El Instituto de Investigaciones Sociales

Behavior Knowledge for Success

MARKETING • ENTERTAINMENT • STORYTELLING

Los Niveles Socio Económicos y las Familias en México

Octubre'2014

1992

“…había que conocer los parámetros objetivos para la clasificación de los Niveles Socio Económicos en México”

“…existía la necesidad de hablar entre todos el mismo lenguaje, por eso se formó la AMAI”

Folleto de la presentación inaugural de la AMAI.
Septiembre, 1992

3 Retos Permanentes

1

Criterio de Segmentación

Grupos lo más diferentes entre sí,
integrados por hogares lo más similares entre sí.

3 Retos Permanentes

2

Criterio Utilitario

Usar un conjunto compacto de variables fácilmente observables y registrables.

3 Retos Permanentes

3

Criterio Conceptual

Equilibrar la ecuación Socio/Económica cuidando de no inclinarse a un polo u otro.

Comparabilidad y replicabilidad en estudios de distintas fuentes

Para unificar criterios

Abierto al que quiera usarlo, dentro y fuera de AMAI

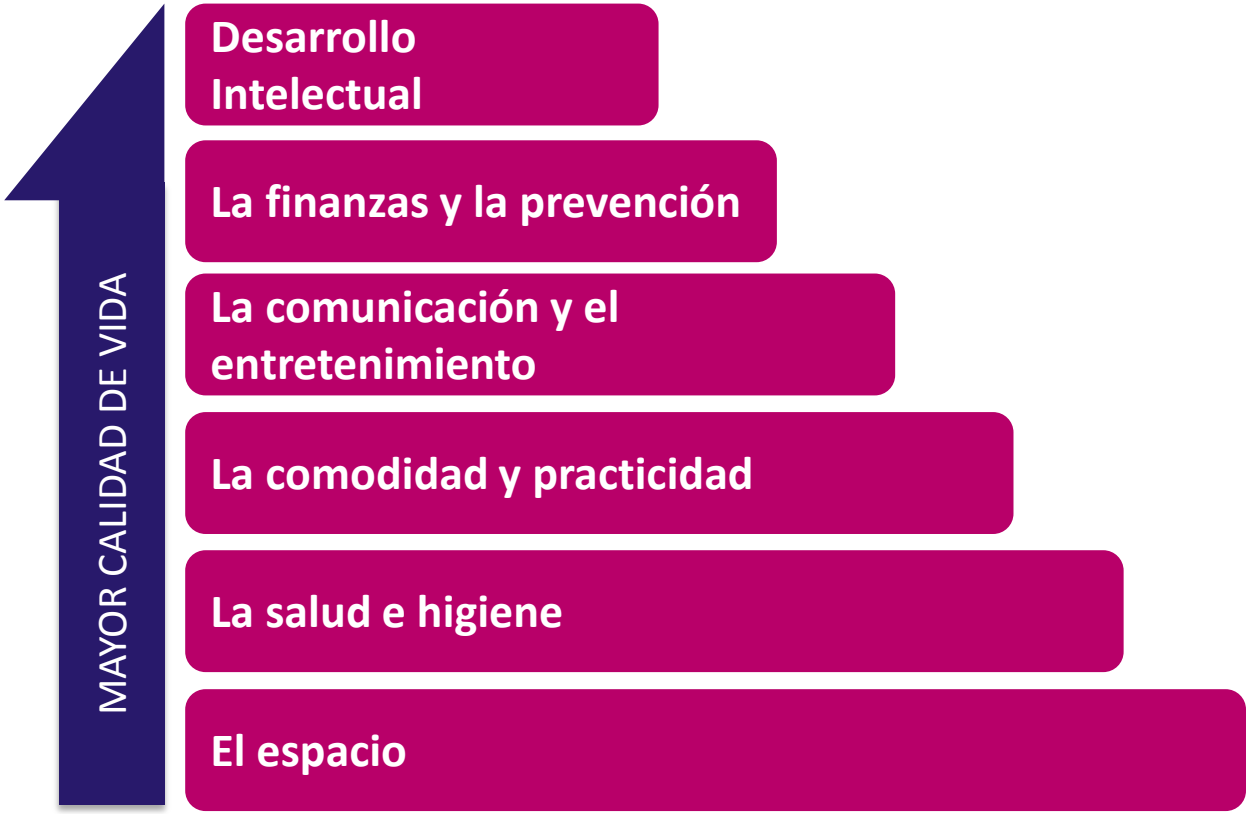
Base para otras segmentaciones

Los **NSE AMAI** como estándar de la industria de la investigación, la mercadotecnia, la comunicación y las marcas

El ***NSE*** es el nivel de bienestar de un hogar

o el nivel en qué están satisfechas las necesidades del hogar y la familia

El bienestar está determinado por las características del hogar considerando…



¿Qué no son y qué sí son los NSE?

