

CAMBIO DEMOGRÁFICO Y TENDENCIAS DE CONSUMO, EL CASO DE GUANAJUATO

Mendoza Vega Moisés (1) Vega Macías Héctor Daniel (2)

1 [Licenciatura en Mercadotecnia, Universidad de Guanajuato] | [engineermv1@gmail.com]

2 [Departamento de Estudios Culturales, Demográficos y Políticos, División de Ciencias Sociales y Administrativas, Campus Celaya – Salvatierra, Universidad de Guanajuato] | [daniel.vm@ugto.mx]

Resumen

Introducción. Para el marketing el ambiente representado por las empresas, clientes y competidores, se encuentra inmerso en un entorno mucho más amplio en el que interactúan factores económicos, culturales, políticos y demográficos, por mencionar algunos. Entre ellos, los factores demográficos resultan indispensables para anticipar y evaluar a las poblaciones que se encuentran en plena transición demográfica. Esto significa conocer las implicaciones con intención de otorgar un análisis del consumidor y, por ende, determinar planes estratégicos de las empresas. **Materiales y métodos.** Al ser una investigación de naturaleza cuantitativa los datos son dirigidos a un análisis estadístico con base en información otorgada por organismos especializados, para así consolidar un panorama específico para el Estado de Guanajuato. **Resultados y discusión.** El envejecimiento poblacional es un fenómeno inminente para la población guanajuatense, para ello las organizaciones, sin importar su tamaño, deben considerar los cambios necesarios con la intención de satisfacer correctamente las necesidades de una población mayor. **Conclusiones.** Lograr un cambio significativo en las tendencias de consumo para los próximos años es una actitud indispensable que permitirá fructificar los recursos en el futuro, otorgando no solo valor a los productos y servicios, si no a los consumidores.

Abstract

Introduction. For marketing, the environment represented by companies, clients and competitors, is immersed in a much wider context in which economic, cultural, political and demographic factors, to name a few, play along. Among them, demographic factors are essential for anticipating and evaluating populations in the midst of a demographic transition. This implies knowing the scope with intention to grant a consumer analysis and, therefore, to determine strategic plans of the companies. **Materials and Methods.** Being a research of a quantitative nature the data is directed to a statistical analysis based on data banks granted by specialized agencies, in order to consolidate specific information for the State of Guanajuato. **Results and discussion.** Population aging is an imminent phenomenon for the Guanajuato population, for that the organizations, regardless of their size must consider the necessary changes with the intention of satisfying correctly the needs of a larger population. **Conclusions.** Achieving a significant change in consumption trends for the next few years is an indispensable attitude that will allow to fructify the resources in the future, giving not only value to products and services, but to consumers.

Palabras Clave

Demografía; Cambio Social; Guanajuato; Mercadotecnia: Mercados emergentes.

INTRODUCCIÓN

El consumidor y las empresas son parte de un microentorno susceptible a modificaciones por sus actividades, pero incluso estos participantes son parte de un ambiente que los supera. El macroentorno se construye por fuerzas con la capacidad de configurar oportunidades y presentar amenazas para las empresas, y en ocasiones los consumidores. Estas fuerzas son de carácter demográfico, económico, natural, tecnológico, político y cultural. De forma específica, la demografía analiza las poblaciones humanas en términos relacionados con su tamaño, densidad, ubicación, edad, género, raza y otro tipo de estadísticas que se convierten en aspectos vitales para el marketing no solo por su potencial para brindar información necesaria para evaluar tendencias y fabricar estrategias de venta, sino por el hecho fundamental que consiste en que los elementos que conforman a un mercado son las poblaciones humanas [1].

El indagar en aspectos relacionados con el consumo de regiones específicas sin evaluar sus características demográficas puede añadir complicaciones en la interpretación de resultados que una investigación puede arrojar. Autores como Porter destacan las características demográficas de una población como causas objetivas y capaces de propiciar la presencia de disminuciones o incrementos en la compra de un producto específico, sin diferenciar el tipo de industria que se encuentre en discusión y considerando que los cambios demográficos son susceptibles a la incertidumbre, hecho que afecta de forma desestabilizante a cualquier participante del mercado [2].

