

Be the conversation

**10 conversaciones**  
que destacarán en **2024**

**á:**

# ÍNDICE

## *Introducción*

### **Conversaciones sobre Economía**

- México y el nearshoring
- Los ojos del mundo puestos en Argentina

### **Conversaciones sobre Política**

- Reacomodo geopolítico: un año con renovaciones presidenciales
- China: el dragón rojo seguirá avanzando en la región

### **Conversaciones sobre Tecnología**

- No se apagará el brillo de la IA
- Comercio digital: oportunidad dorada

### **Conversaciones sobre Sustentabilidad**

- ¿ASG? Sí, pero buscando un cambio real
- El imperativo de la economía circular

### **Conversaciones sobre Diversidad Generacional**

- Un trabajo, muchas generaciones
- La influencia de ser real

## Introducción

El mundo corre cada día más rápido, sin tener muy claro hacia dónde. También, cada vez es más difícil olvidarse del ruido para centrarse en las conversaciones verdaderamente importantes.

Por ello, **ágora**, la consultora de asuntos públicos y comunicación estratégica de Untold, eleva su propuesta de valor con el lanzamiento de su nuevo informe regional *Be the conversation*, un documento que busca arrojar luz en temas relevantes para América Latina como el *nearshoring*, la inteligencia artificial generativa, el comercio electrónico, el marketing de influencia, entre otros.

**ágora:**



# Introducción



América Latina y el Caribe es una región vibrante, dinámica y diversa; con gran potencial económico, pero también con enormes retos. Es un polo estratégico a nivel global: representa el 7% del Producto Interno Bruto del mundo, según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI). Por lo tanto, es crucial que las personas que ejercen posiciones de liderazgo en la región se centren en las conversaciones relevantes, eliminando el ruido que afecta la comunicación efectiva.

Estos temas no solo delinear las conversaciones del año, sino también ofrecen oportunidades para aquellos que buscan destacarse en medio del bullicio de información que caracteriza nuestra actualidad.

La capacidad de comprender y navegar estos cambios será la clave para sobresalir en el dinámico escenario del 2024 y no ser parte de la conversación, sino ser **La Conversación**.





An aerial photograph of a large, circular plaza in Mexico City, featuring the Angel of Independence monument in the center. The plaza is surrounded by a wide road with traffic, and lush green trees line the sidewalks. The scene is captured from a high angle, looking down at the monument and the surrounding urban environment.

á:

# Conversaciones sobre *Economía*

**10 conversaciones**  
que destacarán en

**2024**



# Conversaciones sobre Economía

## México y el nearshoring

Sin duda “nearshoring” fue la palabra de 2023 en el mundo de los negocios en México. Y lo seguirá siendo durante 2024. Aunque las calificadoras estadounidenses prevén una desaceleración de México y Brasil, las dos principales economías de América Latina, todavía no hay síntomas de algo más grave. Por el contrario, las inversiones de capital extranjero en México continuarán a medida que el nearshoring vaya despegando. Un caso a seguir será la consolidación de la inversión de Tesla, la empresa de autos eléctricos de Elon Musk, en Nuevo León para la construcción de su gigafactory.

El banco estadounidense Citi refiere que “una fuerte ancla para el sólido desempeño más reciente de México han sido las entradas de capital extranjero asociadas con el nearshoring estadounidense. La afluencia impulsó una apreciación del 20% del peso a 16.62 por dólar, antes de estabilizarse alrededor de 17.11, a partir del 23 de noviembre de 2023. A medida que aumenta la incertidumbre electoral antes de las elecciones generales del 2 de junio de 2024, esta tendencia a largo plazo debería, como mínimo, seguir proporcionando un piso bajo el peso”.

\*Imagen generada por IA

á:

La calificadora Fitch también resaltó los beneficios que podría suponer el nearshoring para México durante este año. De acuerdo con la firma, la economía mexicana será impulsada por un incremento de la inversión, un sólido consumo interno, la reducción del desempleo y el incremento de los salarios. “Hemos elevado nuestra previsión de crecimiento para 2024 a 2.4% desde el 1.8% anterior, teniendo en cuenta un mayor remanente de 2023, una desaceleración más moderada de la economía estadounidense y los beneficios de las inversiones de nearshoring”, apunta.



