



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

 **PROSPERIDAD
PARA TODOS**

¿ESTÁN LAS EMPRESAS PREPARADAS PARA LA IRRUPCIÓN DE LA CLASE MEDIA?

Sergio Díaz-Granados Guida
Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Pereira, 15 de agosto de 2013



**¿QUÉ
ENTENDEMOS
POR CLASE
MEDIA?**



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

 **PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Diferentes metodologías estiman que la
clase media colombiana está entre el

25% y el 30%

de la población



Son hogares de estratos socioeconómicos en el rango de ingresos de

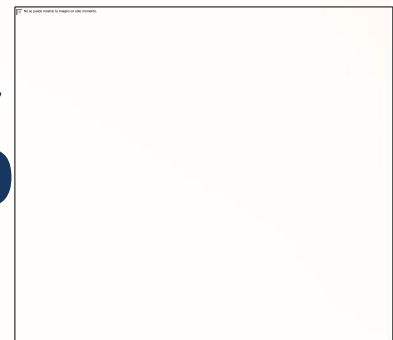
**US\$10
a US\$50**

diarios, definido por el Banco Mundial

En Colombia
sería el

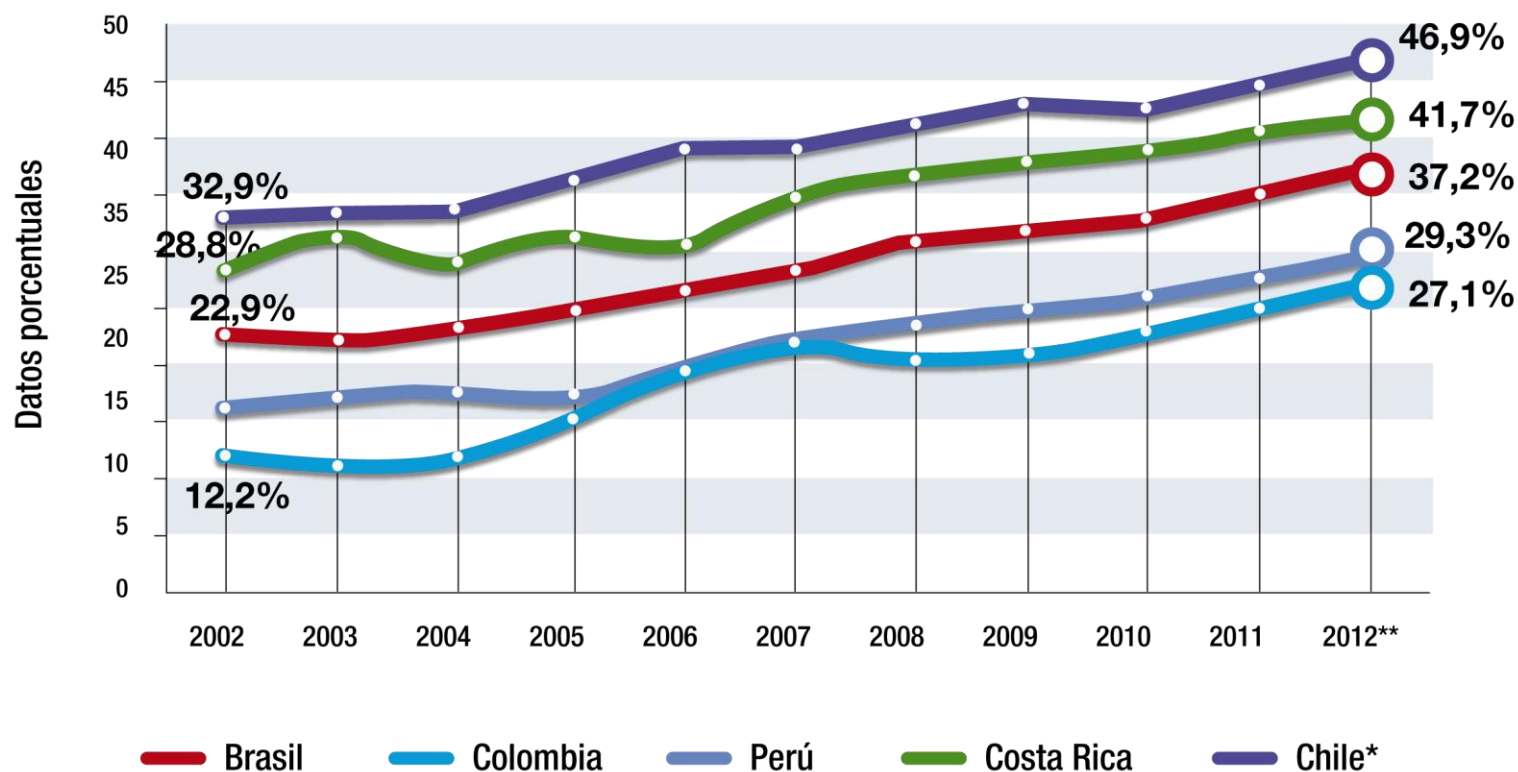
27%

en 2012



En Colombia el Banco Mundial estima que en el 2012 alcanzó el 27,1% de la población, correspondiente a 12,6 millones de habitantes.

Clase media como proporción de la población



* Los datos para Chile corresponden a interpolaciones dada la discontinuidad de la serie. ** Datos estimados para 2011 y 2012.

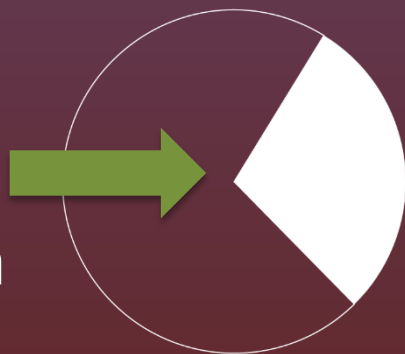
Informe de la Revista
Credencial, que toma como
clase media los estratos 3
y 4 calcula, que en
Colombia es de cerca de