SÍ SON…

HOGARES	*SATISFACCIÓN DE NECESIDADES*	*OBSERVACIONES CUANTIFICABLES*	*DESCRIPTORES*	*CALIDAD DE VIDA*

individuos	*solamente Ingreso*	*apariencia*	*predictores*	*estilo de vida*

NO SON…

1994 Primera regla de **NSE**

Regla 13x6 **1997**

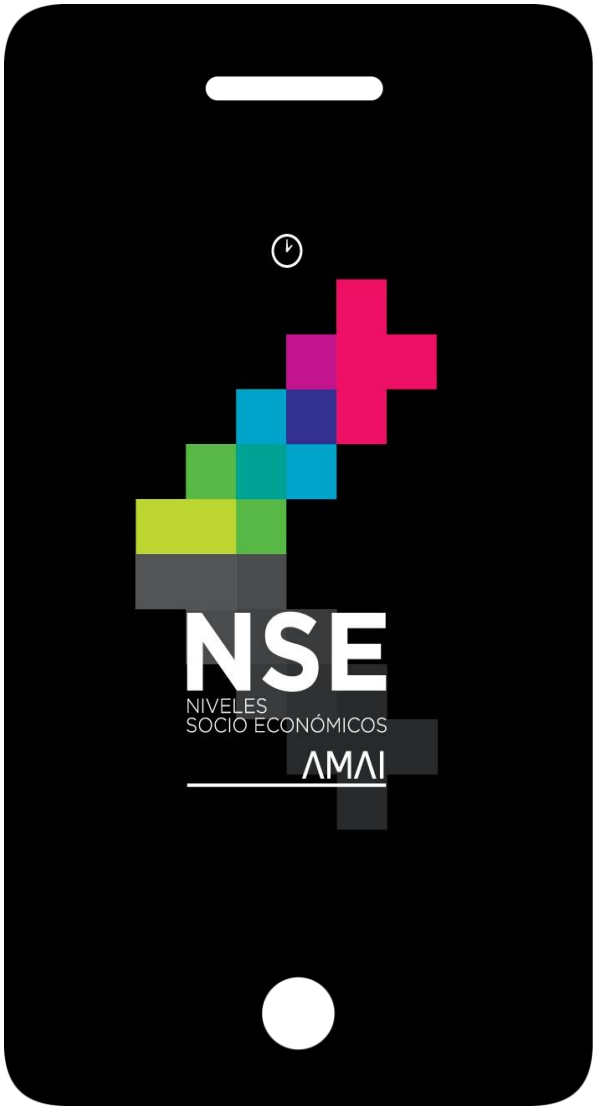
2000 Actualización 13x6

Regla 10x6 **2008**

2011 **Regla AMAI 8x7**

Evolución NSE AMAI

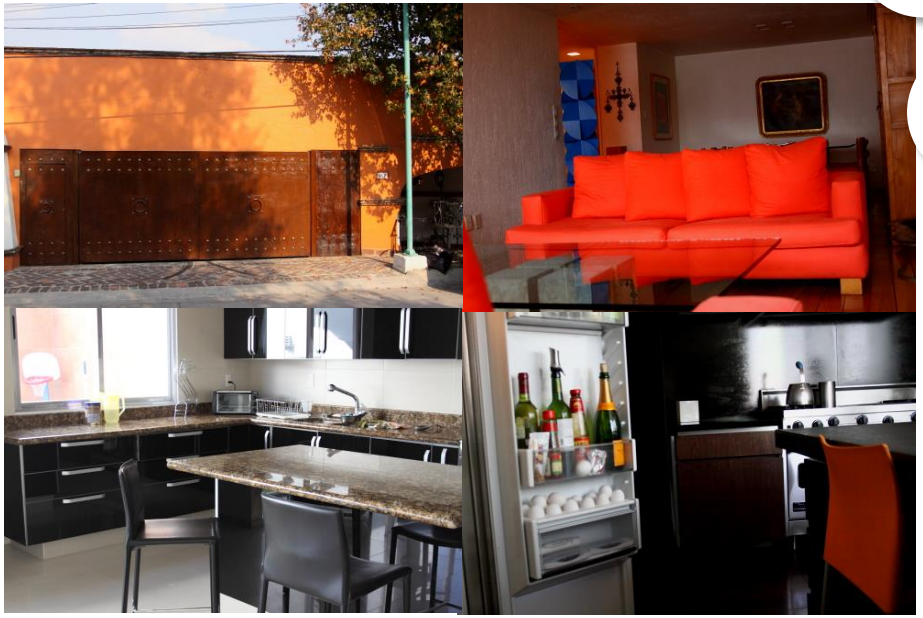
Incrementar accesibilidad del **NSE AMAI**



Evolución histórica de los Niveles Socio Económicos

Fuente: AMAI
Localidades mayores de 50,000 habitantes

NSE A/B Nivel Alto



Cuenta con los servicios y recursos financieros y de seguridad que le permiten vivir con muy buena calidad de vida, así como planear su futuro sin problema.

- 6.8% de los hogares.
- Escolaridad promedio del jefe de familia: licenciatura o posgrados.
- Familias emprendedoras y materialistas. Decisiones de manera consensual e involucrando a todos los miembros del hogar.
- Decisiones de compra: enfocadas a valores aspiraciones y estatus.
- Casas con propuesta arquitectónica o estética muy definida y diferencial.
- Dos o tres baños.
- Ingresos de varias fuentes: salario, renta de propiedades, ahorros e inversiones bancarias, jubilaciones y pensiones.

