

# Uno de los mercados más atractivos del mundo: Clase media-alta de China

Agencia NotiLeón 20/03/2014

De acuerdo a un informe realizado por la firma McKinsey & Company, la cada vez más numerosa clase media de China, en especial la clase media alta, generará un mercado "más maduro y atractivo" para los negocios.

El informe indica que "el crecimiento explosivo de la clase media de China ha provocado un cambio económico de gran alcance y la transformación social en China".

Lo anterior fue dado a conocer por la Agencia de noticias china Xinhua, la cual además apunta que en el año 2000, sólo 4% de los hogares urbanos en China eran de clase media con un ingreso familiar disponible de entre 60 mil y 229 mil yuanes (entre 9,760 y 36,770 dólares estadounidenses). Para el 2012, esa proporción había aumentado 68%

En relación con la clase media masiva, los consumidores de la clase media alta ya están dispuestos a "pagar más por productos de calidad, y tienen un mayor nivel de confianza en marcas reconocidas", indica el informe de McKinsey.

La compañía divide a la clase media china en dos segmentos: la clase media masiva, cuyo ingreso familiar anual era de entre 60 mil y 106 mil yuanes, lo que representó un 54% de todos los hogares urbanos en 2012, y la clase media alta cuyo ingreso familiar anual fue de entre 106 mil y 229 mil yuanes, representando un 14% del total de los hogares urbanos ese año.

Esta estructura debe lucir muy diferente para el año 2022, cuando la clase media alta podría representar el 54% del total de los hogares urbanos, pronosticó la firma.

El informe agrega que "los consumidores de clase media alta de China se están volviendo más maduros. Cada vez más están percibiendo las compras como una actividad familiar deseable, pasan significativamente más tiempo en actividades recreativas y viajes que lo que hacían hace una década".

BOLETÍN DE INTELIGENCIA  
PROSPECTA



Para apoyar sus hallazgos, la firma mencionó que la capacidad de habitaciones de hotel de China se cuadruplicó entre 2000 y 2012 y desde 2010 la tasa de crecimiento anual de la venta de boletos de cine ha superado el 30%, más de 1 mil nuevas salas de cine se abrieron tan sólo en 2013.

"La creciente clase media alta de China está más interesada en el exterior que el mayor grupo de ciudadanos chinos, un cambio dramático con el pasado que tiene muchas implicaciones por su conducta de consumo. Este grupo está mucho más dispuesto a adquirir marcas extranjeras. Los alimentos y bebidas extranjeras son preferidos por el 34% de la gente urbana de clase media en comparación con el 24 por ciento de todos los habitantes de la ciudad", indica el informe.

Aunque la expansión de la clase media de China está ocurriendo en gran parte en las ciudades y continuará allí, se volverá mucho más equilibrada geográficamente. En 2002, el 40% de la clase media urbana de China vivía en ciudades de primer nivel que incluían a Beijing y Shanghai. No obstante, se espera que esta proporción disminuya a 16% en 2022 y que la proporción aumente en las ciudades de segundo y tercer nivel, pronostica la compañía.

Con información de la Agencia Xinhua\*