Otro punto importante ligado a los aspectos demográficos es el cambio de necesidades de la población. La demanda de un producto puede disminuir debido a motivos como grupos representativos por edad, ocupación, sexo, aspectos sociológicos, etcétera; cada elemento considerado es parte de una índole capaz de modificar las tendencias de consumo previstas o establecidas para un mercado [2].

Al ser parte de una población los integrantes se convierten en consumidores de los mismos productos y servicios que su grupo genera, esto da paso a una agrupación que forma segmentos y/o

nichos considerando necesidades específicas para cualidades demográficas precisas. Al ser esta la naturaleza del consumo, las grandes organizaciones deben encontrarse en todo momento preparadas para realizar las modificaciones necesarias en sus productos para así cubrir con la mejor disposición las necesidades de servicios y productos de los distintos mercados existentes en una región [3].

En el caso específico del mercado mexicano el número de compañías existentes en el territorio crece de forma constante y saludable. Desafortunadamente no todas las empresas son capaces de comercializar en la superficie nacional total, esto se debe a su tamaño, recursos, entre otros [4].

Esta desventaja no significa que las empresas frenen su actividad o esfuerzos mercadológicos, es aquí donde la segmentación geográfica puede combinarse con una distribución demográfica regional, así, las empresas que comercializan sus productos en un número limitado de regiones pueden elaborar mezclas de marketing distintivas para cada región. Para ello es importante considerar la segmentación en relación al tamaño de la ciudad o concentración demográfica, lo que significa seguir una distribución urbana, suburbana o regional [5].

En términos demográficos México es un país con una situación particular, su población envejece a un ritmo acelerado. Sin dejar de considerar que una creciente esperanza de vida es un reflejo positivo de un México cada vez más moderno, gran parte de los ciudadanos que se encuentran en la población anciana del país es pobre, tomando en cuenta datos de CONAPO, Consejo Nacional de Población, donde el indicador para esta referencia es la canasta básica de alimentos. Desde 2008 México es uno de los países con una de las poblaciones con mayor crecimiento en su grupo de la tercera edad, personas de 65 años. Las estadísticas indican que para el año 2040 este grupo conformará el 15.5% de la población nacional, [6].

En lo que respecta a la movilidad migratoria, Guanajuato es el segundo lugar en emigración a un nivel nacional, todo esto considerando el Índice de Intensidad Migratoria. Para un comportamiento como este, que incluye las variables de la dinámica demográfica, el Estado de Guanajuato

contribuye de forma considerable a la disminución de intensidad en el crecimiento de la población, así como en el envejecimiento de los grupos conformados por edades compartidas [7].

En México para el año 2012 un total de 81 millones de personas habita una zona urbana, esto representa un total del 72.3% de la población nacional. Tomando esto en consideración, México se define como un país con un futuro predominantemente urbano [8].

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación es de una naturaleza cuantitativa, la cual Malhotra define como el método para "... cuantificar datos dirigidos a la aplicación de algún tipo de análisis estadístico" [9].

Para lograr esta exploración son consideradas como fuentes principales las proyecciones de la población para el Estado de Guanajuato y sus municipios realizadas por el CONAPO, así como los datos arrojados por los últimos registros censales llevados a cabo por INEGI y la última encuesta intercensal realizada en 2015.

Es importante recalcar que el enfoque del presente artículo intenta resaltar algunas de las propiedades demográficas representativas del Estado de Guanajuato. Para poder lograr esta perspectiva distintas bases de datos enfocadas de forma precisa a proyecciones poblacionales otorgan una ventana que permite concebir un panorama acertado para las décadas incluidas hasta alcanzar el año 2030.

