

Análisis de las últimas dos décadas en diez países:

La clase media crece en Chile y en el resto de América Latina marcada por el consumo

La entrada de la mujer al mercado laboral permitió un aumento del ingreso, lo que movilizó a muchas familias de los estratos bajos a los medios.

PAMELA ELGUEDA T.



Mil 300 millones de personas en el mundo formaban parte de la clase media en 2006. Y esa cifra debería llegar a dos mil millones en 2030, o sea, el 30% de la población del planeta.

Un aumento que, en el caso de América Latina, ha ido de la mano del crecimiento económico y del ingreso, así como de fenómenos sociales tan concretos como la entrada de la mujer al mundo laboral, lo que ha llevado a muchas familias a dejar de ser parte de los estratos bajos y pasar a consumir como los medios.

Así lo constata un estudio elaborado por Martín Hopenhayn, director de la División de Desarrollo Social de Cepal; Rolando Franco, consultor de Ilpes (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social); y Arturo León, consultor de Cepal, quienes exploraron en los cambios materiales y subjetivos que ha tenido este grupo social en diez países de la región, incluido Chile.

Se trata de transformaciones que tienen a más personas "haciendo vida de clase media", pero que también marcan diferencias dentro de este mismo grupo socioeconómico.

Influencia femenina

Diversos aspectos económicos influyen en la "explosión" de estratos medios ocurrida en los últimos siete años en los diez países considerados por el estudio: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Honduras, México, Panamá, Perú y República Dominicana.



En Chile, el tipo de artículos que representan la pertenencia a la clase media cambiaron. Ya no es tener electrodomésticos, auto o casa, sino viajar por turismo fuera del país y pagar esas vacaciones sin tener que endeudarse por varios años.

La educación pierde valor

Con el aumento de la cobertura de enseñanza media y de jóvenes que la terminan, el umbral de logros educativos ha ido bajando su valor o su capacidad de discriminación en el mercado laboral. "En Chile, hoy se requiere educación media completa para ser cajero de supermercado, pero no es claro si allí el ingreso laboral

asegure pertenencia a la clase media en términos de poder de consumo", ejemplifica Hopenhayn. En países con mayor PIB (Producto Interno Bruto) per cápita y más porcentaje de población adulta con enseñanza secundaria completa, la educación superior (técnica, profesional o universitaria) adquiere más importancia.

Uno es el aumento del Producto Interno Bruto (PIB) por habitante en las naciones mencionadas entre 1990 y 2006, otro es el ingreso de la mujer al mercado laboral y un tercero es el alza en la cifra de personas que tienen empleos no manuales.

"El aumento de la participación femenina, sobre todo en el estrato medio-bajo", dice Hopenhayn, "se une a la baja en el número de hijos, y eso hace que el ingreso familiar sea mayor" y, por lo tanto, que aumente la capacidad de consumo.

Al respecto, Emmanuelle Barozet, socióloga y académica de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile, opina que en la base del cambio está la transformación de la estructura productiva del país, sobre todo en el caso de Chile. "Acá, la agricultura y la minería pasaron a ser sectores de alto rendimiento, más mecanizados y tecnificados que hace 20 o 30 años".

Eso lleva a un aumento del ingreso que, finalmente, redundará en esa conducta que para muchos marca la

pertenencia a los estratos medios: el consumo de determinados bienes y servicios.

Al respecto, Martín Hopenhayn destaca que, en Chile, el tipo de artículos que representan la pertenencia a la clase media han cambiado: "Tradicionalmente incluían los electrodomésticos, el acceso a la educación secundaria por lo menos, cobertura de la salud a través del empleo, casas sólidas y sin hacimiento y, finalmente, el automóvil. Hoy, eso no es tan claro".

Porque los artículos electrónicos son más baratos, las soluciones habitacionales más extendidas (por los subsidios), la enseñanza media es obligatoria y, entonces, "se hace necesario actualizar los bienes y servicios que definen la pertenencia a la clase media".

Al respecto, el director de la División de Desarrollo Social de Cepal sugiere algunos ejemplos: acceso a internet, la posibilidad de viajar fuera del país por turismo, el acceso a salud y educación de mayor calidad.

"Dentro de la gran clase media hay grupos distintos", dice Emmanuelle Barozet, cuyo tema de estudio en la U. de Chile es este estamento. Las diferencias se sustentan en las marcas y en el tipo de consumo: "En la parte alta están aquellos que pueden viajar y pagar *cash*, sin endeudarse por dos años. En la parte baja están el consumo con crédito y sectores hiperendeudados".