C+ NIVELES SOCIO ECONÓMICOS AMAI

NSE C+ Nivel Medio Alto

14.2% de los hogares.

Escolaridad promedio del jefe de familia:
licenciatura completa o incompleta.

Los servicios y recursos con los que cuentan les permiten tener una buena calidad de vida. Tiene ligeros excedentes que le posibilitan acceder a ciertos lujos.

Proporcionalmente más familias con jóvenes, extensas y parejas del mismo sexo.
Destacan las familias emprendedoras e idealistas.

Decisiones de compra:
muy enfocadas a beneficios psicológicos.

Mayoría de las viviendas construidas en terrenos de más de 300m^2, con más de 200m^2 de construcción.

Cuatro de cada cinco hogares tiene uno o dos automóviles.

El mayor porcentaje de profesionistas o trabajadores independientes está en el este nivel.

NSE C Nivel Medio Típico

17% de los hogares.

Escolaridad promedio del jefe de familia: preparatoria o universidad.

Cuentan con los recursos y servicios que les permite tener una vida practica y una adecuada calidad de vida, sin embargo no tiene lujos ni excedentes.

Significativamente más familias con jóvenes, extensas, parejas del mismo sexo y roomies que en otros NSE. Familias idealistas y las familias gregarias que disfrutan realizar todas las actividades juntos.

Decisiones de compra: muy enfocadas a costo beneficio.

Una de cada seis familias vive en una casa o departamento rentado.

En la gran mayoría, un solo baño para todos los miembros de la familia.

Primera fuente de ingresos: trabajo asalariado.
2.5 miembros de cada familia de nivel C contribuyen al ingreso del hogar (promedio)

NSE C- Nivel Medio Emergente

17.1% de los hogares.

Escolaridad promedio del jefe de familia: secundaria o preparatoria.

Familias emergentes: reconstituida, pareja de mismo sexo y papás solteros.
Destacan familias emprendedoras.
Toma de decisiones: familias permisivas y autoritarias.

Decisiones de compra:
Pesa mucho el costo beneficio y precio.

Uno de cada cuatro hogares fueron construidos con un crédito de INFONAVIT, FOVISSSTE o FONHAPO.
30%, jefe de familia mujer.

Solo uno de cada tres hogares tiene un automóvil.

Principal ingreso: trabajo asalariado y del comercio formal e informal e informal.

Tiene los recursos mínimos para cubrir las necesidades más básicas de la familia, pero aspiran a un estilo de vida con mayor calidad.

NSE D+ Nivel Bajo Típico

18.5% de los hogares.

Escolaridad promedio del jefe de familia:
secundaria.

Mala Calidad de vida. Tiene problemas para contar con lo básico. Cuenta con las condiciones mínimas sanitarias.

Existen más familias con niños y madres solteras. Familias tradicionales y autoritarias, aunque también se destacan las familias sin reglas de convivencia.

Decisiones de compra:
Enfocadas a precio.

Cerca de una quinta parte comparte terreno o construcción con otro hogar.

Baños muy pequeños en comparación con niveles altos y uno de cada cinco no esta conectado al drenaje.

Principal ingreso:
trabajo en una empresa o fábrica.

Gasto mayor: alimentos, bebidas, transportes, pago de servicios y cuidado persona.

NSE D Nivel Bajo Extremo

21.4% de los hogares.

Escolaridad promedio del jefe de familia: secundaria y primaria

Tiene graves problemas para sobrevivir incluyendo el dejar de comer en algunas ocasiones.

Existen proporcionalmente más familias tipo nido vacío, unipersonales y también parejas jóvenes sin hijos.

Existen proporcionalmente más familias materialistas e individualistas que luchan por la subsistencia.

El poco espacio de las viviendas es usado para cumplir las funciones básicas de un hogar: dormir y comer.

La mitad de las familias del nivel D tienen baño compartido con otras familias.

Principal ingreso: trabajo asalariado y ayudas gubernamentales o remuneraciones en especie.

NSE E Nivel Bajo Muy Extremo

5% de los hogares.

Escolaridad promedio del jefe de familia: menor a primaria.

