

# El papel de la geopolítica en la creación de valor de los negocios

## Indicadores que enmarcan la nueva normalidad

**-7.5%**   
 Contracción interanual de la actividad económica en mayo.<sup>1</sup>

**-60.8%**   
 Contracción interanual en actividades vinculadas al turismo.<sup>1</sup>

**3.2y2.5%**   
 Aumento del desempleo y subempleo en el primer trimestre.<sup>2</sup>

**-42.9%**   
 Reducción de la factura petrolera en mayo.<sup>1</sup>

**\$1,235.6 M**   
 Superávit acumulado en el mercado cambiario al 29 de junio.<sup>1</sup>

**3%**   
 Aumento del déficit fiscal.<sup>1</sup>

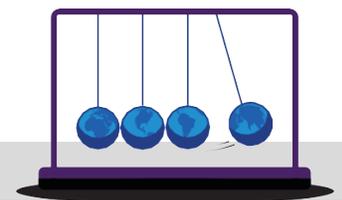
<sup>1</sup>Banco Central de Costa Rica  
<sup>2</sup> Encuesta Continua de Empleo

Los eventos geopolíticos inciden en la creación de valor de las empresas, por lo que deben ser considerados al diseñar y evaluar la estrategia organizacional.



A medida en que las empresas incrementan sus operaciones en mercados globalizados, su exposición al cambiante equilibrio geopolítico aumenta, y al mismo tiempo, ese equilibrio parece cada vez más incierto, tal y como lo han evidenciado los desafíos impuestos por las consecuencias globales del COVID-19.

Con el objetivo de impulsar la creación de valor, además de tomar en cuenta las variables usuales, **las organizaciones también deben estar atentas a los acontecimientos geopolíticos** para detectar disrupciones y oportunidades en su negocio, evaluar temas estratégicos prioritarios para la toma de decisiones y gestionar la implementación de iniciativas estratégicas acordes a la nueva normalidad.



## Contáctenos

**Luis Rivera**  
+(506) 2201-4171  
lgrivera@kpmg.com

**Cristina Gutiérrez**  
+(506) 2201-4130  
cristinagutierrez@kpmg.com

**Silvia Cortés**  
+(506) 2201-4130  
silviacortes@kpmg.com