## Conversaciones sobre Economía

### México y el nearshoring

El Atlantic Council destaca que “en 2023 se produjo un fuerte crecimiento de las exportaciones mexicanas a Estados Unidos, gracias en parte a algunos avances en las tendencias de nearshoring. Un aumento en las ventas de productos manufacturados permitió a México superar a China como principal socio comercial manufacturero de Estados Unidos en 2023. **En el futuro, 2024 probablemente tendrá el impulso del año pasado, especialmente porque la nueva inversión extranjera directa, que aumentó un 48% año tras año en 2023, comienza a traducirse en capacidad adicional de fabricación y exportación”.**

**La Cámara de Comercio Internacional (ICC, por sus siglas en inglés) pronosticó que durante 2024 México captará alrededor de 40,000 millones de dólares de inversión extranjera directa (IED) como efecto directo de la relocalización de cadenas de suministro o nearshoring.**

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) refiere que la IED ligada a la relocalización de cadenas productivas en México durante los primeros nueve meses de 2023 creció 47% respecto al mismo periodo de 2022. En contraste, la IED menos relacionada con esa tendencia se redujo (-)27% en el mismo periodo. Aguascalientes, Nuevo León y la CDMX han tenido mayor éxito en la atracción de inversión extranjera por nearshoring. En cambio, en Oaxaca, Veracruz y Jalisco no se está aprovechando este fenómeno.



# Conversaciones sobre Economía

## Los ojos del mundo puestos en Argentina

El ex economista Javier Milei, de la coalición de derecha La Libertad Avanza, ganó las elecciones **presidenciales en Argentina con el 56% de los votos en una segunda vuelta celebrada el 19 de noviembre pasado**. Ese hecho atrajo la mirada del mundo hacia el sur de América Latina. Incluso el propio Elon Musk, considerado una de las personas más ricas del mundo con una fortuna de 251 billones de dólares según la revista *Forbes*, ha mostrado particular interés en las ideas económicas de Milei, entre las que destacan el desmantelamiento de la burocracia y la dolarización de la economía.

Milei asumió un mandato presidencial de cuatro años el 10 de diciembre e inmediatamente después de su toma de posesión implementó cambios de políticas para reformar la economía del país. **Por ejemplo, devaluó el peso argentino en más del 50% para disminuir el déficit fiscal del país y reducir los desequilibrios** macroeconómicos y comerciales, y planea seguir devaluando la moneda un 2% cada mes como parte de su plan de largo plazo para reducir el consumo interno y restablecer el equilibrio macroeconómico.



Para recortar el gasto gubernamental, la administración Milei anunció el despido de **5,000 trabajadores federales al vencimiento de sus contratos** y eliminó 9 de los 18 ministerios del gobierno federal. También anunció recortes a los subsidios de energía y transporte. Aunque Milei se postuló con una plataforma de “ajuste de shock” económico, el ritmo y la amplitud de las reformas postelectorales han provocado protestas entre los argentinos que luchan por pagar los servicios básicos. Sin duda, será una Presidencia a la que se le dará seguimiento desde todo el mundo.



# Conversaciones sobre Economía

Los ojos del mundo **puestos en Argentina**



Milei asumió un mandato presidencial de cuatro años el 10 de diciembre e inmediatamente después de su toma de posesión implementó cambios de políticas para reformar la economía del país. Por ejemplo, devaluó el peso argentino en más del **50% para disminuir el déficit fiscal del país y reducir los desequilibrios macroeconómicos y comerciales**, y planea seguir devaluando la moneda un 2% cada mes como parte de su plan de largo plazo para reducir el consumo interno y restablecer el equilibrio macroeconómico.

Para recortar el gasto gubernamental, la administración Milei anunció el despido de **5,000 trabajadores federales al vencimiento de sus contratos y eliminó 9 de los 18 ministerios del gobierno federal. También anunció recortes a los subsidios de energía y transporte.** Aunque Milei se postuló con una plataforma de “ajuste de shock” económico, el ritmo y la amplitud de las reformas postelectorales han provocado protestas entre los argentinos que luchan por pagar los servicios básicos. Sin duda, será una Presidencia a la que se le dará seguimiento desde todo el mundo.

