Investigación de Mercados Internacionales

Erlendy Ibarbo Perlaza

Mg. En Creación de Empresas

Esp. Gerencia de Marketing Estratégico

???...lu

DIMENSIONES CLAVES



ASPECTOS ECONÓMICOS

Ingreso per cápita
Poder adquisitivo
Inflación
Nivel de desarrollo

Banco Mundial: Datos
GapMinder para datos, gráficos y comparaciones

ASPECTOS CULTURALES

- Valores y creencias
- Religión y tradiciones
- Simbolos Culturales









..



Aspecto Cultural	Japón	Arabia Saudita	Estados Unidos
Valores culturales dominantes	Cultura de respeto, jerarquía y armonía social	Fuerte influencia religiosa (islam) y normas sociales conservadoras	Individualismo y énfasis en la libertad personal
Preferencias de consumo	Alta valoración por la calidad, precisión y perfección en los productos	Consumo asociado al estatus social y al prestigio	Alto consumo y orientación a la conveniencia
Comportamiento del consumidor	Consumidores muy detallistas que analizan cuidadosamente los productos	Preferencia por marcas que reflejen prestigio y tradición	Consumidores abiertos a probar nuevas marcas y tendencias
Influencia cultural en marketing	Marketing basado en confianza, reputación y relaciones a largo plazo	Restricciones publicitarias por normas religiosas y culturales	Marketing emocional y orientado a experiencias
Tradición vs. innovación	Respeto por la tradición, aunque con alta tecnología	Gran importancia de la tradición y valores culturales	Fuerte preferencia por innovación y novedades

ASPECTOS SOCIALES

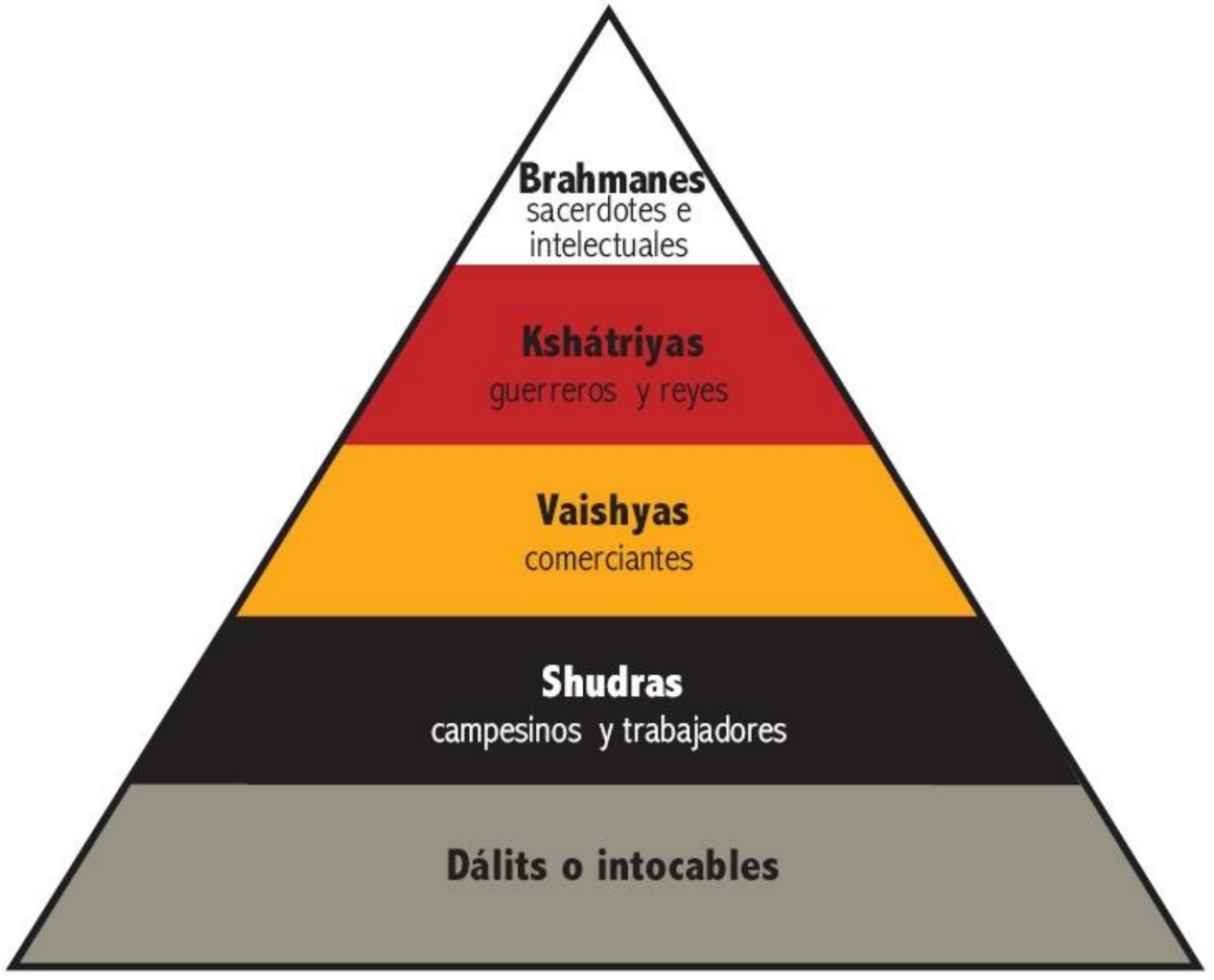
- Estructura Social
- Educación
- Estilos de Vida
- Roles familiares

