

La clase media en México

Martes 21 de
diciembre de 2010
Discovery Americas
| El Universal

info@atlas-
americas.com

México es una
economía en
crecimiento tanto
en tamaño como en
poder adquisitivo.

De acuerdo con la
Encuesta Nacional Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH) del
INEGI, entre 1992 y 2008 (última información disponible), el
número de hogares en el país creció más de 44%, alcanzando 26.7
millones.

Debido a que los hogares han mejorado su calidad de vida, este
crecimiento se ha concentrado en los hogares que ganan más de
cuatro salarios mínimos y ha sido aún mayor en los hogares que
ganan más de ocho salarios mínimos.

Existen diferentes criterios para determinar la pertenencia de un
hogar a uno u otro estrato socioeconómico. De acuerdo con los
datos de AMAI, que también se basa en la ENIGH, la clase media
estaría integrada al menos por las poblaciones C y D+, las cuales
representan la mayoría de la población urbana en México (53.7%
con cifras de 2008).

Es importante señalar que a medida de que los ingresos de los
hogares de clase media han cambiado, también lo ha hecho la
distribución de su gasto. Ahora los hogares destinan relativamente
menos recursos a bienes y servicios básicos, en favor de rubros de
mayor valor agregado.



(Foto:)

El efecto compuesto del incremento en el número de hogares y el incremento en su ingreso disponible ha sido muy visible y de gran relevancia para los proveedores de bienes y servicios en México. En particular, el gasto anual monetario de los hogares mexicanos de más de ocho salarios mínimos pasó de un total de 162 mil 279 millones de pesos en 1992 a un millón 474 mil 999 millones de pesos en 2006, un incremento de 9.1 veces.

Este crecimiento en el gasto ha sido impulsado por diversos factores, entre los que se encuentran una mayor disponibilidad de crédito al consumo. Tan sólo de 2003 a 2008, el crédito al consumo en México pasó de cerca de 1% del PIB a aproximadamente 4%. Asimismo, a través de diversos indicadores hemos podido observar la paulatina capitalización de los hogares y en especial de las clases medias en México durante las últimas dos décadas. Por ejemplo, el número de viviendas habitadas pasó de 16.2 millones en 1990 a 28.6 millones en 2010.

Así pues, a pesar del impacto negativo de la crisis económica global, en México tenemos hoy una clase media más numerosa, con mejores ingresos, con mayor acceso al crédito, mejor capitalizada y, cabe destacar, también mejor informada. Esto último cobra relevancia pues a medida que el poder adquisitivo de los hogares continúe su evolución, también lo hará su inclinación hacia el consumo de productos y servicios de mejor calidad y con precios competitivos.

Sin duda, el crecimiento de la clase media en México representa una oportunidad atractiva para aquellas empresas capaces de proveer productos y servicios orientados a satisfacer las cambiantes necesidades de consumo de este segmento.

Pero, evidentemente, habrá que competir para lograr este objetivo.

[Regresar](#)

[Imprimir](#)

© Queda expresamente prohibida la republicación o redistribución, parcial o total, de todos los contenidos de EL UNIVERSAL