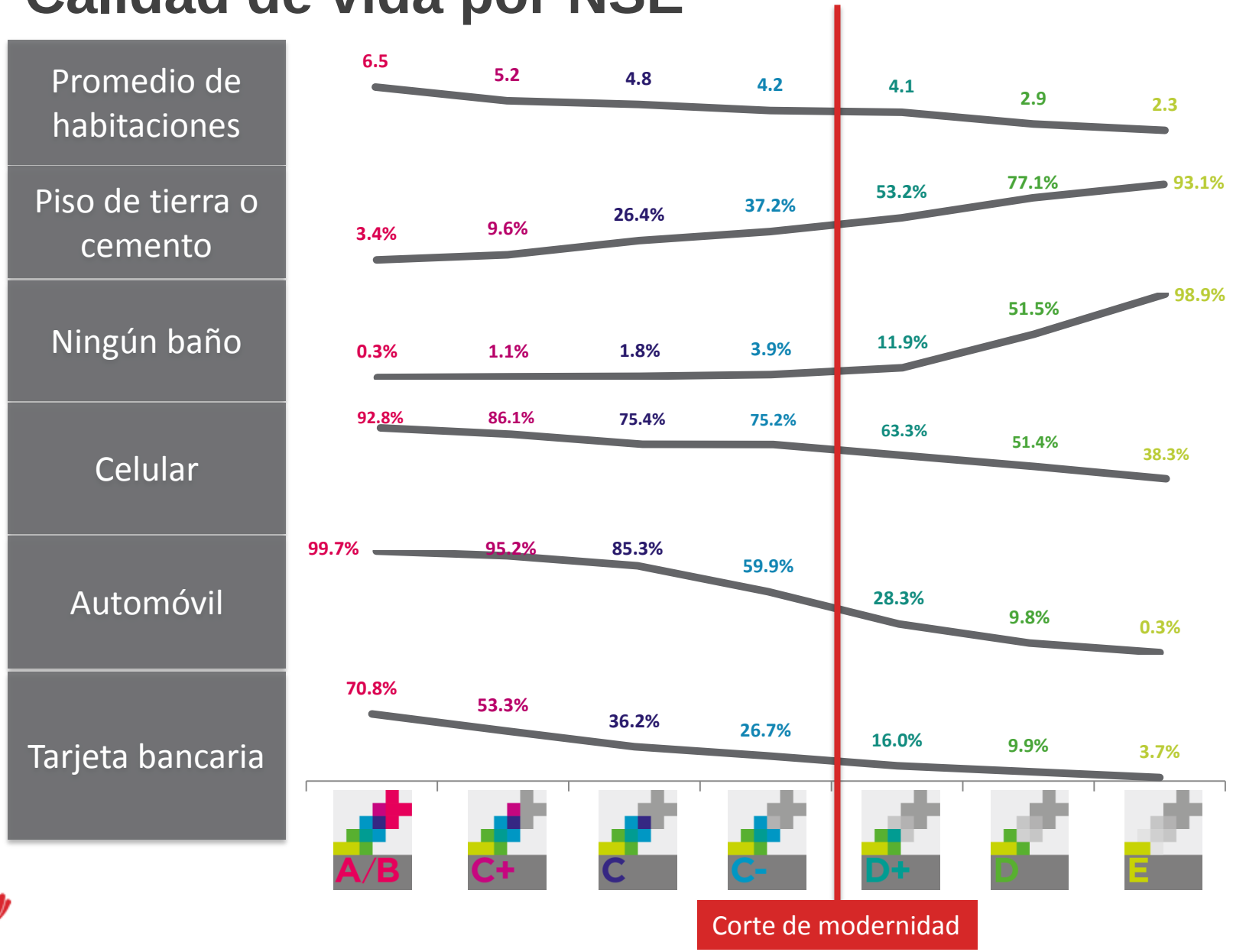
En mayor proporción que en otros NSE existen familias tipo nido vacío y unipersonales.
Más familias con valores individualistas y subststencia.

Compran solo alimentos básicos y necesarios.

Prácticamente no tienen aparatos que les faciliten las labores del hogar.

