



La idea consiste en no enfocar la estrategia de la empresa en términos geográficos sino en términos socio-demográficos.

Nuevas tendencias en los mercados globales

Ahora que las economías emergentes se desaceleran resulta más importante que nunca identificar segmentos del mercado que no paran de crecer. La idea consiste en no enfocar la estrategia de la empresa en términos geográficos sino en términos socio-demográficos. ¿Cuáles son esos segmentos que crecen y ofrecen oportunidades importantes para la empresa? La segunda edición de mi libro con Emilio Ontiveros, *Global Turning Points*, ofrece respuestas precisas a esa pregunta.

En primer lugar, consideremos la edad como variable de segmentación. Si empleamos este criterio, nos encontramos con dos segmentos muy atractivos: la generación del milenio y el grupo de los mayores de 60 años. El número de consumidores con edades comprendidas entre los 15 y los 35 años continúa creciendo. Se trata de un colectivo con patrones de consumo diferenciados, para los que el canal digital, las redes sociales, y el factor conveniencia son vitales. Es importante tener en cuenta que en el año 2030 el segmento entre 15 y 35 años será más o menos del mismo tamaño que en la actualidad, debido a la caída de la natalidad. En Europa Occidental, por ejemplo, habrá en 2030 un 7 por ciento

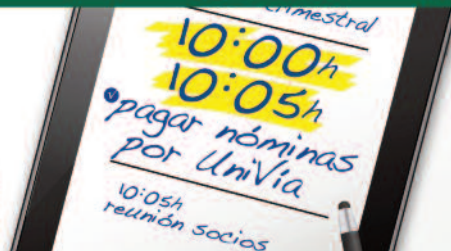
menos personas en ese grupo de edad, y en Europa del Este un 14 por ciento menos. La mayor caída se verificará en China (un 24 por ciento menos). Mientras tanto, este segmento será un 7 por ciento mayor que hoy en día en India y un 49 por ciento mayor en África Subsahariana. Se trata, por tanto, de un segmento que continuará siendo importante y en el que merece concentrar la atención.

El grupo de los mayores de 60 años va a ser en 2030 casi un 56 por ciento mayor que hoy en día. Cada año tenemos en el mundo 30 millones adicionales de personas en este segmento, que crece rápidamente en todas regiones y países del mundo, pero sobre todo en Asia, Iberoamérica e incluso África, dado que en Europa y en China ya viene expandiéndose desde hace dos décadas. Desde mi punto de vista, el atractivo fundamental de este segmento consiste en el deseo de la gran mayoría de personas de edad superior a los 60 años de mantener su calidad de vida. Por tanto, sectores como la salud, los servicios de cuidado personal, y el ocio serán fundamentales. Pero también todo lo tecnológico, dado el potencial que ofrece a la hora de mantener o aumentar la calidad de vida. Por ejemplo, la robótica experimentará un creci-

MAURO F. GUILLÉN es director del Lauder Institute y catedrático de Dirección Internacional de la Empresa en la Wharton School, así como miembro del Consejo Académico de Afi Escuela de Finanzas Aplicadas.
E-mail: guillen@wharton.upenn.edu

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10, 12. 28007 Málaga. Inscrita 8.ª. de Málaga. Tomo 4.952. Libro 3.859. Sección 8. Hoja 1.ª. M-4.111.580. Folio 1.ª. Inscripción 1.ª. CLT. A93139053.



SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para **ahorrar en su empresa**: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de **UniVia** y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

www.unicajas.es 901 111 133 - 952 076 224



miento rápido en todo lo que concierne a la ayuda para realizar tareas domésticas, tales como levantar pesos. Y también los automóviles sin conductor tendrán gran acogida de tal manera que los mayores de 60 o de 70 años disfruten de la movilidad a la que están acostumbrados.

Consideremos ahora el género. Durante los últimos 50 años se ha producido un cambio social y cultural fundamental en cuanto al papel de la mujer en el mercado de trabajo. Las estadísticas indican que un 40 por ciento de los millonarios del mundo son mujeres, una proporción que continúa creciendo. En general, las oportunidades laborales de las mujeres y su poder adquisitivo continúan aumentando en prácticamente todos los países del mundo. Esta tendencia significa que muchos sectores de la economía van a tener que ajustarse a las características de la demanda procedente de las mujeres. Si bien es cierto

que se producirán algunos cambios importantes en el consumo de bienes tangibles, el mayor impacto se dejará sentir en los sectores de servicios. Las mujeres son más proclives a gastar dinero en servicios de salud y de educación, y en seguros. Además, no solamente gastan dinero para ellas mismas sino también para sus padres, hijos y nietos.

Vemos por tanto que los nuevos mercados emergentes en la economía global no se definen necesariamente en términos geográficos. Los cambios sociales y demográficos crean oportunidades de negocio en segmentos muy específicos, que están creciendo a ritmos acelerados. Ninguna empresa puede ignorar al grupo de edad entre 15 y 35 años, pero tampoco a los mayores de 60. A medida que aumenta el poder adquisitivo de las mujeres, también resulta esencial adaptarse a sus necesidades. Estos son algunos de los mercados emergentes del futuro ::

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10,
12. 28007 Málaga. Inscripción 8.ª de Málaga.
Tomo 4.952 Libro 3.859, Sección 8. Hipotecas
M.A. 111580, Folio 1. Inscripción 1.ª CLH
A93139053.

Trimestral

10:00h

10:05h

• pagar nóminas por UniVia

10:05h

reunión socios

SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para **ahorrar en su empresa**: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de **UniVia** y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

Unicaja

www.unicaja.es 901 111 133 - 952 076 224

22 EMPRESA GLOBAL JUNIO 2016