El procedimiento general empleado por el CONAPO consiste en proyectar con variables demográficas estimadas poblaciones censales a una sola fecha, esto resulta en un conjunto de estimaciones de la población para cada sexo por edad en la fecha determinada. Para ello, un procedimiento de cinco pasos es fundamental. El primero de ellos consiste en un traslado de las poblaciones para el último censo realizado, esto incluye una recopilación de los últimos datos registrados por un censo poblacional. El segundo paso consiste en seleccionar valores únicos para cada sexo y edad por entidad federativa, únicos datos importantes para la proyección. El tercer paso es llevar a cabo una retroproyección con el censo poblacional anterior, tomando la fecha del

censo pasado como una referencia inicial. Para el cuarto paso se selecciona la fecha deseada para la proyección considerando una reestimación de la fecundidad registrada en el censo anterior. Por último, en el quinto paso, la estimación para la fecundidad es realizada para así obtener la proyección deseada [10].

Una vez considerados los elementos indicados para realizar un análisis demográfico se revisó la literatura existente con la intención de complementar el eje estadístico del artículo con las tendencias de consumo observadas en las poblaciones incluidas en el análisis.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Guanajuato es un Estado en un cambio constante, ya sea por su potencial industrial o su siempre aludida privilegiada ubicación geográfica. Aunque estas son características importantes para el desarrollo de la región, el futuro de su población también lo es. Existen cuatro factores capaces de afectar la demografía de una población, mortalidad, fecundidad, migración interna e internacional.

Cada uno de estos factores juega un papel fundamental en la dinámica demográfica. Al ser elementos inherentes a una población en un cambio constante estos se modifican con ella, anticipando posibles situaciones que delimitan el futuro las poblaciones y en este caso, las posibles tendencias de consumo que pueden surgir al experimentar modificaciones en el entorno que una población crea con su crecimiento.

En lo que respecta a los temas relacionados con migración la tasa bruta se encuentra en descenso y no necesariamente por una mejora considerable en las actividades económicas del Estado, si no por un proceso de envejecimiento que ha comenzado a agudizarse en cada una de las entidades federativas que conforman a la República [11].

En Guanajuato, León, Irapuato y Celaya tienen las poblacionales más cuantiosas, juntos concentran el 45.2% de los residentes en el Estado. Por otra parte, Purísima del Rincón, León y Silao de la Victoria reportan los valores más elevados en tasas de crecimiento registradas en la región; en el caso de tasas negativas de crecimiento Yuriria y

Jerécuaro son los mejores representantes. De acuerdo a los registros en los últimos años, Guanajuato sigue una tendencia de urbanización considerable, más del 61.4% de la población guanajuatense reside en localidades de 15,000 o más pobladores en el año 2015. Para este mismo año la proporción infantil de la población en Guanajuato disminuye en relación a registros anteriores, 28.9% representa a la población menor de 15 años, mientras que aquellos considerados como población económicamente activa o en edad laboral, representan 64.5%, población conformada por ciudadanos entre los 15 y 64 años, dejando a la población en edad avanzada con un 6.6% del grupo total. A pesar de contar con un aumento en el grupo de adultos mayores la población del Estado se mantiene joven, tomando en cuenta los registros para el año 2015, la edad media en Guanajuato indica 26 años de edad [12].

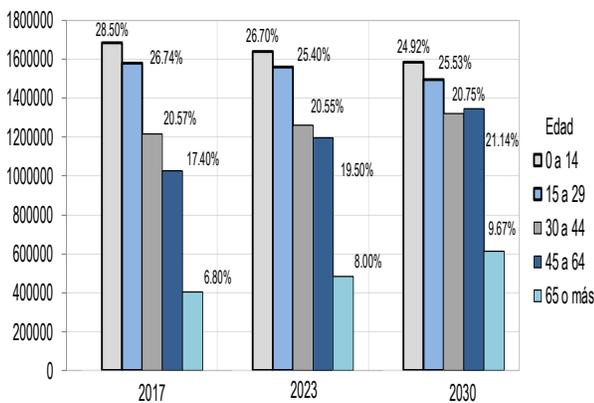


GRÁFICO 1. Proyección poblacional por curso de edad para el Estado de Guanajuato, 2017, 2023, 2030. Fuente: elaboración propia con base en CONAPO. Proyecciones poblacionales por Entidad Federativa, 2010 – 2030.

