacional y de distintas regiones y ciudades y,
- d. por información sobre muchas variables relevantes para hacer una segmentación socioeconómica.

A pesar de todas estas ventajas, también se señala que una limitación importante que presenta trabajar con esa base de datos de la Encuesta Permanente de Hogares es que no se pueden incorporar otras variables que no sean las ya estipuladas por el INDEC, y eso dificulta el poder discriminar "más finamente" entre el nivel alto (BCL) y el medio alto (C2).

La Regla de Clasificación Óptima

Luego de largas sesiones de análisis, los creadores de este nuevo índice determinaron una regla de clasificación que optimiza los resultados. Es muy simple, se trata de cruzar dos variables: la ocupación del principal sostén del hogar, que se clasifica en 8 categorías jerárquicas y la educación del principal sostén del hogar que se clasifica en 7 categorías jerárquicas. El nivel socio económico se obtiene, entonces, a partir de la tabla que cruza ambas variables.

Con respecto a los distintos niveles de ocupación, y por consiguiente de ingresos del principal sostén del hogar, se parte de la categoría G 1, que es la más baja, con ingresos mensuales de unos \$ 300 hasta la más alta, la G 8 que incluye ingresos superiores a los \$ 2000.

Por otra parte, los niveles de educación parten de la categoría E 0 que significa sin ninguna educación, hasta la categoría E 6 que incluye a quienes tienen estudios universitarios completos y postgrados uni-

versitarios, contando en el medio la categoría E 1 con primario incompleto, E 2 primario completo, E 3 secundario incompleto, E 4 secundario completo y E 5 universitario incompleto y terciario completo e incompleto.

Tal como lo indica el documento base de este nuevo instrumento, para determinar la Regla Clasificatoria se tuvieron en cuenta algunas variables como, por ejemplo: cobertura médica, formalidad laboral, cantidad de aportantes en un hogar, y el índice de hacinamiento que es un cociente entre el número de habitantes de un hogar y el número de dormitorios.

Como señalábamos anteriormente, si bien este trabajo fue gestado con la colaboración de un grupo grande de profesionales de distintas disciplinas, dos prestigiosos matemáticos, Víctor Yohai y Ricardo Maronna fueron los responsables de desarrollar la práctica estadística más adecuada para la construcción de la Regla. Y también fue importante la colaboración de Patricia Höxter del INDEC quien aportó algunos lineamientos generales que fueron tenidos en cuenta, como por ejemplo:

- Que se considera jefe a todo aquel que tiene al menos una persona a cargo, ejecute o no la misma actividad que las personas a su cargo. Por ejemplo, un operario de una línea de producción que tiene a su vez personas a cargo que hacen su misma tarea es considerado como jefe.
- Que cuenta propia y tener gente a cargo son contradictorios en la codificación. Si alguien tiene personas a cargo es patrón. Por ejemplo, un albañil que se declara trabajar por cuenta propia pero que tiene personas contratadas, es ocupación de jefatura y no de ocupación independiente.
- A la empleada doméstica siempre se la considera asalariada, aunque trabaje por horas en distintas casas.

- Cuando una persona declara que trabaja por cuenta propia pero su trabajo lo hace todos los días en el mismo establecimiento, se la considera asalariada. En cambio será independiente si trabaja en diferentes lugares.

Las primeras conclusiones

Para realizar este trabajo se utilizó una "muestra de entrenamiento" de 220 hogares, clasificada a priori en distintos niveles socioeconómicos por un grupo de expertos, utilizándose toda la información disponible en las encuestas. A partir de esa muestra se empleó el procedimiento de clasificación desarrollado por los especialistas convocados.

De acuerdo a la nueva clasificación del NSE 2006, teniendo en cuenta el total del país, se llega a la conclusión que el nivel alto y medio alto, es decir el BC 1 C 2 alcanza al 20,1% de la población, el nivel C3, es decir el nivel medio medio, al 28 %, el nivel D 1 el 28,1 %, el D2 el 14,7 % y el nivel E, el 9,1%.

En cambio, si se separan el BC 1 el más alto y el BC 2, el medio alto, tenemos que el primero está con-

formado por el 3 % de la población y el segundo por el 17,1%.

Con respecto a las diferentes ciudades del país tenemos los siguientes guarismos:

Capital Federal: BC1 C2: el 34,3%, C 3: 29,5 %, D 1: 17,4%, D 2: 9,8 % y E: 9,0%

Rosario: BC 1 C 2: 17,5 %, C 3: 25,8%, D 1: 31 %, D 2: 13.3% y E: 12,4%

Córdoba: BC 1 C 2: 21,4%, C 3:31,4%, D 1: 27,1, D 2: 14,5% y E: 5,6%.

Opiniones de importantes referentes

Luis Mario Castro, Presidente de la Cámara Argentina de Anunciantes, Presidente de Kimberly & Clark y ex CEO de Unilever.

"Los motivos que impulsaron a la revisión del índice de NSE giraban alrededor de la falta de representatividad del índice existente previo a la dramática crisis del 2001. Como sabemos los argentinos, los cambios económicos fueron semejantes a un huracán caribeño por la gravedad de su impacto a nivel de las personas y las familias. El paisaje había cambiado. Necesitábamos un nuevo modelo de mejor representación de las nuevas realidades. Los factores que reflejan el nivel ocupacional y educacional representan mejor a nuestra población y su segmentación. Además, hay una sinergia entre el índice y los datos

HELING S.A.