14 millones

de personas, es decir, el

29%

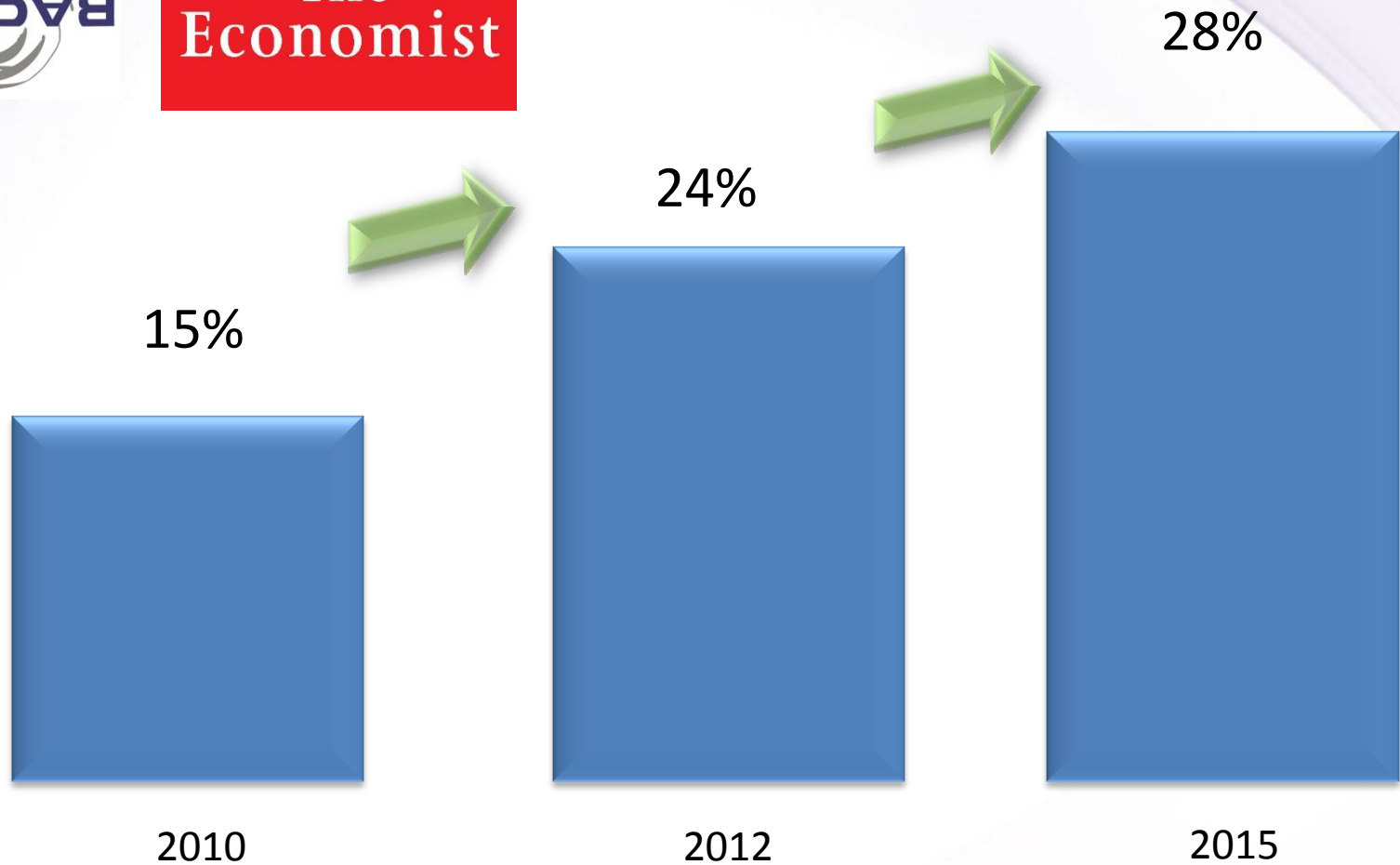
de la población



Y un estudio de Raddar y The Economist muestra que la clase media en Colombia viene creciendo:



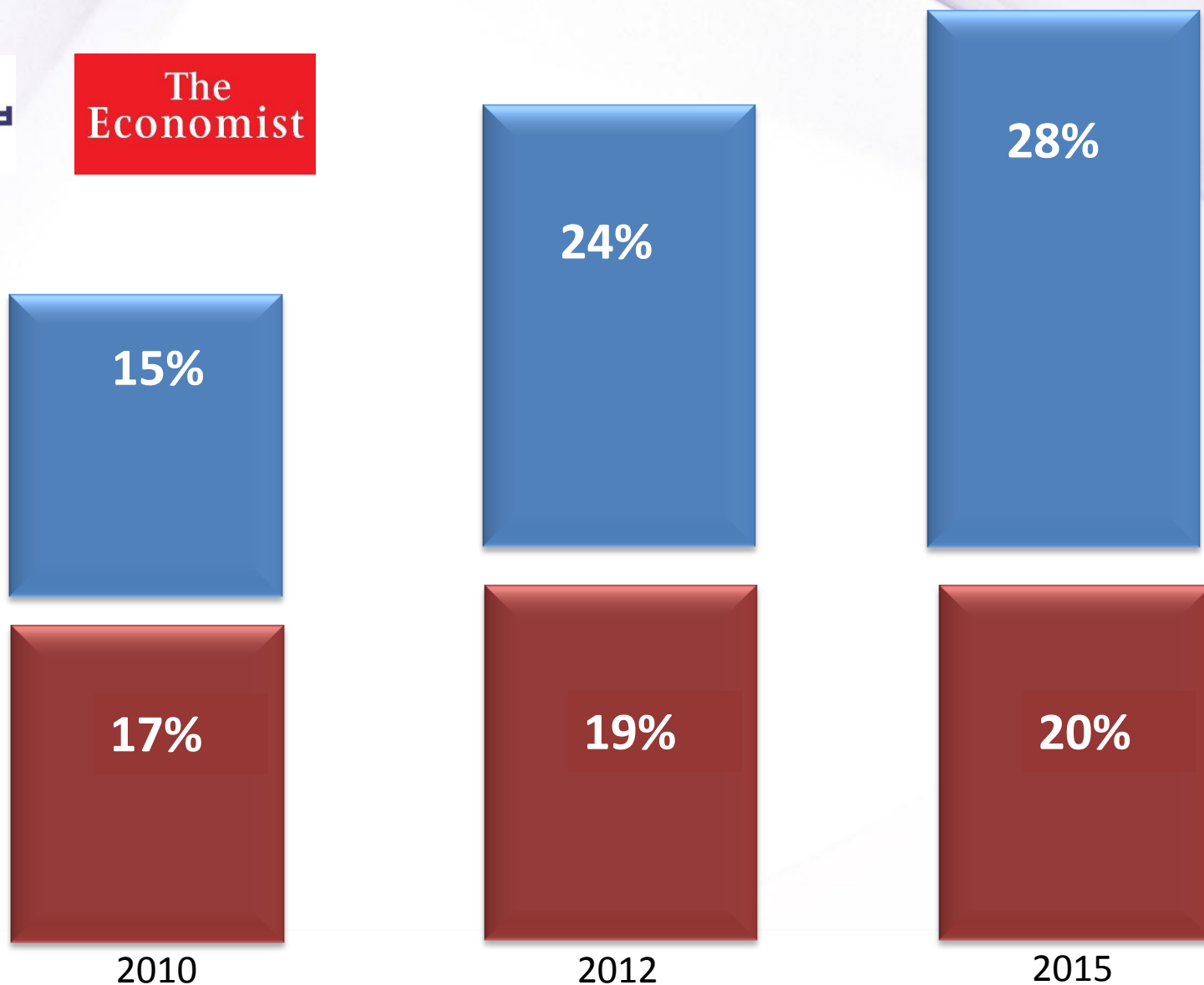
The
Economist



Además, en la parte superior de la base de la pirámide hay un segmento que puede pasar a la clase media



The
Economist



**PAPEL DE LA
CLASE MEDIA
EN EL
DESARROLLO
ECONÓMICO**





MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

PRO
PAR

¿Por qué es importante la clase media?

Segmento de
estabilización social

Fuente de poder de
consumo

Fuente de
emprendimiento y
capacidad empresarial

La clase media del siglo XXI no es homogénea; tiene diferentes matices:

Familia
tradicional

Familia
monoparental

Gente
que vive
sola

Familia sin
hijos en casa

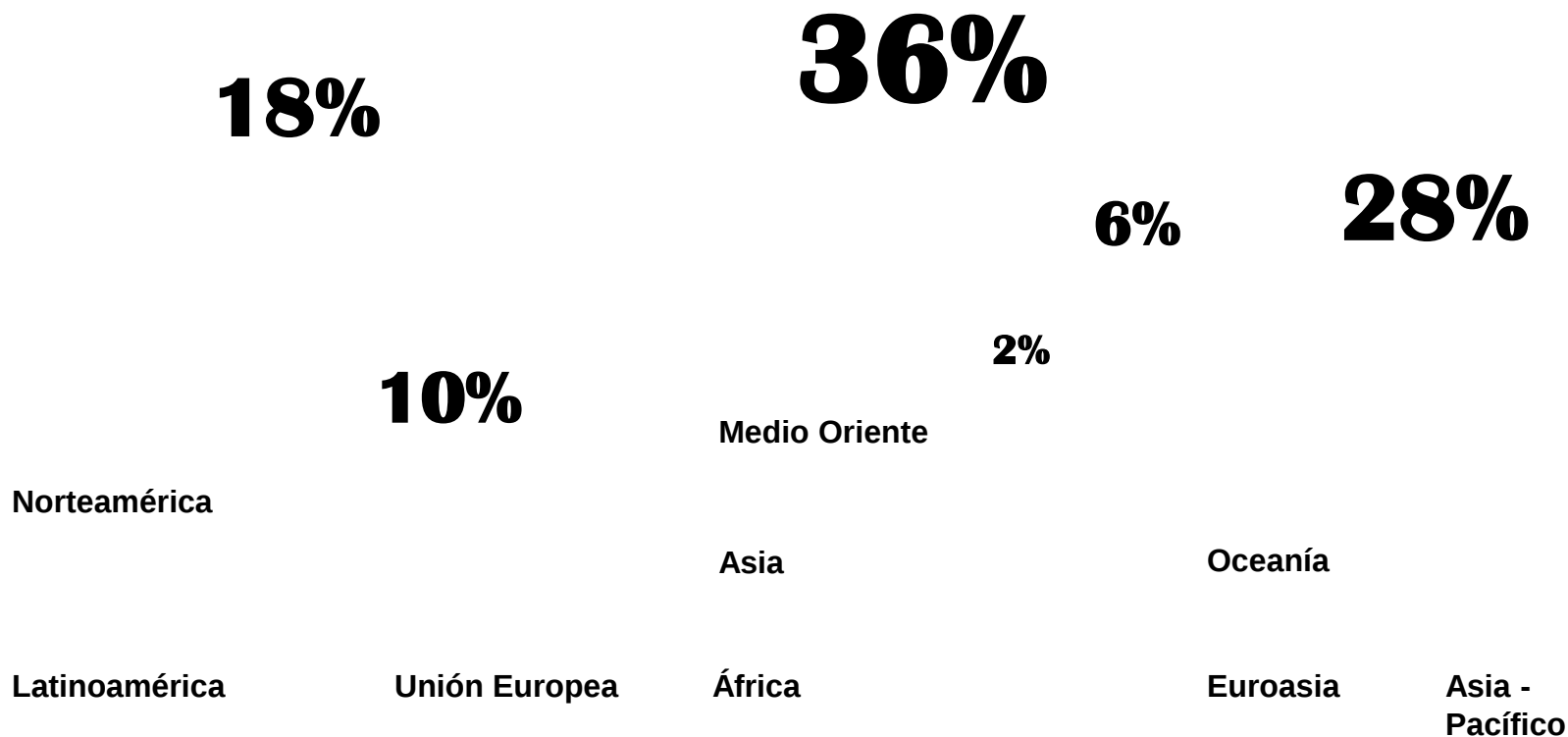
LGBTI

Otros tipos

Profesionales