**Atlantic Council estima que la dolarización de Argentina podría enfrentar muchas trabas.** “Las perspectivas financieras para Argentina muestran preocupaciones sobre los posibles peligros de la dolarización, particularmente debido a los riesgos de devaluación de la moneda y aumento de la carga de la deuda. La adopción del dólar estadounidense también limitaría la capacidad del banco central de Argentina para llevar a cabo una política monetaria independiente, incluida la fijación de tasas de interés y la utilización de otras herramientas monetarias adaptadas a sus condiciones económicas específicas”.

**En tanto, su proyecto conocido como “Ley ómnibus”,** que consiste en un paquete de reformas estructurales en materia tributaria, laboral, penal, energética y electoral, ha generado controversia en la vida pública argentina. Uno de los temas más polémicos que incluye es que el presidente adquiera facultades extraordinarias para decidir en temas económicos, financieros, tarifarios, energéticos o administrativos sin consultar al Congreso. La iniciativa ya ha enfrentado oposición en el Legislativo.





á:

# Conversaciones *sobre Política*

**10 conversaciones**  
que destacarán en

**2024**



# Conversaciones sobre Política

## Reacomodo geopolítico: un año con renovaciones presidenciales

En 2024 cinco países de Latinoamérica (El Salvador, México, Panamá, República Dominicana y Uruguay) y Estados Unidos **elegirán nuevos presidentes, y no cabe duda que ésta será una de las conversaciones que marcarán el año.**

Estados Unidos y México, actualmente los dos socios comerciales más importantes del continente, se juegan la continuidad del proyecto político de Joe Biden y de Andrés Manuel López Obrador, respectivamente. En el primer caso, es el propio Joe Biden quien busca un segundo mandato, y en el segundo es **Claudia Sheinbaum** quien aspira a ser la primera presidenta de México.

De acuerdo con la mayoría de las encuestas, Claudia Sheinbaum, una científica, académica y política de izquierda, se perfila para dar continuidad al proyecto del actual presidente.

La clave en esta contienda será saber qué fuerza política se quedará con la mayoría en el Congreso de la Unión, un Poder clave en México para poder empujar y aprobar las reformas estructurales que promueve el actual presidente, como cambios en el Poder Judicial, en el órgano electoral y en el sistema de pensiones. En ese mismo ámbito está la batalla de la oposición.

\*Imagen generada por IA

á:

”

Un artículo del Centro para América Latina Adrienne Arsht del Atlantic Council destaca que “los gobiernos elegidos en México el 2 de junio y en Estados Unidos el 5 de noviembre serán los encargados de realizar una importante revisión del T-MEC (Tratado México, Estados Unidos y Canadá) prevista para julio de 2026. La prioridad que los líderes de ambos países le den al acuerdo y la visión que adopten sobre la integración determinará la relación comercial de México con sus socios en la región en el futuro”.



# Conversaciones sobre Política

Reacomodo geopolítico: un año con renovaciones presidenciales

Un artículo del Centro para América Latina Adrienne Arsht del Atlantic Council destaca que “los gobiernos elegidos en México el 2 de junio y en Estados Unidos el 5 de noviembre serán los encargados de realizar una importante revisión del T-MEC (Tratado México, Estados Unidos y Canadá) prevista para julio de 2026. La prioridad que los líderes de ambos países le den al acuerdo y la visión que adopten sobre la integración determinará la relación comercial de México con sus socios en la región en el futuro”.

Por otro lado, Nayib Bukele logró la reelección en El Salvador. Pese a que la Constitución de ese país lo prohíbe técnicamente, la Corte Suprema de Justicia aprobó en 2021 una resolución que permitió la reelección presidencial inmediata. Desde finales de diciembre Bukele tenía una licencia de seis meses para contender por el cargo. Su gobierno se ha dado a conocer, principalmente, por la mano dura que ha ejercido para mejorar la seguridad del país, siendo criticada por organismos internacionales debido a la falta de respeto a los derechos humanos.