De acuerdo a la encuesta intercensal realizada por el INEGI en el año 2015, Guanajuato cuenta con 5.8 millones de habitantes ubicando a la mitad de la población por debajo de los 26 años, representando casi tres millones de los habitantes en el Estado, cifra que comparada con la proyección otorgada por el CONAPO para el año en curso refleja un total de 5.9 millones pobladores en la región, brindando una diferencia de 55 mil nuevos habitantes desde el 2015 al 2017. Estos datos que pueden corroborarse en la gráfica 2, *pirámide poblacional del Estado de Guanajuato, 2015*, en la gráfica puede observarse la

distribución poblacional segregada por edad y sexo.

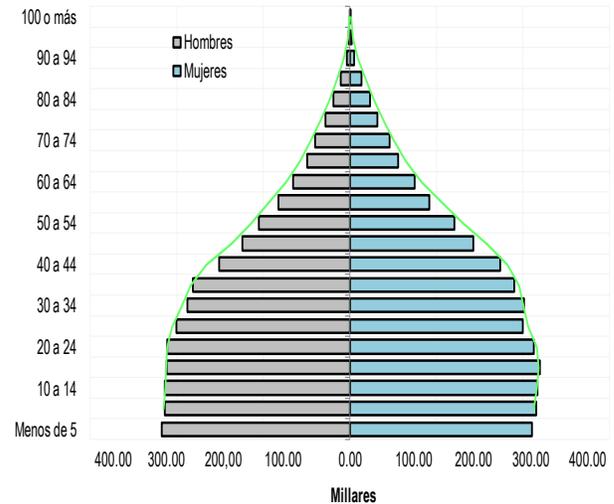


GRÁFICO 2. Pirámide poblacional del Estado de Guanajuato, 2015. Fuente: elaboración propia con base en INEGI. Encuesta intercensal, 2015.

Datos como los anteriores resaltan el panorama demográfico de Guanajuato, anunciando una imagen clara de cómo su dinámica social ha sido modificada. Tomando en cuenta la información que coincide con estimaciones propuestas por el CONAPO donde para el año 2030 se visualiza que del total de la población guanajuatense un 9.67% se encontrará en el grupo etario de entre 65 años o más.

Por otro lado, las proyecciones consideradas confirman un envejecimiento que llevará a las grades organizaciones a modificar las estrategias de marketing dirigidas por años a una población juvenil a un grupo de consumidores de mayor edad.

Guanajuato pasará de contar en 2017 con un total de 5.9 millones a 6.3 millones habitantes en 2030, esto representa un crecimiento de 452 mil nuevos pobladores en tan solo trece años.

En lo que respecta a los datos relacionados con el crecimiento poblacional anual en el Estado la información puede encontrarse en la gráfica 3, *proyección poblacional para el Estado de Guanajuato, años 2017 – 2030*, donde una línea de tendencia indica el crecimiento poblacional estatal de forma anual.

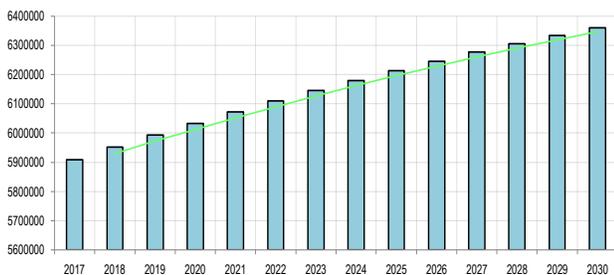


GRÁFICO 3. Proyección poblacional para el Estado de Guanajuato, 2017 - 2030. Fuente: elaboración propia con base en CONAPO. Proyecciones poblacionales por Entidad Federativa, 2010 – 2030.