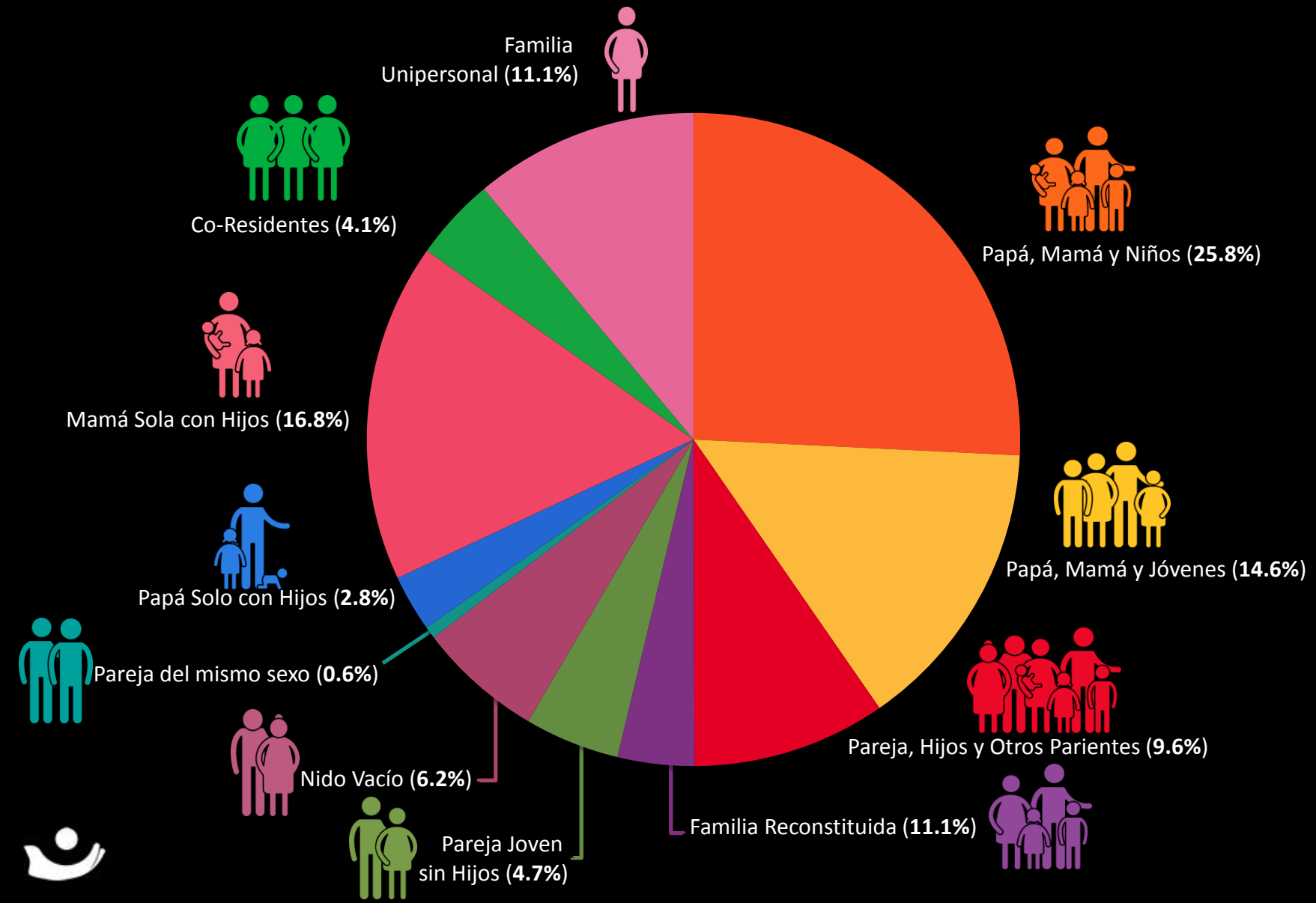
Escasez de todos los servicios y bienes. Espacios construidos con materiales desechables. Problemas permanentes y graves para subsistir

Calidad de vida por NSE

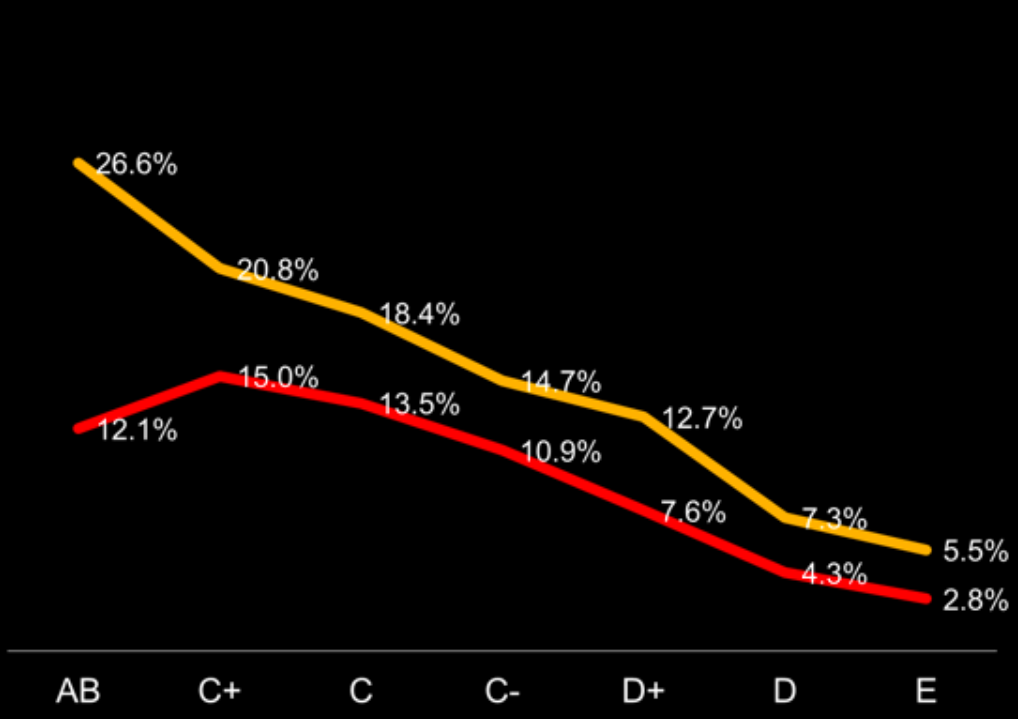


TODO QUEDA EN ONCE FAMILIAS

Los 11 tipos de Familias en México



Las familias con mayor incidencia en los niveles altos



PADRES Y JOVENES

PADRES, HIJOS Y PARIENTES

PAPÁ, MAMÁ Y JOVENES (*14.6%*)

DINÁMICA FAMILIAR
Predominan las familias permisivas y las que buscan tomar decisiones por consenso.

