

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.¹

-60.8%
 Contracción interanual en actividades vinculadas al turismo.¹

3.2y2.5%
 Aumento del desempleo y subempleo en el primer trimestre.²

-42.9%
 Reducción de la factura petrolera en mayo.¹

\$1,235.6 M
 Superávit acumulado en el mercado cambiario al 29 de junio.¹

3%
 Aumento del déficit fiscal.¹

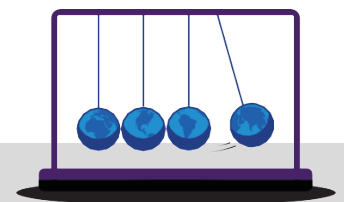
¹Banco Central de Costa Rica
² Encuesta Continua de Empleo

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