



---

## Comunicado de Prensa

Fecha:	Martes 14 de febrero de 2012
Contactos	Miriam Arrocha, PwC Interaméricas Tel: +507 206 9232 e-mail: <a href="mailto:miriam.arrocha@pa.pwc.com">miriam.arrocha@pa.pwc.com</a>
	Michelle Muñoz, PwC Interaméricas Tel: +507 206 9200 ext. 1501 e-mail: <a href="mailto:michelle.munoz@pa.pwc.com">michelle.munoz@pa.pwc.com</a>
Páginas	3

---

## La Clase Media Emergente Global (GEM) es el próximo gran mercado, dice PwC

*Globalmente se espera que este segmento exceda los USD 6 trillones para el año 2021*

**14 febrero de 2012:** Globalmente, los negocios están enfocándose en las naciones de “Los Sigüientes 4 Mil Millones” para crecimiento, especialmente dada la baja en crecimiento en las economías maduras. En este grupo, el cual incluye India, China, Indonesia, partes de África y Latinoamérica, es donde residen más de 4 mil millones de personas de las 7 mil millones que existen en el mundo.

En estos mercados los negocios se han enfocado tradicionalmente en las clases media y media-alta.

Pero la siguiente gran oportunidad vendrá de la Clase Media Emergente Global (GEM, por sus siglas en inglés) que se encuentra justo por debajo del segmento de ingresos medios, de acuerdo con el nuevo reporte de PwC titulado “Estrategias rentables de crecimiento para la Clase Media Emergente Global – *Aprendiendo de los mercados de los Sigüientes 4 Mil Millones*”.

Este mercado ya supone 2.3 mil millones de personas globalmente y está creciendo rápidamente a medida que más gente sale de la pobreza. El reporte demuestra que para el año 2021, este mercado representará globalmente un poder adquisitivo anual mayor a USD 6 trillones. En India solamente, se espera que cruce el umbral de USD 1 trillón en 2021. Las compañías que buscan crecer no pueden darse el lujo de ignorar la oportunidad que ofrece este segmento medio emergente, sino que debe innovar para satisfacer los requerimientos de los clientes y servirles de manera provechosa.



Tony Poulter, líder de Consultoría Global de PwC dijo:

“La investigación muestra que una vez la compañía se ha establecido en la Clase Media Emergente, los clientes le serán fieles a medida que continúan incrementando sus ingresos. Las compañías también pueden utilizar las capacidades que han desarrollado en la Clase Media Emergente de un país para competir en otros mercados de los Próximos 4 Mil Millones con segmentos similares”.

“Las innovaciones desarrolladas en países de los Próximos 4 Mil Millones también pueden ser exportadas a economías maduras para incentivar el crecimiento e incrementar la eficiencia. Muchas compañías tendrán que unirse a este sector de creciente importancia durante la próxima década”.

PwC condujo entrevistas exhaustivas con un número de directores y líderes de grandes sociedades, así como también a organizaciones base y expertos en innovación. Adicionalmente, un estudio estructurado del consumidor también se condujo con individuos y familias de la Clase Media Emergente para desarrollar un entendimiento profundo de sus necesidades y exigencias. De acuerdo con el reporte, las compañías que buscan éxito en este ambiente tan exigente deben considerar tres factores importantes:

**Propuesta rentable:** Tienen que desarrollar un mejorado entendimiento de las aspiraciones de los clientes en este segmento y de lo que están dispuestos a negociar, y desarrollar soluciones para satisfacer estas necesidades. Aunque el bajo costo es importante, la solución debe ubicarse más allá del bajo costo. Las compañías deben también diseñar productos “plataforma” que puedan adecuarse para complacer a la amplia diversidad de los GEM.

**Modelos de negocios innovadores:** Las compañías necesitan modelos y procesos de negocios innovadores para abordar este mercado rentablemente, para superar debilidades y brechas institucionales en todo, desde sistemas crediticios hasta cadenas de abastecimiento. El reporte argumenta que mientras que el alcance basado en tecnología inteligente es esencial para penetrar este mercado, los negocios deben seguir enfocándose en intervenciones *offline* y en alcanzar niveles de escala desde el principio.

**Cambio en la mentalidad:** Las compañías necesitan ajustar tanto su enfoque externo al mercado como el interno. Muchas veces esto requiere de una fuerte presencia de liderazgo, un enfoque audaz que busque soluciones disruptivas, y una disposición para adoptar nuevos valores, y métricos para impulsar el crecimiento y medir el éxito.



### **Sobre la red de PwC**

Las firmas PwC ayudan a las organizaciones e individuos a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas con 169,000 personas en más de 158 países, comprometidos a brindar calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría. Díganos qué es importante para usted y encuentre más información visitándonos en **[www.pwc.com/interamericas](http://www.pwc.com/interamericas)**

© 2012 PwC. Todos los derechos reservados. PwC se refiere a la red de PwC y/o una o más de sus firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legalmente separada. Ver **[www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)** para más detalles.

Este contenido es para propósitos de información general, y no debe ser usado como sustituto para consultas con asesores profesionales.