

El consumo de la clase media es un motor para la economía nacional

ESTUDIO

Sectores como el de la vivienda, automotor, centros comerciales se han dinamizado con el crecimiento de la clase media.

Sebastián Angulo, Redactor
sangulo@elcomercio.com

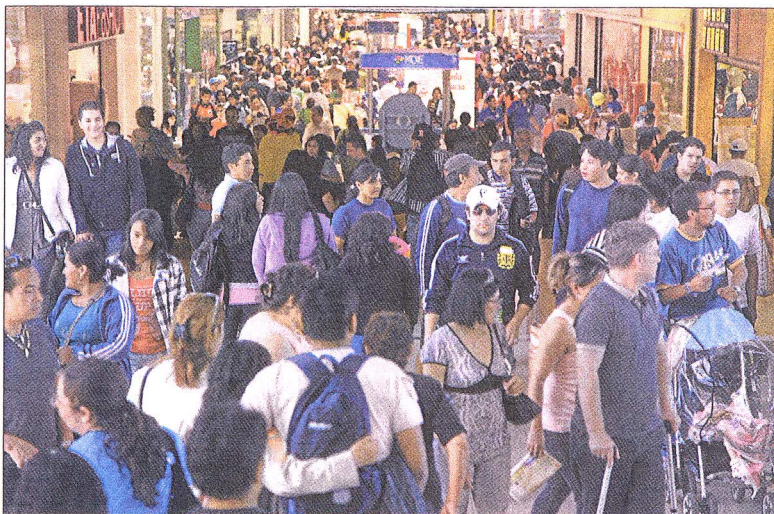
Con el crecimiento de la clase media en Ecuador, varios sectores se han dinamizado: comercio, construcción, educación, etc.

En el país uno de los sectores más beneficiado ha sido el de la construcción. Hérmel Flores, presidente de la Cámara de la Construcción de Quito (CCQ), señala que gracias a que la ciudadanía dispone de mayores recursos puede acceder a una vivienda.

El sector inmobiliario tiene un fuerte crecimiento desde hace dos años, lo cual coincide con el ingreso del Banco del IESS en el mercado hipotecario. Flores cuenta que las personas de clase media buscan viviendas desde los USD 40 000; en el caso de Quito, y prefieren inmuebles ubicados en norte de la ciudad.

La consultora Smart Research ha estudiado el mercado inmobiliario en Quito y sus valles, a través de mediciones periódicas de la oferta de vivienda y una medición anual de la demanda. En esta investigación se afirma que "a partir de la crisis desatada en EE.UU., en el 2009, en los años siguientes el sector creció a un ritmo constante". Por ello, a partir del 2010, las unidades de vivienda disponibles para la venta subieron. En el 2009, existían 9 670 unidades disponibles y el año pasado eran 15 026.

Otros de los sectores que crecie-



La construcción de nuevos centros comerciales es un efecto del crecimiento de la clase media.

Datos de la PNUD

► **Entre 1990 y 2010**, la participación del Sur en la población de clase media mundial creció del 26 al 58%. Para el año 2030, se espera que más del 80% de la clase media del mundo viva en el Sur, y sea responsable del 70% del gasto total en consumo.

► **Para el 2025**, el consumo anual de las economías emergentes ascenderá a USD 30 billones, frente a los 12 billones de 2010.

► **Dentro de Asia**, en China e India se concentrará más del 75% de la clase media. Otra estimación indica que, para el 2025, el consumo anual de las economías emergentes ascenderá a USD 30 billones.

ron es el de centros comerciales.

Por ejemplo, solo en Guayaquil y sus alrededores, el 2012 terminó con al menos 56 plazas y centros comerciales, ocho más que en el 2011. Se espera que a este número se sumen otras ocho edificaciones que actualmente se encuentran en construcción.

En diciembre del año pasado en el país se inauguró el Maltería Plaza, en Latacunga; el Paseo Shopping, en Daule (a 43 kilómetros de Guayaquil); y el Scala Shopping, ubicado en Cumbayá (noroeste de Quito).

Carlos de la Torre, subdirector de la Facultad de Economía de la Universidad Católica de Quito, señala que el incremento de este segmento es una de las causas para que centros comerciales hayan proliferado en el país.

De la Torre sostiene que las conductas de consumo también

se han modificado en este grupo; "ahora prefieren consumir en sitios más seguros y que brinden mayor confort", explica.

El sector automotor ha experimentado un crecimiento en los últimos años. Aunque en el 2012 disminuyó debido a la caída de cuotas de importación, establecidas por el Comex, en los años previos ha registrado récords históricos en ventas.

Gloria Navas, presidenta de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade), cuenta que los autos con mayor demanda por parte de la clase media son automóviles y que "satisfechan una importante necesidad de movilidad y son usados como herramientas de trabajo".

En el 2011, las ventas de vehículos ascendieron a 139 893 unidades a escala nacional, mientras que el 2012 se cerró en 121 000.

Las provincias con mayor demanda de vehículos son Pichincha, con el 39% y Guayas con el 27%. En el caso de marcas, con mayor demanda están Chevrolet, Hyundai y Kia.

Wilson Araque, analista económico, asegura que una de las características importantes de la nueva clase media es el consumo; esto ha movido el mercado no solo en el país, sino en toda la región.

Araque puntualiza que entre los productos con mayor demanda están los electrodomésticos, vehículos y, gracias a un mayor poder adquisitivo, el acceso a vivienda.

Otro de los aspectos que se han modificado, según Araque, es que la demanda de educación también subió. "Ahora una familia de clase media prefiere enviar a sus hijos a establecimientos privados".

Según el Banco Mundial (BM), una de las causas del crecimiento de la clase media en el mundo es el mayor acceso a la educación por parte de la población, especialmente de las mujeres.

► Una visión mundial

El informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), presentado la semana pasada en Quito, destacó que la clase media registra una expansión masiva en países del Sur, en tamaño, ingresos y expectativas.

En América Latina, el crecimiento económico es una de las variables que explica el crecimiento de la clase media. Y los mayores ingresos de los países latinoamericanos han estado vinculados al dinamismo del comercio de materias primas, las cuales han registrado altos precios en el mercado internacional, como el petróleo, el cobre, la soja, etc. La inversión ha jugado un papel menos decisivo en ese crecimiento, lo cual es una advertencia para los países de la región, según dijo Alicia Bárcena, titular de la Cepal, a inicios de año.