## En Panamá hay por lo menos 10 candidatos identificados que aspiran a la presidencia,

entre los cuales destaca el expresidente Ricardo Martinelli, que cumplió una condena en Estados Unidos por blanqueo de capitales y tiene juicios pendientes en su propio país. En República Dominicana el actual presidente, Luis Abinader, también busca la reelección y las encuestas muestran que tiene suficiente apoyo para evitar una segunda vuelta. Uruguay votará para presidente en octubre. Hasta ahora, el partido de centro izquierda Frente Amplio lidera las encuestas.

“La guerra comercial entre Estados Unidos y China y los esfuerzos estadounidenses de ‘nearshoring’ han permitido que la cuestión de la supervivencia del acuerdo parezca secundaria. Sin embargo, esta cuestión no se puede esconder bajo la alfombra. **Para mitigar esta situación, México debe trabajar arduamente para crear un entorno económico que brinde mayor certidumbre que la que ofrece el T-MEC** y alentar las inversiones incluso en un contexto donde el acuerdo no garantiza su existencia a largo plazo”, destaca el Atlantic Council.

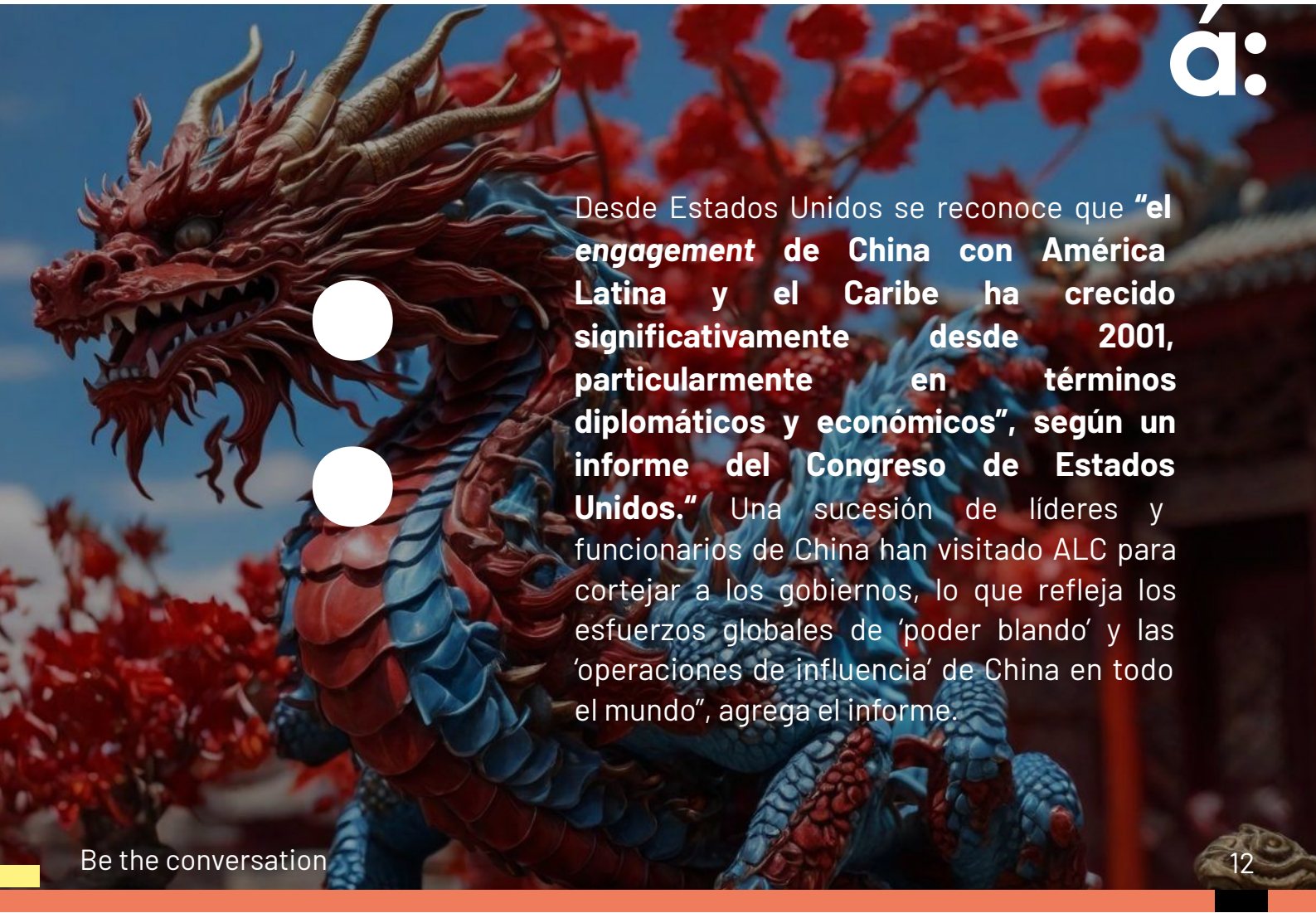


# Conversaciones sobre Política

## China: el dragón rojo seguirá avanzando en la región

**Con el pesar de Estados Unidos, la potencia China seguirá su avance en las economías latinoamericanas.** Esta región es crucial para las dos grandes economías globales que disputan una guerra comercial que ha tensado sus relaciones. América Latina es un mercado con una población enorme, relativamente joven y que tiene un gran margen de crecimiento en la productividad, por lo que es clave para los negocios del mundo. Eso lo sabe muy bien el "gigante rojo", que ha buscado sumar como aliados a distintos países de la región.

**Con el pesar de Estados Unidos, la potencia China seguirá su avance en las economías latinoamericanas.** Esta región es crucial para las dos grandes economías globales que disputan una guerra comercial que ha tensado sus relaciones. América Latina es un mercado con una población enorme, relativamente joven y que tiene un gran margen de crecimiento en la productividad, por lo que es clave para los negocios del mundo. Eso lo sabe muy bien el "gigante rojo", que ha buscado sumar como aliados a distintos países de la región.