CONCLUSIONES

Uno de los principales objetivos de este artículo fue brindar una aproximación al futuro demográfico de Guanajuato. Su importancia reside en otorgar una compilación que permita entregar los elementos básicos para ampliar y reconocer las tendencias de consumo dominantes en la región. Es importante recalcar que una de las principales limitaciones de este artículo es su primera aproximación a la situación demográfica en Guanajuato, sin embargo, al considerarlo como un paso que se añade en la contribución al panorama demográfico del Estado puede funcionar como un elemento capaz de brindar una propuesta para las circunstancias que se avecinan en un futuro.

En lo que respecta al creciente crecimiento en la demanda de servicios funerarios, la explosión de los centros de retiro dirigidos a la población de adultos mayores y el repentino incremento en la promoción relacionada con servicios médicos son algunos indicios de las tendencias para los próximos años.

En cuanto a los pronósticos para las necesidades del consumidor mayor propuestas por la agencia de consultoría *ATKearney* se puede contar con 3 hipótesis para enfrentar el envejecimiento poblacional en términos de consumo. La primera de ellas es la *inclusión*, la cual se puede lograr con un acercamiento táctico y específico, un punto de vista amplio que permita analizar todas las posibilidades para así comprometer nuestras marcas con todos los consumidores sin excepción. La segunda hipótesis se encuentra asociada con el *rediseño social*, un rediseño que permite

considerar las necesidades de los consumidores mayores como algo fundamental y no como un enfoque secundario. Por último encontramos el *valor*, no para los productos, si no para las actividades que la población mayor aún es capaz de realizar. Un cambio demográfico radical en los próximos años es inminente, la preparación para ello se encuentra al alcance de todas las organizaciones dispuestas tomar la iniciativa y así satisfacer a la población mayor con un enfoque fresco y distinto, incluyente y valioso, [13].

REFERENCIAS

- [1] Armstrong, G., Kotler, P. (2013) Fundamentos de Marketing. México: Pearson.
- [2] Porter, M. (2008). Estrategia competitiva. México: Grupo Editorial Patria.
- [3] Fischer, L., Espejo, J. (2011) Mercadotecnia. México: Mc Graw-Hill.
- [4] Carriedo, C. (2017). Pymes mexicanas y su estrategia para 2017. Recuperado el 11 de julio de: <https://www.forbes.com.mx/>
- [5] Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. México: McGraw-Hill.
- [6] Aguila, E., Díaz, C., Fu, M., Pierson, A. (2011) Envejecer en México. Condiciones de vida y Salud. México: Rand.
- [7] Vega, D., Contreras, R. (2013) Población, territorio y educación en la región Celaya – Salvatierra. (Ed.) Estudios culturales, demográficos y políticos (pp. 70-82). Puebla: ALTRES COSTA-AMIC EDITORES.
- [8] CONAPO (Consejo Nacional de Población) (2012). Catálogo. Sistema Urbano Nacional 2012. CONAPO: México.
- [9] Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercados. Un enfoque práctico. México: Prentice Hall.
- [10] CONAPO (Consejo Nacional de Población) (2012). Documento metodológico: Proyecciones de la población de México 2010 – 2050. CONAPO: México.
- [11] CONAPO (Consejo Nacional de Población) (1999). Proyecciones de la población del Estado de Guanajuato y de sus municipios, 1995-2020. México: CONAPO.
- [12] INEGI (Instituto Nacional de Geografía y Estadística) (2015). Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015, Guanajuato. México: INEGI.
- [13] ATKearney (2013). Understanding the Needs and Consequences of the Ageing Consumer. EUA: CGF.