independientes

LA CLASE MEDIA EN EL MUNDO

EN 2009



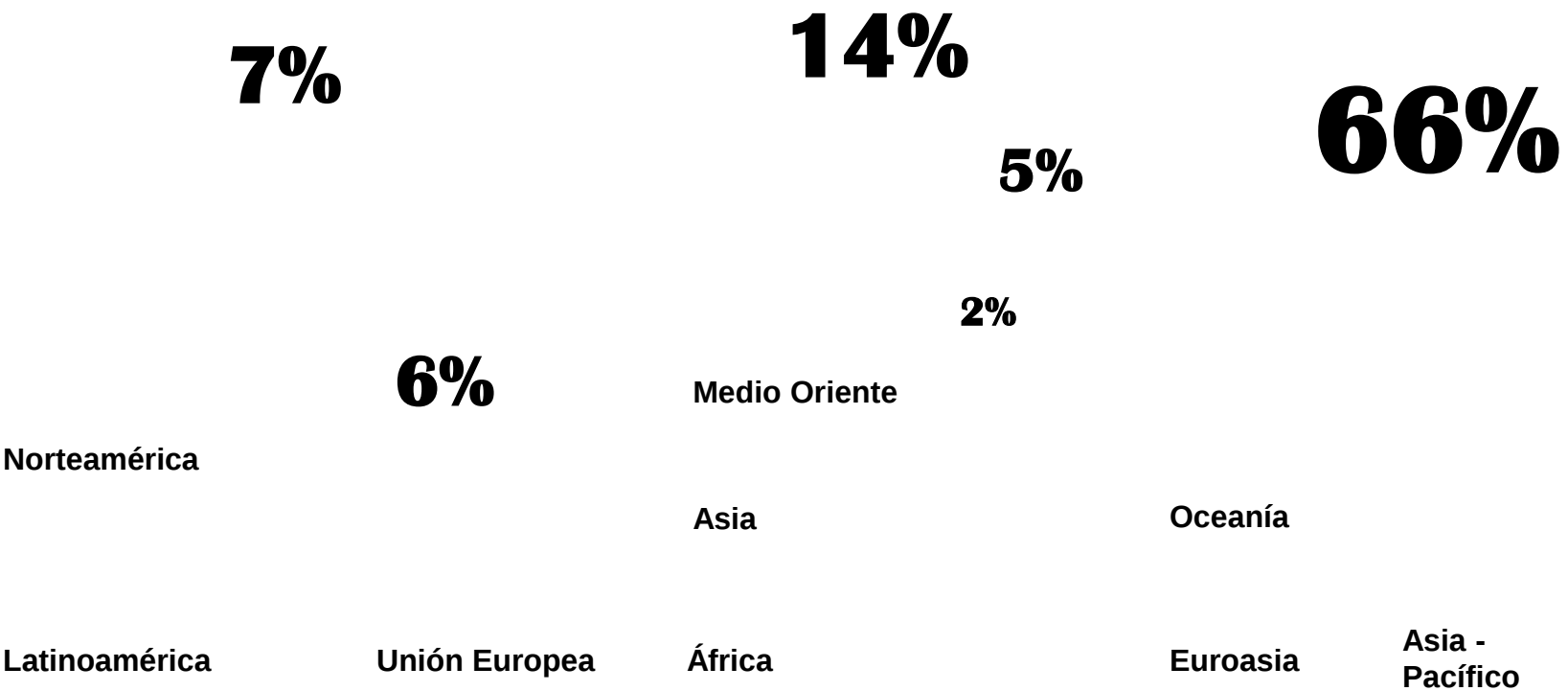
Proporción de la clase media mundial por regiones (2009)