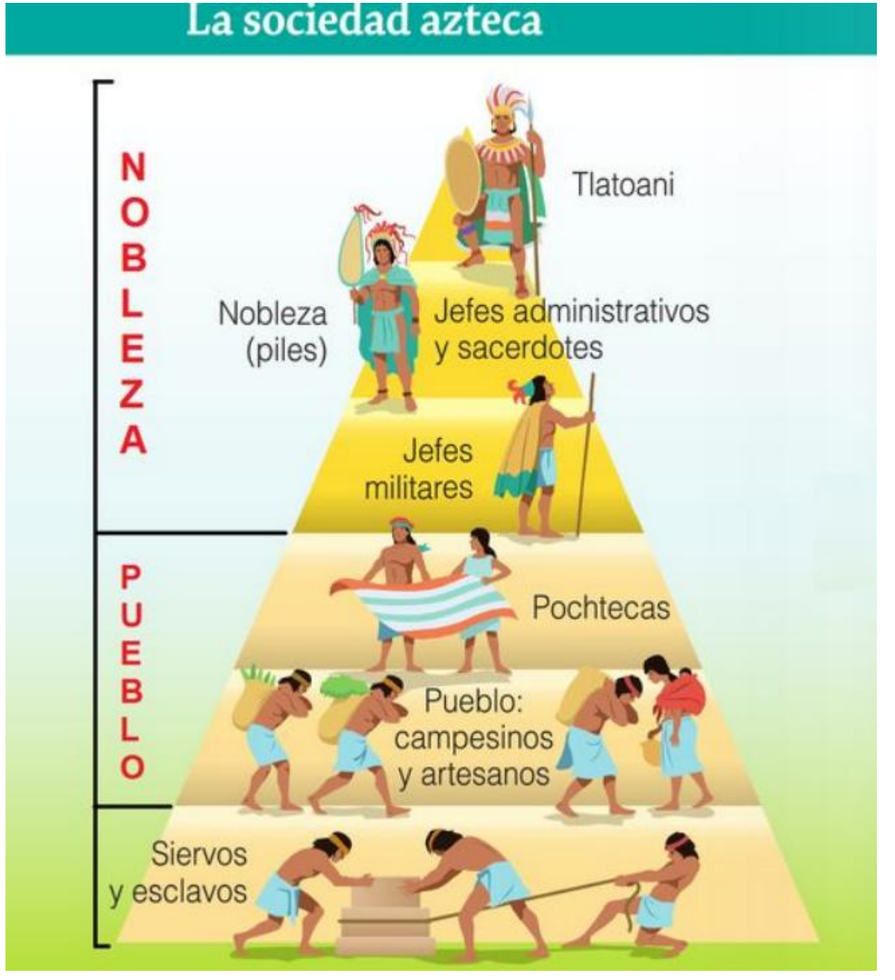


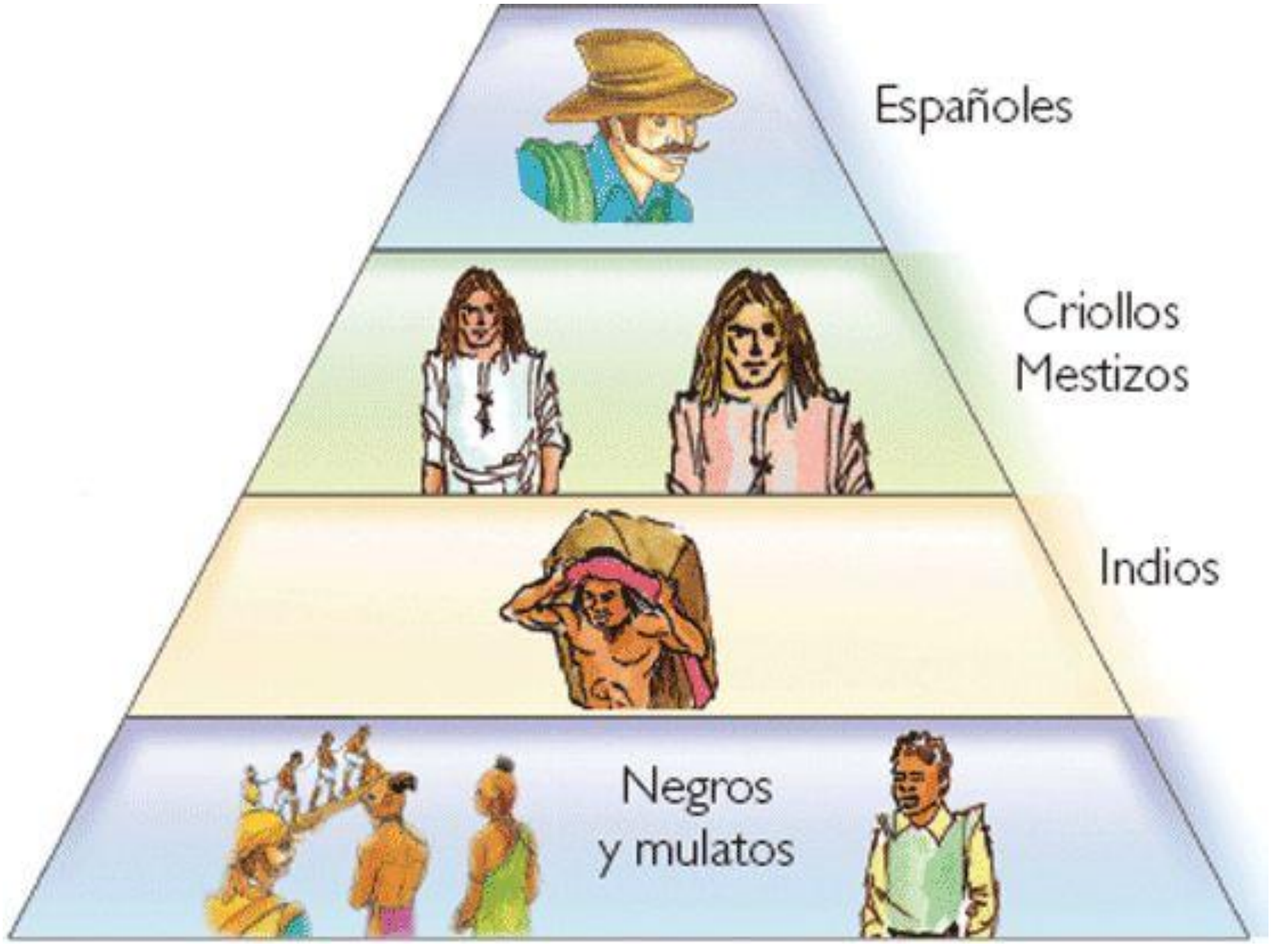


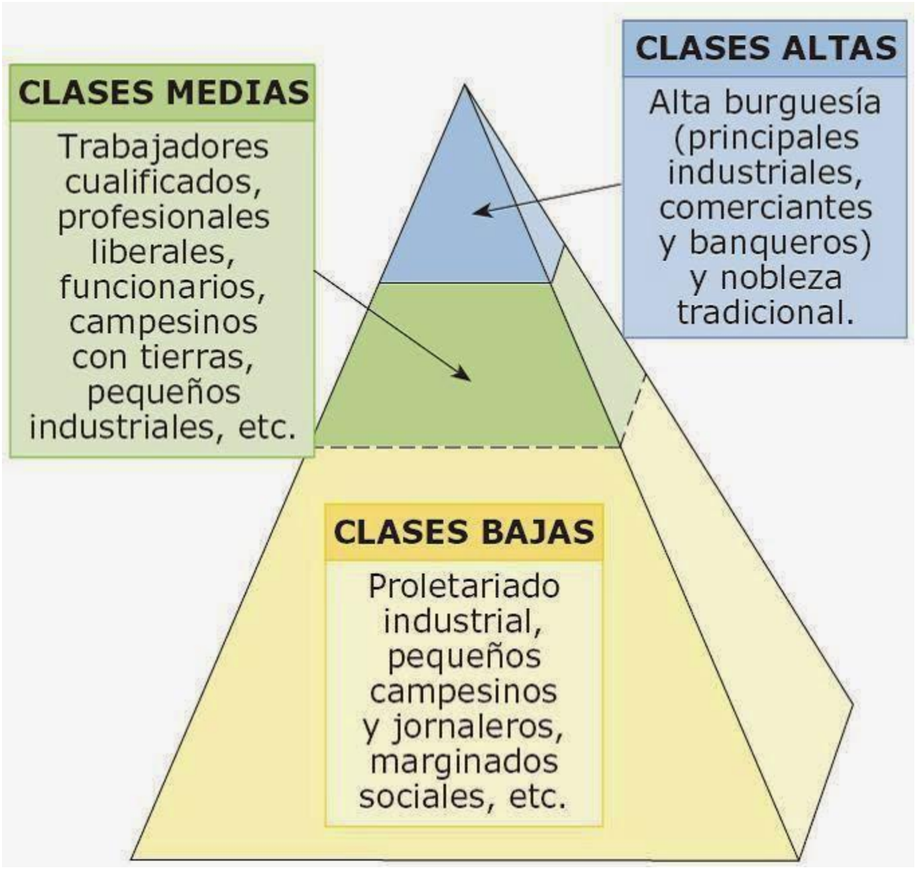




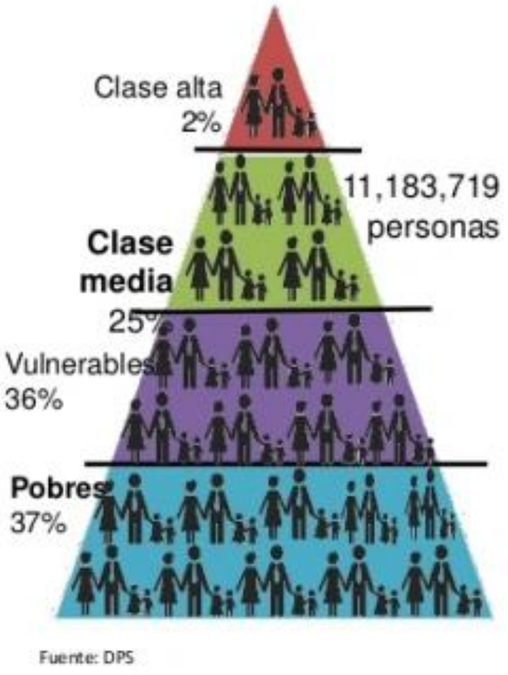

Brahmanes
sacerdotes e intelectuales
Kshátriyas
guerreros y reyes
Vaishyas
comerciantes
Shudras
campesinos y trabajadores
Dálits o intocables


La sociedad azteca
NOBLEZA
PUEBLO
Tlatoani
Nobleza (piles)