VALORES
Buscan mantener ciertas tradiciones, la presencia de jóvenes imprime un espíritu emprendedor.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar buscan principalmente el costo/beneficio, pero también los beneficios psicológicos y emocionales adquieren relevancia.

PREOCUPACIÓN
Cómo vivir simultáneamente la adolescencia de los hijos y la adolescencia perene de los padres.

Familia de Oaxaca
Fotografía de Ricardo Audiffred

PADRES, HIJOS Y OTROS PARIENTES (*9.6%*)

x

DINÁMICA FAMILIAR
Predominan las familias permisivas, aunque también hay un porcentaje importante de familias autoritarias.

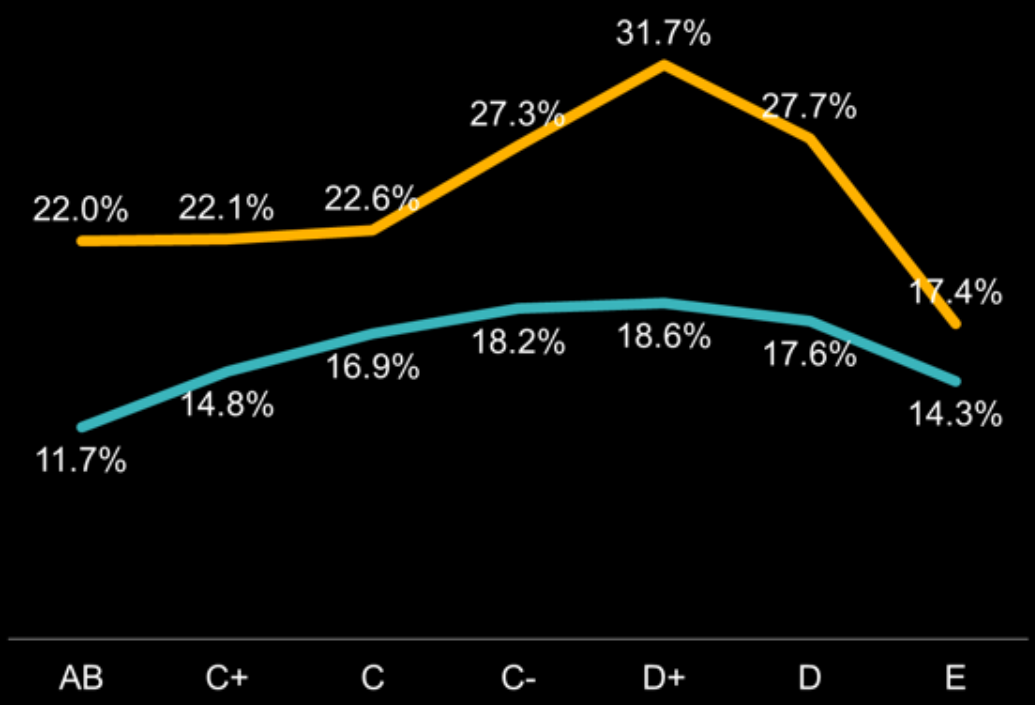
VALORES
Los valores de esta familia oscilan entre lo individual y el tratar de mantener las tradiciones.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar los beneficios psicológicos y el estatus juegan un papel importante, aunque el precio es un factor que no pierden de vista.

PREOCUPACIÓN
Cómo entender y apropiarse de la modernidad sin perder las tradiciones, la protección familiar y la convivencia.

Los niños cuestan

Mayor incidencia en los niveles medios bajos



PADRES Y NIÑOS

MUJER SIN PAREJA CON HIJOS

Familia de Tijuana
Fotografía de Ana Andrade

PAPÁ, MAMÁ Y NIÑOS
(25.8%)

x

DINÁMICA FAMILIAR
Familias orgánicas que toman decisiones por consenso, pero también las hay autoritarias.

VALORES
Idealista debido a la presencia de niños.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar busca realizar la mejor compra y encontrar la mayor calidad por el mejor precio (Costo-beneficio)

PREOCUPACIÓN
Cómo lidiar con los rock stars, princesas, mini tiranos, mini adultos, mini sabios y mini dictadores con chip integrado, sin perder el liderazgo, el respeto y su patrimonio futuro.

Familia de Ciudad Juárez
Fotografía de Jesús M. Maldonado

MAMÁ SOLA CON HIJOS (*16.8%*)

x

DINÁMICA FAMILIAR
Predominan las familias sobreprotectoras y las permisivas. Las decisiones se toman de manera personal con alta carga emocional.

VALORES
Son jefas de familia idealistas y que buscan mantener las tradiciones.