PLANCHAS PARA CARTELERIA

- ACRILICO CRISTAL Y COLORES ANTIRREFLEX-ROLLO ESPEJO
- POLICARBONATO
- ALTO IMPACTO
- FOAM-X
- PVC ESPUMADO RIGIDO SINTRA
- DIBOND
- KAPA BLOC
- PETG VIVAK

Directamente de Alusuisse Composites, Inc.




KAPA-BLOC




TRABAJOS ESPECIALES

- CORTES
- DOBLADO Y PLEGADO
- PEGADO Y SOLDADURA
- GRABADOS
- FRESADOS
- PIEZAS BAJO PLANO
- PULIDOS
- TERMOFORMADOS

DISTRIBUIDORES OFICIALES




VINILOS AUTOADHESIVOS Y FILMS DE LAMINACION
LONAS VINILICAS

NICETO VEGA 5331 (1414) BS. AS. ARGENTINA.
TEL.: 4778-7000 (ROTATIVAS) - FAX: 4778-7220.
SITIO WEB: www.heling.com.ar
E-MAIL: plasticos@heling.com.ar










de la Encuesta Permanente de Hogares, lo cual facilita el seguimiento, permitiendo mayor eficacia en el trabajo de campo. ¿Cuál es mi deseo? Intentar que en un futuro gran parte de este trabajo pueda ser absorbido por el INDEC para una mejor riqueza estadística”.

Manuel Mora y Araujo, Director de Ipsos-Mora y Araujo.

“La medición sobre NSE es un problema que siempre tiene dos caras: una es conceptual, teórica, donde uno tiene que saber qué quiere medir, y otra es operativa, empírica. Entonces, defino lo que quiero medir y cuál es el instrumento adecuado. Esto se tuvo en cuenta. Se hizo actualización porque, por ejemplo, había modificaciones en la cantidad de gente que tenía televisión o teléfono, entre otros elementos. Y el tipo de educación. Parecía que había una enorme movilidad social ascendente, que gran parte de la sociedad se iba para arriba, pero en los hechos no era así. Por ejemplo, hoy en día en una villa cualquiera tiene televisión, pero hace 15 años no. Hace 15 años la TV era un delineador de estatus.

Por otro lado, los ingresos son difíciles de medir en Argentina. Hay muchos que no dicen sus ingresos, sobre todo la gente que gana más, y hay muchos que no lo saben. Unos no quieren decirlo, por ejemplo, porque tienen miedo que sea en realidad la AFIP la que está haciendo la encuesta. En cambio, si uno le pregunta a un inglés, a un norteamericano o a un francés, no tienen la menor duda de cuánto ganan. Ellos hablan de un salario anual y está clarísimo si es bruto o neto de las retenciones o de lo que sea. Acá, en cambio, primero se habla de salario mensual. Y encima, mucha gente gana por jornada. Tampoco a veces algunos no saben si es bruto o neto. Además hay mucha gente que tiene varios ingresos. Todo esto hace que las respuestas pierdan precisión. Por eso me parece correcto aproximarse a la realidad con la medición de la posesión de ciertos bienes que está muy asociada a los ingresos que tiene la gente.

El nivel educativo alcanzado es determinante en la nueva clasificación del NSE 2006

En general, las mediciones de ingresos en Argentina suelen ser poco precisas o desconfiables. Entonces, hay que preguntar por grandes tramos ¿Usted gana entre 1.000 y 1.500? ¿Cuántos televisores tiene? ¿Cuántos autos? ¿Qué auto?

La vivienda también se incluye porque es un delineador de ingresos y es un aspecto de estatus social.

Es otro problema, además del de los salarios, que muchos índices incluyan a la calidad de la vivienda en forma un poquito subjetiva. Sería bueno que respondieran cuántos metros cuadrados tiene la vivienda, pero eso no lo saben. En consecuencia, hay una serie de instrucciones para el encuestador para que evalúe subjetivamente la vivienda, la fachada, etc. La educación, en cambio, es algo más preciso.

Con respecto al grado de realidad que reflejan estos nuevos índices y que, a diferencia de otras mediciones históricas que a veces ponían más énfasis en la ocupación, otras en los ingresos y otras en la educación, ésta que tiende a combinar todos los elementos, podría decir que refleja un grado muy alto de realidad. Estoy hablando de posiciones socio económicas armadas sobre la base de estatus social y poder adquisitivo y no con otras cosas. Por ejemplo, hay pensadores que siguen con una idea de clase social muy marxista. Yo no digo que esté bien o mal, pero es otra cosa.

Porque un gerente puede ser un proletario si se tiene en cuenta que es un empleado de una empresa que gana 10.000 millones de dólares por mes y al tipo le pagan nada más que 10.000 dólares. Ahora, desde el punto de vista de la sociedad, es rico. No es un proletario.

Por otro lado, se observa una nueva clase media. Antes, hace 20 años preguntábamos si tenían televisor o no. Después, si era color o blanco y negro. Ahora tenemos que preguntar si tiene uno con plasma. Si lo tiene, es evidente que puede gastarse unos 8.000 pesos. Hay nuevos ingredientes que se van agregando. Pero es importante que la comunidad profesional pueda consensuarlos”.

Daniel Melero, Presidente de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad.

“Contar con un nivel socio económico actualizado es una herramienta de suma importancia, ya que nuestros clientes esperan que la creatividad esté destinada a los niveles a los que van dirigidos sus productos. El trabajo realizado es muy ponderable ya que la Cámara aglutinó a los principales profesionales del mercado e hicieron un trabajo intensivo y profundo, con una alta calidad técnica. Creo también que con la metodología aplicada, a este índice se le podrá actualizar fácilmente los porcentajes, pero la regla deberá ser revisada cada vez que haya cambios que podrían reflejarse en las estructuras sociales y económicas del país”. ■