Desde Estados Unidos se reconoce que **"el engagement de China con América Latina y el Caribe ha crecido significativamente desde 2001, particularmente en términos diplomáticos y económicos"**, según un informe del Congreso de Estados Unidos." Una sucesión de líderes y funcionarios de China han visitado ALC para cortejar a los gobiernos, lo que refleja los esfuerzos globales de 'poder blando' y las 'operaciones de influencia' de China en todo el mundo", agrega el informe.



# Conversaciones sobre Política

China: el dragón rojo seguirá avanzando en la región

El documento cita números de la base de datos China Global Investment Tracker que colocan las inversiones de **China en la región latinoamericana y del caribe en 143,000 millones de dólares entre 2005 y 2022, con Brasil representando 64,000 millones (45%) y Perú 25,000 millones (17%).** “Los proyectos de energía representaron el 59% de las inversiones y los metales/minería el 24%.

La base de datos también muestra que los proyectos de construcción de China en Latinoamérica desde 2005 hasta mediados de 2022 fueron valorados en 65,000 millones, con proyectos de energía que representan el 49% y el transporte que representa el 31%”.



A close-up photograph of a woman's face, heavily adorned with elaborate makeup. The makeup features intricate gold leaf patterns and blue floral designs, particularly around the eyes and lips. Her eyes are a striking blue, and her lips are painted with a shimmering gold lipstick. The overall aesthetic is artistic and dramatic.

á:

# Conversaciones *sobre Tecnología*

**10 conversaciones**  
que destacarán en

**2024**



# Conversaciones sobre Tecnología

## No se apagará el brillo de la IA

El brillo que la inteligencia artificial (IA) mostró el año pasado no se apagará durante 2024. Esta tecnología seguirá acaparando titulares y siendo parte importante de la conversación.

Empresas y analistas de tecnología estiman que la IA estará cada más accesible para todo tipo de empresas y casos de uso por lo que, a diferencia de la promesa del metaverso, esta tecnología podría traer más valor para organizaciones y colaboradores, mejorando productividad y flujos de trabajo, con menos tiempo y dinero invertido en ello.

