

# Tendencias económicas globales: desafíos y oportunidades

**Tendencias económicas** globales han mostrado un crecimiento modesto desde el estallido de la guerra en Ucrania y el repunte de la inflación en 2022. Aunque recientemente han mejorado las perspectivas, el endurecimiento de las condiciones financieras y la persistencia de los riesgos geopolíticos siguen limitando la recuperación global. No obstante, algunas economías emergentes, especialmente en Asia-Pacífico, están posicionadas para mantener sólidas tasas de crecimiento y liderar la expansión económica mundial en 2024 y años posteriores.

Según **Euromonitor**, se espera que cinco países emergentes de **Asia** registren las mayores tasas de crecimiento real del PBI en 2024: India, Filipinas, Vietnam, Indonesia y China.

## Tendencias económicas: India

Se proyecta que la economía de la **India** crezca un 6,7 % en 2024, la tasa más alta entre las principales economías del mundo. Este crecimiento estará impulsado por una inversión fija positiva, sustentada en un gasto público de capital sostenido y en una mejora de la inversión privada. A pesar del desafiante panorama global, las recientes mejoras en el entorno empresarial de la India, las reformas estructurales y la diversificación de las cadenas de suministro mundiales son los principales motores de esta sólida trayectoria inversora.

## Tendencias económicas: Filipinas

En **Filipinas**, se espera que el crecimiento económico se acelere en 2024, gracias a una mayor inversión pública y a la

mejora de las exportaciones y la demanda interna, en un contexto de moderación de la inflación. Además, el actual repunte del turismo y la afluencia sostenida de remesas proporcionarán un apoyo adicional al sector de los servicios y al gasto de los hogares. Sin embargo, el impacto de los tipos de interés más altos en 17 años y la posible ralentización de las principales economías avanzadas, junto con las tensiones geopolíticas y los fenómenos meteorológicos extremos, podrían representar presiones inflacionistas y una menor demanda de las exportaciones del país.

## **Tendencias económicas: Vietnam**

En 2024, la expansión económica de **Vietnam** cobrará impulso, con una tasa de crecimiento real del **PBI** que alcanzará el 5,8 %, frente al 4,9 % de 2023. Este crecimiento será impulsado por la demanda sostenida de las exportaciones, la inversión extranjera directa (IED) y la inversión pública en curso. Sin embargo, el modelo de crecimiento basado en las exportaciones lo hace vulnerable a choques externos. A largo plazo, **Vietnam** seguirá siendo un punto en la economía de Asia-Pacífico, con un dinámico sector manufacturero de exportación, una creciente industria tecnológica y una rápida expansión de la clase media.

## **Tendencias económicas: Indonesia**

El crecimiento económico de **Indonesia** en 2023 ha sido impulsado principalmente por un fuerte consumo interno y una sólida inversión pública, un contexto de disminución de las materias primas. Con la nueva administración encabezada por el presidente electo **Prabowo Subianto**, que asumirá el cargo en octubre de 2024, se espera que el enfoque en el desarrollo de infraestructura continúe apoyando el crecimiento económico. A corto y mediano plazo, el repunte de la demanda mundial de productos electrónicos y la reactivación de los flujos de viajes también impulsarán las exportaciones de **Indonesia**. Así,

se espera que la tasa de crecimiento del **PIB** real de **Indonesia** se mantenga estable en torno al 5 %.

## **Tendencias económicas: China**

A pesar de los numerosos desafíos, se prevé que la segunda economía mundial siga registrando una de las tasas de crecimiento más rápidas en 2024. Este incremento será impulsado por la mejora de la actividad industrial y las exportaciones, gracias a la resistencia de la demanda exterior, así como por un mayor gasto público. No obstante, el desplome del sector inmobiliario y la debilidad del consumo privado seguirán limitando la expansión económica de **China** en 2024. Aunque **China** continuará siendo un contribuyente clave al crecimiento económico global, sus perspectivas a largo plazo están amenazadas por el envejecimiento de su población, el bajo crecimiento de la productividad y la desvinculación económica en curso.

