

Fecha: 21-10-2018  
 Fuente: Laserenaonline  
 Título: **Advierten que nueva segmentación socioeconómica solo busca determinar pautas de consumo de la elite**

Visitas: 2.879  
 VPE: 9.645

Favorabilidad:  No Definida

Link: <http://www.laserenaonline.cl/2018/10/21/advierten-que-nueva-segmentacion-socioeconomica-solo-busca-determinar-pautas-de-consumo-de-la-elite/>

FacebookTwitterLinkedinemailEl investigador de la **Universidad de Santiago**, Dr. Vicente Espinoza, considera que la modificación propuesta por la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM), que subdivide al grupo ABC1 en tres categorías, pretende distinguir el comportamiento de quienes adquieren productos de lujo. “No es casualidad que dentro de las asociaciones relacionadas con esto esté la automotriz, interesada en identificar a la gente dispuesta a gastar \$50 o \$60 millones en un auto”, afirma. La Asociación de Investigadores de Mercado (AIM) presentó una metodología que subdivide en tres categorías el sector socioeconómico más alto de Chile. En el seminario ‘Nueva metodología de segmentación y clasificación socioeconómica’ coorganizado por la Asociación Nacional Automotriz de Chile (Anac), el segmento ABC1 se desagregó en AB (el 1% del país, con ingresos promedio por hogar sobre los \$6.452.000) y C1a y C1b (el 12% de la población nacional, con ingresos que parten en \$2.739.000 y \$1.986.000, respectivamente). Para el sociólogo e investigador del Instituto de Estudios Avanzados (IDEA) de la **Universidad de Santiago**, Dr. Vicente Espinoza, esa clasificación “busca generar pautas de consumo en la población. A lo que apunta esta nueva segmentación es a identificar pautas más ligadas al consumo de lujo”, advierte. “No es casualidad que dentro de las asociaciones relacionadas con esto esté la automotriz, interesada en vender automóviles de lujo, que deben identificar a la gente dispuesta a gastar \$50 o \$60 millones en un auto”, enfatiza. El doctor en sociología y especialista en movilidad social, que participó en el proyecto Anillos-CONICYT ‘Desigualdades’ reconoce que los niveles de vida de las personas de más bajo ingreso en Chile han mejorado, pero insiste en que en esta metodología “la principal innovación fue subdividir a un grupo ya pequeño perteneciente a la elite”. “Más que a entender la realidad chilena, nos muestra la estructura de la desigualdad, donde hay un estrato de muy alto ingreso que sigue adquiriendo cada vez más recursos”, afirma. Finalmente, cuestionó la afirmación de la directora en consultoría de marcas y comunicaciones de GfK Adimark, Carolina Cuneo, que en el marco de la presentación del estudio Chile 3D señaló que “analizando los datos de consumo, podemos decir que Chile es hoy un país de clase media”. El Dr. Espinoza, autor del libro ‘Para una historia de los pobres de la ciudad’ e integrante en 2016 del Comité Asesor Ministerial Entorno y Redes del Ministerio de Desarrollo Social, sostuvo que “si uno considera la metodología de la encuesta Casen, el ingreso mediano de Chile está a 50 mil pesos de la línea de pobreza”. “Referirse a ese grupo como clase media es un abuso y es no entender absolutamente nada ni tener sensibilidad con personas que si bien están fuera de la pobreza, cuentan con muy poco dinero. Siguen siendo un grupo muy pobre”, concluye.



**La Serena Online**

WIDE REGION FINANCIAS POLÍTICA CRIMINAL ECONOMÍA NEGOCIOS OPINIÓN TENDENCIAS

JOHNNY BARRON

### Advierten que nueva segmentación socioeconómica solo busca determinar pautas de consumo de la elite

El investigador de la Universidad de Santiago, Dr. Vicente Espinoza, considera que la modificación propuesta por la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM), que subdivide al grupo ABC1 en tres categorías, pretende distinguir el comportamiento de quienes adquieren productos de lujo. “No es casualidad que dentro de las asociaciones relacionadas con esto esté la automotriz, interesada en identificar a la gente dispuesta a gastar \$50 o \$60 millones en un auto”, afirma.

La Asociación de Investigadores de Mercado (AIM) presentó una metodología que subdivide en tres categorías el sector socioeconómico más alto de Chile. En el seminario ‘Nueva metodología de segmentación y clasificación socioeconómica’ coorganizado por la Asociación Nacional Automotriz de Chile (Anac), el segmento ABC1 se desagregó en AB (el 1% del país, con ingresos promedio por hogar sobre los \$6.452.000) y C1a y C1b (el 12% de la población nacional, con ingresos que parten en \$2.739.000 y \$1.986.000, respectivamente).

Para el sociólogo e investigador del Instituto de Estudios Avanzados (IDEA) de la Universidad de Santiago, Dr. Vicente Espinoza, esa clasificación “busca generar pautas de consumo en la población. A lo que apunta esta nueva segmentación es a identificar pautas más ligadas al consumo de lujo”, advierte. “No es casualidad que dentro de las asociaciones relacionadas con esto esté la automotriz, interesada en vender automóviles de lujo, que deben identificar a la gente dispuesta a gastar \$50 o \$60 millones en un auto”, enfatiza.

El doctor en sociología y especialista en movilidad social, que participó en el proyecto Anillos-CONICYT ‘Desigualdades’ reconoce que los niveles de vida de las personas de más bajo ingreso en Chile han mejorado, pero insiste en que en esta metodología “la principal innovación fue subdividir a un grupo ya pequeño perteneciente a la elite”. “Más que a entender la realidad chilena, nos muestra la estructura de la desigualdad, donde hay un estrato de muy alto ingreso que sigue adquiriendo cada vez más recursos”, afirma.

Finalmente, cuestionó la afirmación de la directora en consultoría de marcas y comunicaciones de GfK Adimark, Carolina Cuneo, que en el marco de la presentación del estudio Chile 3D señaló que “analizando los datos de consumo, podemos decir que Chile es hoy un país de clase media”.

El Dr. Espinoza, autor del libro ‘Para una historia de los pobres de la ciudad’ e integrante en 2016 del Comité Asesor Ministerial Entorno y Redes del Ministerio de Desarrollo Social, sostuvo que “si uno considera la metodología de la encuesta Casen, el ingreso mediano de Chile está a 50 mil pesos de la línea de pobreza”.

“Referirse a ese grupo como clase media es un abuso y es no entender absolutamente nada ni tener sensibilidad con personas que si bien están fuera de la pobreza, cuentan con muy poco