Por su puesto, la IA generativa continuará con su evolución. Un análisis de la empresa estadounidense de software Adobe apunta que “esta tecnología estará mucho más disponible en 2024” para todo tipo de usuarios y casos de uso. Otro aspecto importante en esta conversación será la personalización de las empresas hacia sus clientes impulsada por IA. Según Statista, 3 de cada 5 personas dicen que dejarían de ser leales a empresas que ofrecen algo menos que una experiencia personalizada. **Esa cifra saltó del 45 por ciento en 2021, al 62 por ciento en 2022 y sigue aumentando.**

Otro punto relevante que las marcas deben tener en cuenta a la hora de implementar IA son las microinteracciones. De acuerdo con Adobe, “las microinteracciones son pequeñas y sutiles señales de diseño dentro de un producto digital o sitio web que mejoran la experiencia del usuario. Piense en ellas como mini experiencias que sus clientes tienen con su marca antes y después de una conversión”. **Estas microinteracciones pueden contribuir a la fidelización de los clientes y hay herramientas de IA que se encargan de ese trabajo de forma automatizada.**

“Puede desarrollar microinteracciones creando una animación de un confeti cuando alguien envía un pedido o agregando barras de progreso visuales a los formularios del sitio web. Incluso puedes ofrecer conversaciones multimodales utilizando asistentes personales de IA que mejoran la experiencia del usuario con tu contenido.

\*Imagen generada por IA

á:

El propósito de las microinteracciones es deleitar a sus clientes y hacer que sus interacciones con usted sean más agradables y memorables”, al mismo tiempo que se reafirma la personalidad única de la marca, explica la tecnológica estadounidense.



# Conversaciones sobre Tecnología

## Comercio digital: **oportunidad dorada**

Los expertos apuntan al mismo rumbo: Latinoamérica todavía tiene un enorme margen de crecimiento en el comercio electrónico y es, junto con otras regiones del mundo como África o India, donde habrá más evolución de la economía digital en los próximos años. Según la plataforma de pagos transfronterizos Ebanx, **“Brasil se erige como una fuerza destacada del comercio digital y ocupa el cuarto lugar a nivel mundial en términos de número de compradores digitales. Mientras tanto, México, Colombia y Perú también están emergiendo como fuertes contendientes, mostrando tasas de crecimiento anual de alrededor del 30%”**.

En medio de esta madurez del comercio digital, los compradores latinoamericanos están demandando productos globales y esto debe ser capitalizado por las marcas. **“Esto no sólo fomenta el crecimiento de la marca, sino que también coloca a las empresas globales a la vanguardia del creciente panorama del comercio digital de la región”**, refiere Ebanx. Según el Global Findex del Banco Mundial, en 2021, el 74% de los adultos de Latinoamérica tenían cuentas financieras, frente a solo 39% en 2011. Es decir, en sólo 10 años, más de 100 millones de personas fueron incluidas en el sistema financiero y eso ha repercutido positivamente en el comercio digital de la región.



En paralelo, está disminuyendo el uso de dinero en efectivo. “Junto a esta tendencia está el crecimiento de la clase consumidora. Las proyecciones del WDL (World Data Lab) sugieren que para 2024, América Latina dará la bienvenida a seis millones de personas adicionales a la clase de consumidores, y Brasil y México contribuirán con más de un millón cada uno. De cara a 2030, se espera que estos dos países, junto con Argentina, Perú y Colombia, vean una afluencia de 32 millones de nuevos consumidores.

En cambio, la clase consumidora está disminuyendo en Europa y ciertas partes de Asia debido al envejecimiento de la población”, destaca un reciente informe de Ebanx.

**Y añade: “A la luz de la vibrante diversidad cultural de América Latina y los distintos paisajes de mercado, aprovechar las oportunidades que se presentan se vuelve imperativo para las marcas globales.**

Es el mejor momento para que las marcas globales aprovechen la creciente demanda de los consumidores de experiencias de compra fluidas con productos y servicios globales. Aprovechar estas oportunidades no sólo fomenta el crecimiento de la marca, sino que también posiciona a las empresas globales a la vanguardia del ámbito del comercio digital en constante expansión de América Latina”.