Fuente: OEE MinCit, Banco Mundial - Kharas Homi (2010) The New Global Middle Class: A Cross-Over from West to East – Pressman , Steven (2011)“La clase media en países Latinoamericanos”

En 2014, los 14
Acuerdos Comerciales
vigentes, nos dan
acceso preferencial al

74%

de las clases medias
del mundo



Fuente: OEE MinCit, Banco Mundial - Kharas Homi (2010) The New Global Middle Class: A Cross-Over from West to East – Pressman , Steven (2011)“La clase media en países Latinoamericanos”

Con el **66%**

de las clases medias
concentradas en Asia-Pacífico,
ese es un mercado estratégico

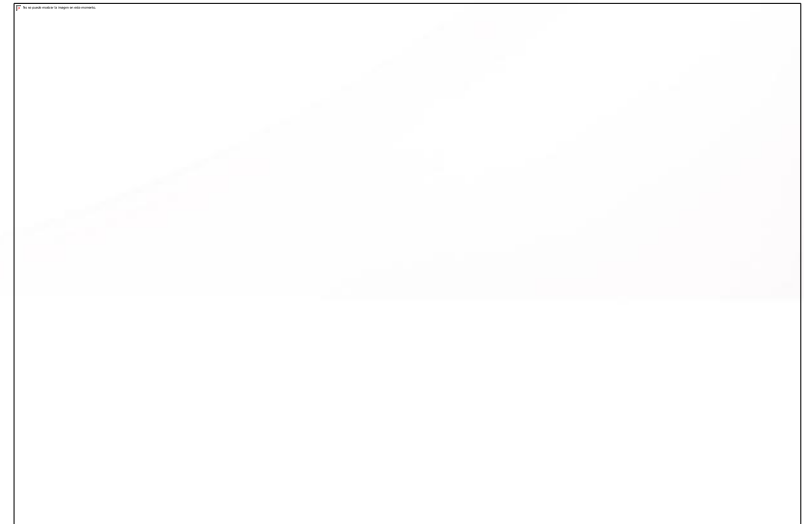
La Alianza del Pacífico, una
plataforma para ese objetivo.

LA CLASE MEDIA EN COLOMBIA

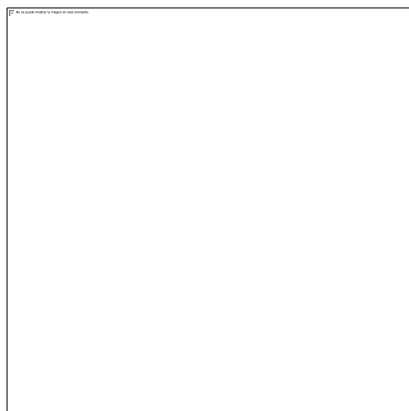


89%

De los bienes y
servicios consumidos
son colombianos



**¿QUÉ COMPRÁN
LOS
COLOMBIANOS?**



El estudio tiene una muestra de

813 personas

Muestra representativa de una población de

9,23 millones

Nivel de confianza de

95%

De los 813 encuestados, el 56,2% pertenece a los estratos 3, 4 y 5 en Colombia.

El trabajo de campo fue realizado por RADDAR con una herramienta desarrollada por Propaís.

- Los consumidores prefieren el producto colombiano.
- El precio de los importados no es factor decisivo a la hora de comprar
- Importa más que sea nacional y la calidad.

54%



de los encuestados estarían
dispuestos a pagar más por
un producto colombiano.