Jefes administrativos y sacerdotes
Jefes militares
Pochtecas
Pueblo: campesinos y artesanos
Siervos y esclavos


Españoles
Criollos
Mestizos
Indios
Negros
y mulatos

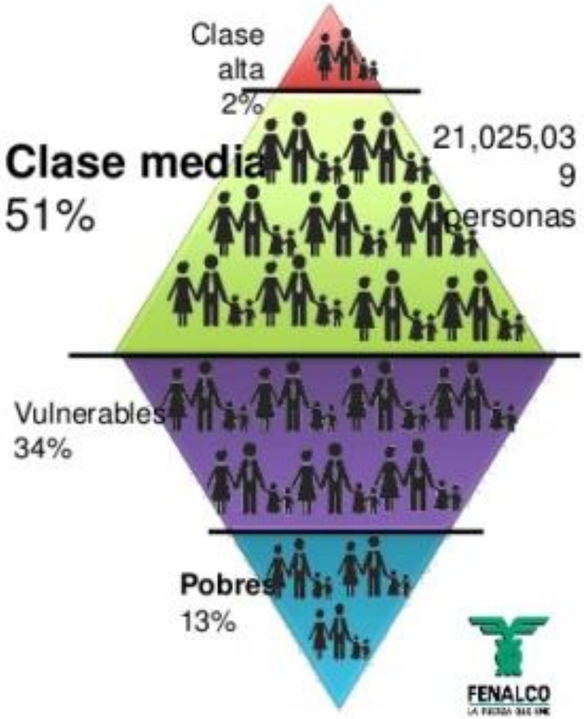

CLASES ALTAS
Alta burguesía (principales industriales, comerciantes y banqueros) y nobleza tradicional.
CLASES MEDIAS
Trabajadores cualificados, profesionales liberales, funcionarios, campesinos con tierras, pequeños industriales, etc.
CLASES BAJAS
Proletariado industrial, pequeños campesinos y jornaleros, marginados sociales, etc.

Colombia 2010



Fuente: DPS

Colombia 2020



FENALCO



ASPECTOS ECONOMICOS

Ingreso per capita

Nivel de desarrollo

Gini









GapMinder: Ver

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!