á:

# Conversaciones *sobre Sustentabilidad*

**10 conversaciones**  
que destacarán en

**2024**



# Conversaciones sobre Sustentabilidad

## ¿ASG? Sí, pero buscando un cambio real

Las constantes crisis ambientales, las políticas globales y los cambios regulatorios cambian cada vez más rápido el panorama de la sostenibilidad. En sintonía con el acuerdo de la COP28 que marca “el principio del fin” de la era de los combustibles fósiles, 2024 está llamado a ser una vuelta de tuerca en la lucha contra el cambio climático y las organizaciones deberán ajustar sus criterios ASG en ese sentido. Sin embargo, no basta solo con presentar informes porque sí, sino de ayudar a tomar mejores decisiones y lograr cambios reales, destacó *The Sustainability Project* de *Economist Impact*.

El presidente del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), Peter Bakker, ha dicho que es preocupante que las empresas hagan demasiado hincapié en el cumplimiento de los criterios ESG por parte de la directiva, y no tanto en empujar cambios reales. Por lo que las empresas que se comprometan 100% con esta causa serán referentes en la lucha contra el cambio climático. “Bakker cree que las empresas deberían ser recompensadas por sus avances, no sólo por informar”, dice *The Sustainability Project*.



En paralelo, está disminuyendo el uso de dinero en efectivo. “Junto a esta tendencia está el crecimiento de la clase consumidora. Las proyecciones del WDL (World Data Lab) sugieren que para 2024, América Latina dará la bienvenida a seis millones de personas adicionales a la clase de consumidores, y Brasil y México contribuirán con más de un millón cada uno. De cara a 2030, se espera que estos dos países, junto con Argentina, Perú y Colombia, vean una afluencia de 32 millones de nuevos consumidores.

**En cambio, la clase consumidora está disminuyendo en Europa y ciertas partes de Asia debido al envejecimiento de la población”, destaca un reciente informe de Ebanx.**



Según Beagent, las empresas enfrentarán una cantidad significativa de trabajo en todas las áreas de sustentabilidad, y muchas necesitarán desarrollar capacidades y habilidades para abordarlas de la forma correcta. **“Nada de esto va a ser fácil, pero estamos hablando de algunos desafíos bastante importantes que deben superarse. Estamos viendo que estas regulaciones se aplican porque no se han tomado medidas suficientes”, advierte.**



# Conversaciones sobre Sustentabilidad

## El imperativo de la economía circular

Este rubro tampoco pasará de moda en 2024, simplemente porque no es una moda, sino un "debe". **Estados Unidos, varios países de Europa y América Latina (México, Colombia, Chile, por ejemplo) ya han avanzado hacia la prohibición de plásticos de un solo uso como bolsas, popotes (sorbetes, pitillos), platos, vasos, cubiertos, entre otros, sin embargo, los objetivos están lejos de cumplirse.** Por eso, de acuerdo con S&P Global, "la posible prohibición mundial del plástico podría desencadenar nuevas acciones para la transición a una economía circular del plástico".

"A finales de 2024 se finalizará un tratado global para poner fin a la contaminación plástica, lo que tendrá implicaciones para todo el ciclo de vida de los plásticos, incluida la producción, el diseño y la eliminación. Iniciativas anteriores, como el Compromiso Global de la Nueva Economía del Plástico, han intentado frenar la contaminación plástica. Pero, de ser ratificado, **el tratado marcaría el primer esfuerzo internacional jurídicamente vinculante**", refiere la calificadora financiera estadounidense en su informe *Tendencias clave de sostenibilidad para 2024*.

(

á:

La consultora prevé que este desarrollo podría derivar en mayores inversiones en una economía circular para los plásticos para cumplir con los 65,000 millones de dólares por año estimados necesarios hasta 2040. "Consideramos que los sectores de productos de consumo, petroquímicos y residuos municipales probablemente impulsarán estos esfuerzos, dado su importante papel en la cadena de valor de los plásticos.