**En promedio la gente estará
dispuesta a pagar hasta un
16% más por un producto
colombiano.**

**EL
GOBIERNO**

**Y LA
EXPANSIÓN
DE LA CLASE
MEDIA**

Fortalecer la dinámica del consumo

Aumento del empleo

Estabilidad
macroeconómica

Reducción tasas
de interés

Aumento del ingreso disponible de la clase media

Reducción de la tasa de interés de créditos hipotecarios al **7%** para viviendas entre **\$79,5 millones y \$197,4 millones**

Reducción de la cuota mensual hasta un **34%**

Aumento del ingreso disponible de la clase media

Ejemplo:

- Crédito: \$138.9 millones
- Tasa: 11,6%
- Plazo: 15 años



Cuota mensual

Sin PIPE:
\$1.581.000

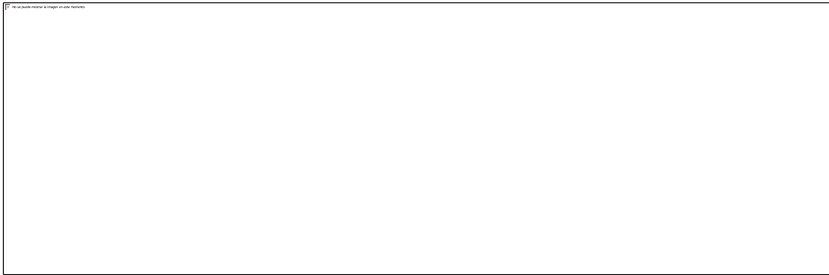
Con PIPE:
\$1.219.000

DIFERENCIA: \$362.000

ROL GOBIERNO - INDUSTRIA



**Los consumidores compran orientados por
CALIDAD, PRECIO Y MARCA**



El gobierno a través de iNNpulsa
está aportando recursos para el
mejoramiento de la calidad de
sectores como muebles,
metalmecánico y alimentos.



CALIDAD

Apoyo de hasta

400 millones

para empresas que realicen mejoras
significativas en sus productos

Se cuenta con

7 mil millones

de pesos para avanzar en iniciativas
de mejoramiento de la calidad en los
procesos productivos

CRÉDITOS PIPE:

- \$200 mil millones
- US\$ 100 millones

Línea 1:

- \$100 mil millones para **capital de trabajo y sustitución de pasivos**
 - Plazo hasta 5 años
 - Tasa de redescuento DTF + 1.25%
 - Tasa máxima al empresario DTF + 8%
- US\$ 100 millones para **operaciones de comercio exterior.**
 - Plazo hasta un año.
 - Periodo de gracia hasta de un año
 - Tasa de redescuento LIBOR + 0%

CRÉDITOS PIPE:

- \$200 mil millones
- US\$ 100 millones

Línea 2:

- \$100 mil millones para **modernización de Mipymes industriales.**
 - Plazos hasta de 10 años
 - Periodo de gracias hasta de 3 años
 - Tasa de redescuento DTF + 0.8%

El Gobierno implementa una política industrial moderna que contribuye a bajar los costos de producción de las empresas



Declaramos la guerra
frontal al
contrabando

MARCA

Conclusiones

- Las perspectivas mundiales son favorables para el crecimiento de la clase media en los países en desarrollo. Esto plantea un reto para la industria colombiana, en el sentido de llegar a estos sectores de la economía.
- Colombia tiene acceso a más del 70% de la clase media en el mundo por los acuerdos comerciales negociados.
- La industria colombiana tiene una base empresarial sólida y capacidad de expansión y adaptación a entornos complejos.
- El consumidor colombiano prefiere el producto colombiano y está dispuesto a pagar más pero por una mayor calidad.
- La industria colombiana tiene productos de buena calidad y el Gobierno tiene a su disposición instrumentos de mejoramiento para aquellas empresas que lo requieran.
- Para mantener la expansión de la clase media, se debe ampliar su capacidad de compra, para lo cual es indispensable la reducción de los costos financieros.



MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

 **PROSPERIDAD
PARA TODOS**

¿ESTÁN LAS EMPRESAS PREPARADAS PARA LA IRRUPCIÓN DE LA CLASE MEDIA?

Sergio Díaz-Granados Guida
Ministro de Comercio, Industria y Turismo

Pereira, 15 de agosto de 2013