

ENTORNO ECONÓMICO MUNDIAL



ETAPAS DE DESARROLLO DEL MERCADO

El Banco Mundial ha desarrollado un sistema de clasificación de 4 categorías que usa como base el INB per cápita. Los países que integran una categoría específica comparten en general varias características en común. Así, las etapas proporcionan una base útil para la segmentación del mercado global y el marketing dirigido a objetivos.

PAÍSES DE BAJOS INGRESOS

Los países de bajos ingresos tienen un INB per cápita menor a 825 dólares. Las características generales que comparten los países que tienen este nivel de ingreso son: Industrialización limitada y un alto porcentaje de población que participa en agricultura y ganadería de subsistencia, altas tasas de nacimiento, bajas tasas de alfabetismo, fuerte dependencia en la ayuda exterior, inestabilidad y disturbios políticos, concentración en África subsahariana.

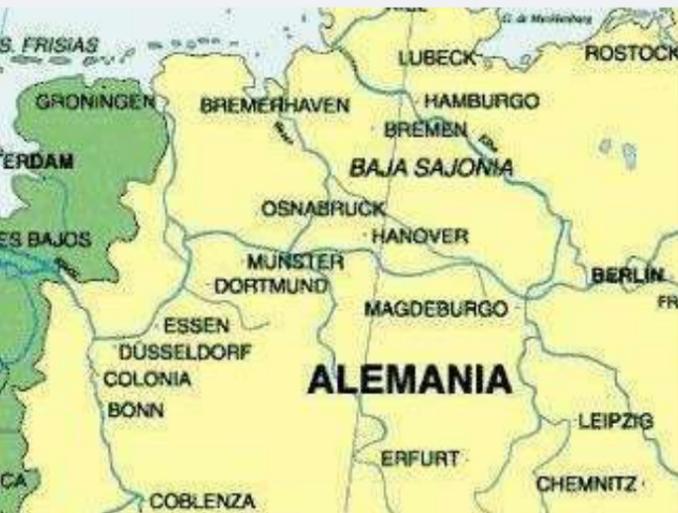


PAÍSES DE INGRESO MEDIO-BAJO

Los países de ingreso medio-bajo son aquellos con un INB per cápita entre 826 y 3,255 dólares. Los mercados de consumo en estos países se expanden con rapidez. Países como China, Indonesia y Tailandia representan una amenaza competitiva cada vez mayor a medida que movilizan sus fuerzas de mano de obra relativamente baratas (y a menudo muy motivadas) para servir a mercados meta en el resto del mundo.

PAÍSES DE INGRESO MEDIO-ALTO

Los países de ingreso medio-alto, conocidos también como países en vías de industrialización o en desarrollo, son aquellos con un INB per cápita entre 3,256 y 10,065 dólares. En estos países, el porcentaje de la población que participa en la agricultura disminuye con rapidez a medida que la gente se desplaza al sector industrial y el grado de urbanización aumenta. Malasia, Chile, Hungría y muchos otros países que están en esta etapa se industrializan rápido.



PAÍSES DE ALTOS INGRESOS

Los países de altos ingresos, conocidos también como países avanzados, desarrollados, industrializados o postindustriales, son aquellos que tienen un INB per cápita de 10,066 dólares o más. Con la excepción de unos cuantos países ricos en petróleo, los países que se encuentran en esta categoría alcanzaron su nivel de ingreso actual a través de un proceso de crecimiento económico sostenido.

IMPLICACIONES DE MARKETING DE LAS ETAPAS DE DESARROLLO

Sirven como una guía para los expertos en marketing al evaluar los niveles de saturación de producto, es decir, el porcentaje de posibles compradores o familias que poseen un producto específico.