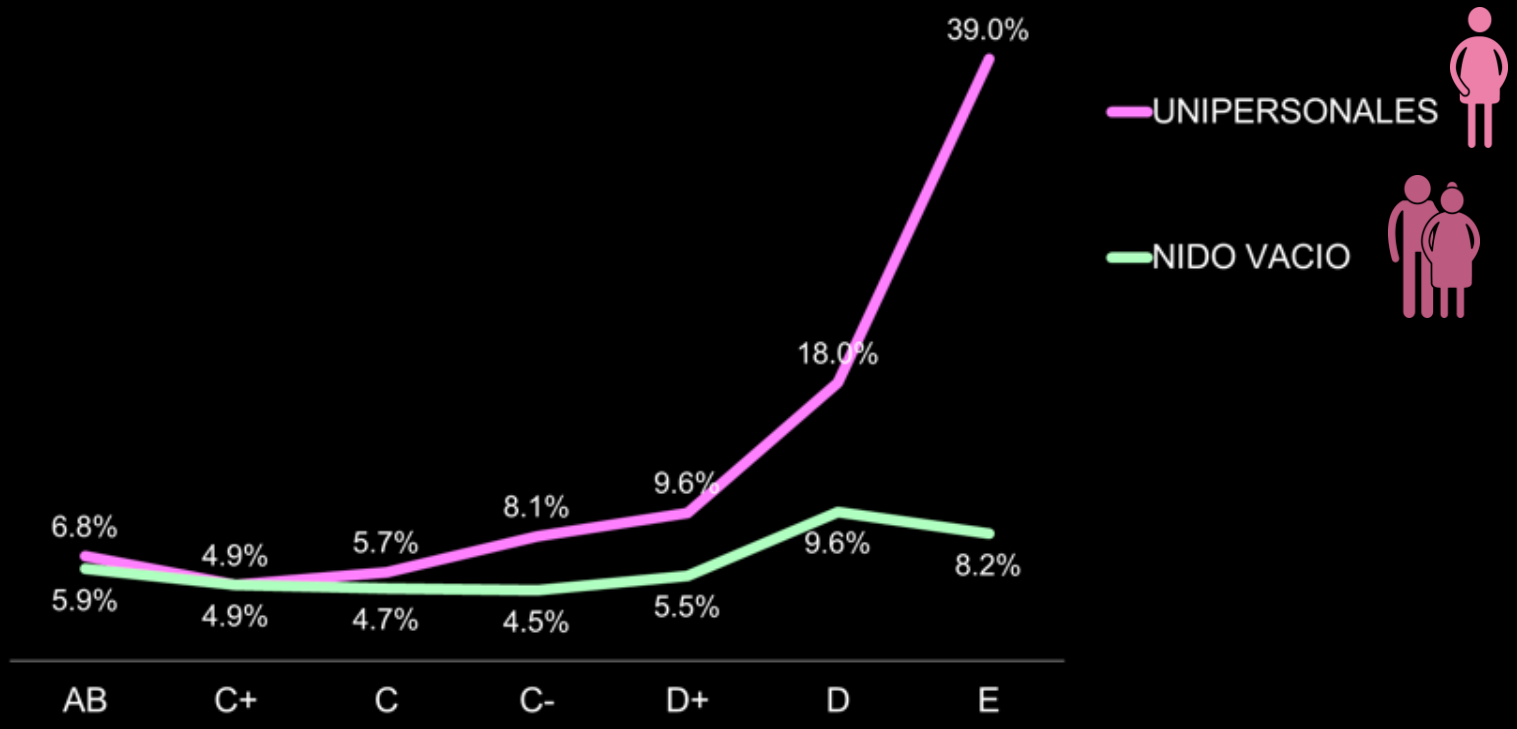
ESTILO DE COMPRA
El precio es muy importante también hacen compras razonando el costo-beneficio.

PREOCUPACIÓN
Cómo aprender a vivir independientes, aunque conviviendo con los hijos Ayuda para que los hijos no asuman roles de sustitución de la pareja.

.

Las familias más pobres… y rezagadas

Con mayor incidencia en los niveles bajos



NIDO VACIO
(6.2%)

x

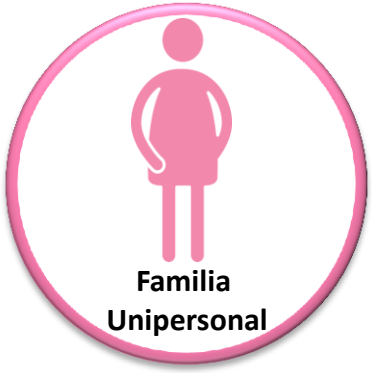
Familia de León
Fotografía de Joel Ortega Contreras

DINÁMICA FAMILIAR
Predominan las familias inexpresivas y autoritarias.

VALORES
Sus valores tienden a la tradición y lo material.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar buscan fundamentalmente precio y productos con beneficios funcionales muy claros.

PREOCUPACIÓN
Cómo aprender a vivir más tiempo en las mejores condiciones posibles.



UNIPERSONAL
(11.1%)

x

DINÁMICA FAMILIAR
Son autoritarias y sobreprotectoras que buscan consentirse. Toman decisiones con una fuerte carga emocional.

VALORES
Sus valores son más individualistas y orientados a lo material.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar buscan principalmente precio.

PREOCUPACIÓN
Cómo vivir una vida en la libertad, sin ataduras o responsabilidades, con bienestar.

