

# Mapas de WGSN, importantes áreas de consumo en Brasil, México y Argentina, las economías más ricas de América Latina.

## México

México tiene la segunda mayor economía de América Latina. Después de un lento 2013, la economía mexicana ha comenzado a recuperarse, pero a un ritmo más lento de lo esperado. El gobierno había pronosticado un crecimiento del 3,9% en 2014, sin embargo esta previsión ha sido revisada y rebajada a un 2,7%. Debido a sus estrechos vínculos económicos, México también se está recuperando de la crisis financiera de Estados Unidos

Sin embargo, a pesar del crecimiento económico lento, hay una perspectiva positiva para los próximos años. Se espera que los mexicanos puedan convertirse en ricos conforme los niveles de educación aumenten, más mujeres entren en la fuerza laboral, y la gente tenga menos hijos. Estos cambios ayudarán a aumentar el potencial de los gastos de consumo, lo que permite un mayor gasto en prendas de vestir y otros artículos de lujo, dice una investigación reciente de Canadá.

## Datos de interés de mercado.

La nueva reforma fiscal introducida a principios de año ha incrementado el precio de una serie de productos y servicios tales como combustible, que ha frenado el consumo en el primer semestre de 2014. Sin embargo, el consumo privado interno de bienes (nacionales e importados) y servicios (IMCPMI) ha mostrado un ligero crecimiento del 1,4% en los primeros cuatro meses de 2014, comparado con el mismo período de 2013.

Este indicador representa aproximadamente el 70% del PIB de México. La reforma fiscal también ha cambiado la manera en que los consumidores están pagando, lo que aumenta el número de pagos en efectivo y frena el gasto de tarjeta de crédito, 15% de los mexicanos tiene una tarjeta de crédito.

Aunque las transacciones de tarjetas de crédito disminuyeron a principios de 2014, se espera que la adquisición de la tarjeta de crédito pueda seguir aumentando, debido a que se hace más fácil para los consumidores de bajos ingresos solicitar crédito a través esta medida.



## Visión general del Consumidor.

“El número de mercados de diseño independiente ha aumentado.”

A / B Clase: Superior alta (A +): 1% de la población. Las familias muy ricas que vienen de "dinero viejo", en otras palabras, las familias que han sido ricas y prominentes para muchas generaciones.

Baja Alta (A): 5% de la población. Las familias ricas que han adquirido su riqueza a través de sus generaciones más recientes. Tienen un gran ingreso y muy estable.

Medio Superior (B): 14% de la población. Formada por profesionales y empresarios exitosos. Ellos tienen un buen ingreso y estable.

Consumidores mexicanos de las clases A / B viajan internacionalmente y muchos han vivido fuera del país, lo que les da una perspectiva global. Ellos están creciendo cada vez más social y ambientalmente consciente como consumidores y se están dando cuenta de que sus compras podrían tener un impacto positivo si optan por consumir bienes y servicios sostenibles.

Ellos buscan una alimentación más saludable y optan por productos cultivados localmente y alimentos gourmet orgánicos. Ellos valoran el buen diseño, en particular el diseño independiente que se hace en México.

Según Euromonitor, tienden a comprar con indulgencia y no por precio, optando por productos de marca en lugar de alternativas más baratas. Al realizar una compra tienden a elegir marcas y productos de confianza que tienen una reputación de calidad y buen diseño.

Clase C: 20% de la población de clase media-baja (o Clase C): compuesto por oficinistas, técnicos, supervisores y artesanos. Ellos tienen un ingreso muy importante no muy estable todavía. Con el acceso a la tecnología móvil y el Internet, los consumidores de clase media-baja son cada vez más conectados y en todo el mundo informado. Según un estudio de Euromonitor, son más propensos a priorizar la educación sobre bienes de consumo

D / E Clase: Superior baja (D): 25% de la población. Compuesto por los obreros y trabajadores agrícolas cuyos ingresos son ligeramente más altos que el salario mínimo (USD \$ 5,2 por día). Baja Baja (E): 35% de la población nacional. Compuesto por los trabajadores temporales e inmigrantes, vendedores ambulantes, los desempleados y las personas que viven de la asistencia social. El sector más pobre de la población y también la más grande de todas las clases.

Aunque los ingresos de Clase D / E son muy limitado, con la ayuda del crédito y el pago en cuotas, este grupo de consumidores tienen aspiraciones hacia la tecnología: televisores (para muchos, la televisión es su principal fuente de entretenimiento), los teléfonos móviles y tabletas asequibles (a menudo comprado por los padres, ya que consideran que es una herramienta educativa importante).

La educación superior es una aspiración, y se percibe como un paso necesario para ascender en la escala social. El número de tarjetas de crédito está aumentando entre las clases más bajas, ya que es cada vez más fácil para ellos para solicitar crédito. Crédito de la tienda es una alternativa popular para los consumidores mexicanos que no tienen cuentas bancarias - más de la mitad de los hogares mexicanos no tienen una.

En general, las compras en línea están creciendo, pero todavía no es una forma común de comprar bienes y servicios. Los consumidores mexicanos, como sus vecinos latinoamericanos, siguen siendo reacios a compartir sus datos en línea, especialmente la información bancaria. La mayoría de las compras en línea en México se lleva a cabo por los consumidores jóvenes, pero todavía no está muy extendida, ya que tienden a utilizar el Internet para investigar los productos, opiniones y precios, pero prefieren hacer la compra en una tienda física. Con el fin de impulsar el comercio electrónico, los proveedores de servicios en línea y tiendas están ofreciendo nuevas opciones de pago para atraer clientes desconfiados y a los clientes que no tienen una cuenta bancaria o tarjeta.