Se espera que la región de **Asia-Pacífico**, con sus economías de rápido incremento y mercados de consumo en expansión, represente el 48 % del crecimiento económico mundial en 2024, consolidándose como un motor clave de la economía global y ofreciendo grandes oportunidades para empresas **B2B (business to business)** y **B2C (business to consumer)**.

## **Tendencias en los principales mercados destino**

### **Tendencias económicas: América Latina**

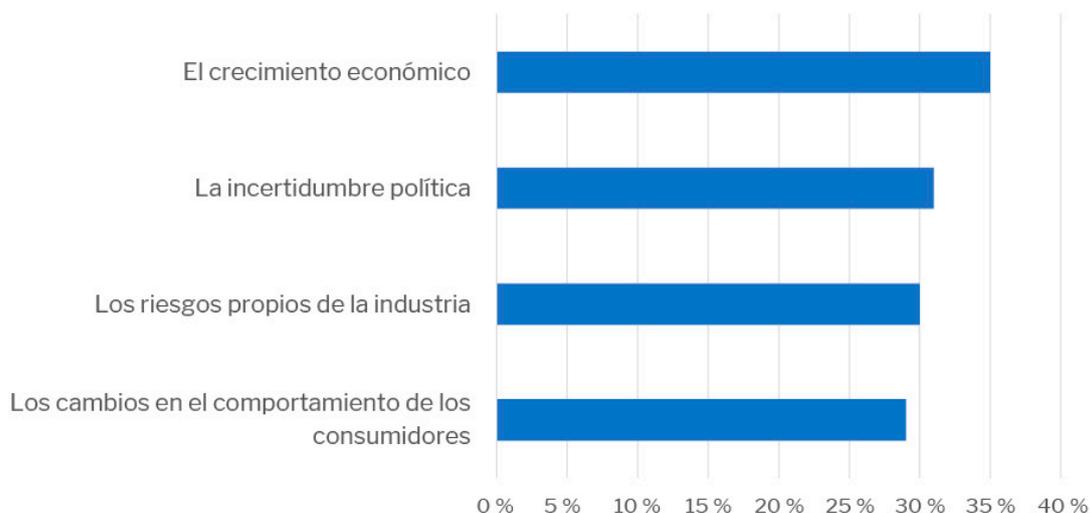
La polarización política será una tendencia de consumo significativa para 2024, reflejando la influencia de las ideologías sociales y políticas en la percepción de las marcas. **América Latina** está marcada por profundas divisiones sociales y económicas. Por ejemplo, las elecciones generales de 2023 en Argentina provocaron protestas masivas y huelgas

debido a las reformas económicas y laborales; un escenario similar se observa en **Venezuela**.

La postura que adopten las marcas en temas sociales y políticos puede crear oportunidades para fomentar la lealtad de los clientes, pero también representa riesgos de desvinculación. De hecho, el 30 % de los consumidores latinoamericanos prefieren marcas que apoyan causas alineadas con sus valores.

Por otro lado, las empresas de Latinoamérica están saliendo de un periodo de desbalances macroeconómicos significativos. Aunque la inflación ha comenzado a ceder, con mayor o menor velocidad en los diferentes países de la región, el dinamismo de los mercados sigue siendo limitado, y las compañías deben encontrar nuevas formas de mantener el crecimiento. Según el estudio “Desafíos y tendencias 2024 para las empresas de Latinoamérica”, las principales preocupaciones externas para las compañías de la región incluyen la desaceleración económica y la incertidumbre geopolítica, tanto local como internacional.