Familia de Ciudad de México
Fotografía de Verónica Mondragón

Las hay pobres y las hay ricas

Familias con mayor incidencia en los niveles medio y bajos

PAREJA JOVEN SIN HIJOS
(*4.7%*)

DINÁMICA FAMILIAR
Familias autoritarias, en el que uno de los integrantes de la pareja toma las decisiones.

VALORES
- Poseen un espíritu emprendedor y muy centrados en lo material.

ESTILO DE COMPRA
Existen dos tipos de familias:
- Las familias permisivas que compran por placer y estatus.
- Las familias de nivel mas bajo, autoritarias y que al comprar se enfocan principalmente en el precio.

PREOCUPACIÓN
Cómo prever y visualizar las consecuencias de su decisión ante la llegada o no de los hijos.

Familia de Ciudad de Puebla
Fotografía de Raúl Bravo

Familia de Guadalajara
Fotografía de Kika Sánchez

CO-RESIDENTES
(4.1%)

DINÁMICA FAMILIAR
Predominan las familias autoritarias, principalmente entre las familias de co-residentes parientes.
Aunque existe un porcentaje importante de dinámicas sobreprotectoras.

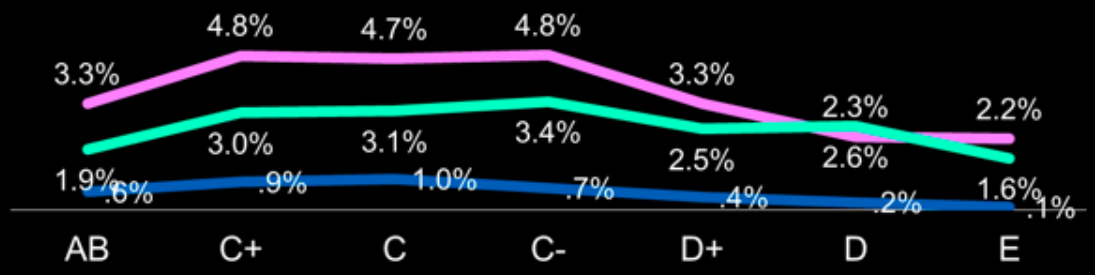
VALORES
Son individualistas y orientados a lo material.

ESTILO DE COMPRA
Compra solo lo necesario para subsistir , para lo que le alcanza, aunque toman en cuenta los beneficios tanto funcionales como psicológicos.

PREOCUPACIÓN
Cómo asumir las responsabilidades de una vida independiente, en la que aprendan hacerse cargo de sí mismos.

Las familias emergentes

Con mayor incidencia en los niveles medios



FAMILIA RECONSTITUIDA

PAREJA MISMO SEXO

HOMBRE SIN PAREJA CON HIJOS

FAMILIA RECONSTITUIDA
(3.8%)

DINÁMICA FAMILIAR
Son familias en constante búsqueda del consenso y sobreprotectoras.

VALORES
De valores menos tradicionales e individualistas.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar buscan los beneficios psicológicos del producto, así como el estatus.

PREOCUPACIÓN
Cómo aprender a vivir sin culpas y apreciarse como pioneros de una forma de convivencia alternativa.

Familia de Mérida
Fotografía de Mario Morales Rubí

PAREJAS DEL MISMO SEXO
(.6%)

x

DINÁMICA FAMILIAR

Son de las familias más autoritarias, uno de los miembros de la pareja es el que toma las decisiones.

VALORES
Son individualistas y valoran lo material.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar buscan principalmente beneficios emocionales y psicológicos de los productos.

PREOCUPACIÓN
Cómo aprender a vivir en la confianza, y planear una vida de largo plazo juntos.

Familia de Veracruz
Fotografía de Édgar Zúñiga

PAPA SOLO CON HIJOS
(2.8%)

x

Familia de Ciudad de México
Fotografía de Ricardo Castro

DINÁMICA FAMILIAR
Predominan las familias permisivas y las que toman decisiones por consenso.

VALORES
Son individualistas y con un espíritu emprendedor.

ESTILO DE COMPRA
Al comprar buscan principalmente productos con atributos funcionales y prácticos.

PREOCUPACIÓN
Cómo vivir la paternidad con entusiasmo, orgullo, seguridad y alegría. Generar identidad como padres con capacidad emocional.

Las mascotas también son parte de la familia

VISIÓN FUTURO

Totalmente integrados en todas las actividades familiares, dentro, pero sobre todo, fuera de casa.

Viajan, salen a restaurantes y son la compañía ideal en el cine.

Un hogar sin mascota, no es hogar. Complementa o sustituye a cualquier miembro de cualquier tipo de familia.

Salud: Cartilla de salud básica preventiva, emergencias y descuentos por manadas. Incluye acicalamiento y educación.

La familia

la integran las personas que comparten….

el gasto,
el nivel de bienestar,
las emociones y
y el proyecto vida

HERIBERTO LÓPEZ ROMO

hlopez@iisociales.com.mx
@heriastro

El Instituto
de Investigaciones
Sociales
Behavior Knowledge
for Success
MARKETING • ENTERTAINMENT • STORYTELLING