### PRINCIPALES PREOCUPACIONES EXTERNAS PARA LAS COMPAÑÍAS DE LA REGIÓN



Sin embargo, las empresas pueden estar mejor preparadas para enfrentar los vaivenes del mercado, siendo su principal desafío mantener el ritmo de la transformación digital a través de herramientas como la inteligencia artificial. La adopción de estrategias tecnológicas se convierte en un impulsor clave para el crecimiento, las mejoras operativas y la reducción de costos. Así, la tecnología sigue siendo el gran habilitador para que las empresas de la región logren sus objetivos y continúen siendo relevantes en el mercado. El desafío está en cómo utilizarán estas tendencias para resolver los problemas reales de sus organizaciones y lograr una ventaja competitiva que les permita aumentar su producción, incrementar su participación de mercado o extender su operación a nuevas latitudes para competir con empresas que ya actúan en el mercado global.

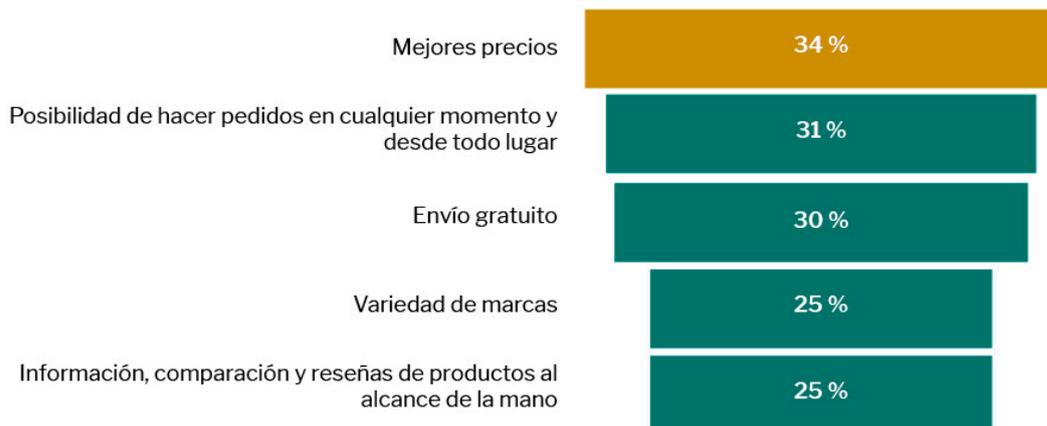
## **Tendencias económica:Asia**

Los consumidores asiáticos, cada vez más conocedores de la tecnología, utilizan plataformas de compra web para obtener visibilidad del valor mediante comparaciones de precios y opiniones en línea antes de realizar sus compras. La tecnología juega un papel transformador en la oferta de una experiencia de compra en línea fluida y en la posibilidad de personalizar la diferenciación de productos.

**Asia-Pacífico** tiene la tasa de ahorro más alta en comparación con otras regiones del mundo, y se espera que aumente hasta el 25,5 % en 2024, según el estudio *"Voice of the Consumer"*. Esto demuestra una actitud más cautelosa y una menor propensión al riesgo entre los consumidores de la región. En medio de las dificultades económicas actuales, los consumidores de Asia-Pacífico se están convirtiendo en *"value hackers"*, es decir, buscan estirar su presupuesto sin sacrificar la calidad, tomando decisiones de consumo más inteligentes. A medida que los consumidores de Asia-Pacífico se vuelvan más conscientes de la relación calidad-precio en 2024, se prevé que esto se

traduzca en un mayor uso de las plataformas digitales, lo que hace que las compras en línea sean cada vez más importantes en el futuro.

## LO QUE BUSCAN LOS CONSUMIDORES DE ASIA-PACÍFICO



Fuente: Euromonitor

Elaboración: Idexcam

Tendencias económicas: lo que buscan los consumidores de Asia-Pacífico.

## Tendencias económica: Europa

En **Europa**, dos tendencias de consumo están influyendo significativamente en el comportamiento de los consumidores: el “*Greenwashed out*” (lavado verde) y el “*Recommerce 2.0*” (recomercio 2.0).

*Greenwashed out*: esta tendencia surge debido a que los consumidores europeos, que han hecho un esfuerzo por vivir de forma más sostenible, están frustrados al ver que la crisis climática sigue agravándose. Además, la persistente inflación en la región ha dado prioridad a la asequibilidad. Los consumidores ahora exigen que las compañías que promueven productos sostenibles lo demuestren con hechos y no solo con afirmaciones publicitarias, permitiendo al consumidor conocer

el verdadero impacto de la sostenibilidad. Según el análisis de **Euromonitor**, ha habido un claro descenso en el porcentaje de consumidores europeos que compran artículos producidos de forma sostenible, desde la **Generación Z** hasta los **baby boomers**.

*Recommerce 2.0*: relacionada con la economía circular, esta tendencia se refiere al crecimiento del mercado de segunda mano, apoyado por los avances tecnológicos que permiten vender y comprar artículos de segunda mano en línea a gran escala.

La **generación Z** es uno de los principales impulsores del gasto en segunda mano en **Europa**, con un 31 % que planea aumentar sus compras de estos artículos.

También se observa un aumento entre las generaciones de más edad que destinan más dinero a este tipo de compra sostenible. En 2020, solo el 14 % de los consumidores de la **Generación X** en Europa tenía intención de comprar más artículos de segunda mano, frente al 23 % en 2024. Una tendencia similar se observa entre los **baby boomers**, que pasan del 11 % en 2020 al 16 % en 2024.

## **Tendencias económicas: Estados Unidos**

Una investigación reciente de Innova Market Insights sobre tendencias de consumo en EE. UU. destaca temas clave de sostenibilidad y ética. Analiza quién debe asumir responsabilidades y cómo los consumidores responden a estas preocupaciones en alimentos y bebidas. Además de qué actitudes tienen en relación con los residuos de envases, el reciclaje, la reutilización y los plásticos.

Los resultados de esta investigación detallan siete tendencias muy marcadas por el consumidor estadounidense:

1. Salud del planeta, una de las principales preocupaciones.
2. Preocupación por el costo de los alimentos y bebidas.

3. La responsabilidad de las empresas con el medio ambiente.
4. El exceso de etiquetas ecológicas y su impacto negativo en el medio ambiente.
5. El reciclaje de envases.
6. La importancia del costo y el valor de la sostenibilidad.
7. El aumento de las comidas a base de plantas, nuevas tecnologías y mayor confianza en estas opciones.

## **Tendencias económicas: conclusión**

En conclusión, el panorama económico global para 2024 es complejo y diverso. Las economías emergentes de Asia-Pacífico, como India, Vietnam, Filipinas, Indonesia y China, liderarán el crecimiento mundial. Sin embargo, este dinamismo económico no está exento de riesgos, como la inestabilidad geopolítica, la desaceleración en mercados desarrollados y la vulnerabilidad a factores externos.

Los mercados de consumo globales muestran tendencias cambiantes. En América Latina hay polarización política; en Asia, destaca la tecnología y el valor; y en Europa y EE. UU., prevalecen las demandas de sostenibilidad y economía circular.

Empresas y consumidores deberán adaptarse constantemente a estos desafíos. Esto implica un enfoque estratégico en innovación tecnológica y un compromiso renovado con la sostenibilidad y responsabilidad social. Con estas estrategias, es posible no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno económico mundial que continúa evolucionando rápidamente.

### **LEER MÁS:**

*Salud: importación de equipos médicos para diagnóstico aumentó*

## Conoce nuestro Tik Tok:

*@camaracomerciolima ¡El sol es la moneda más estable de Sudamérica en lo que va del 2024! ☀️☀️☀️ #camaracomerciolima #viralperu #economia #economiperuana #nuevosol #unnuevosol #tipfinanciero 🎵 Funk It Up – John Etkin-Bell*