**En particular, todavía queda un largo camino por recorrer antes de que la economía circular del plástico sea escalable".**

\*Imagen generada por IA





ó:

# Conversaciones sobre *Diversidad* *Generacional*

**10 conversaciones**  
que destacarán en

**2024**



# Conversaciones sobre Diversidad Generacional

## Un trabajo, muchas generaciones

El mercado laboral ya ha estado experimentando la convivencia de cinco generaciones en un mismo entorno profesional. **La diversidad de experiencias, valores y perspectivas de cada generación han sido, sin duda, un reto de convivencia y entendimiento**, que, bien gestionado, puede ser una fuente de enriquecimiento para la cultura laboral, pero también podría derivar en algunas fricciones como expectativas diferentes entre cada generación; problemas de comunicación o formas distintas de trabajar.

En medio de esta madurez del comercio digital, los compradores latinoamericanos están demandando productos globales y esto debe ser capitalizado por las marcas. **“Esto no sólo fomenta el crecimiento de la marca, sino que también coloca a las empresas globales a la vanguardia del creciente panorama del comercio digital de la región”**, refiere Ebanx. Según el Global Findex del Banco Mundial, en 2021, el 74% de los adultos de Latinoamérica tenían cuentas financieras, frente a solo 39% en 2011. Es decir, en sólo 10 años, más de 100 millones de personas fueron incluidas en el sistema financiero y eso ha repercutido positivamente en el comercio digital de la región.

\*Imagen generada por IA



á:

No obstante, ya se empieza a observar que poco a poco la Generación Z (*Zoomers*) está desplazando a los *Baby Boomers* del mercado laboral. Un informe de Glassdoor refiere que “los *boomers* fueron la generación más grande en la fuerza laboral de tiempo completo desde finales de la década de 1970 hasta finales de 2011. La Generación X tuvo un breve período de dominio generacional en la fuerza laboral de 2012 a 2018, **cuando los Millennials los superaron. Los Millennials y la Generación X todavía superan en número a la Generación Z, y los Millennials están preparados para dominar la fuerza laboral durante muchos años**”. Los *zoomers* podrían ser mayoría hasta 2040.



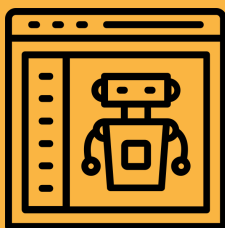
# Conversaciones sobre Diversidad Generacional

## Un trabajo, muchas generaciones

En este ambiente laboral multigeneracional, la Generación Z está más preocupada por crear conexiones laborales profundas, que sus voces sean escuchadas en el lugar de trabajo, que el liderazgo sea transparente y receptivo, que haya diversidad e inclusión.

**Por eso, las organizaciones deben gestionar esta diversidad generacional con estrategias como la flexibilidad y adaptabilidad, programas de trabajo remoto, horarios flexibles, planes de mentoría inversa donde los más jóvenes comparten sus habilidades digitales con los mayores.**

También se debe reforzar la comunicación multicanal, con una variedad de estrategias como plataformas digitales o reuniones presenciales. Las empresas deben poner atención en reconocer las contribuciones individuales más allá de las etiquetas generacionales; deben instalar comités de diversidad a inclusión, promoviendo políticas inclusivas que beneficien a la totalidad de la plantilla laboral y deben evitar los estereotipos generacionales para centrarse más en el enfoque humano.



De acuerdo con la *Encuesta de Expectativas de Empleo ManpowerGroup*, correspondiente al primer trimestre de 2024, se espera que en México los sectores con mayor demanda de contratación serán los de ciencias de la vida y la salud; tecnologías de la información; transporte, logística y automotriz; manufactura y bienes y servicios de consumo.

**En cuanto a los retos para este año, las organizaciones en México identifican la capacitación, la definición de roles y el equilibrio entre innovación y ética en materia de inteligencia artificial generativa.**



# Conversaciones sobre Conexiones Humanas

## La influencia de **ser real**

En los últimos años el marketing de influencia experimentó una interesante evolución, especialmente en cuanto a la elección de colaboradores por parte de las marcas. Tradicionalmente, las celebridades fueron el epicentro de las estrategias de influencia, pero recientemente se observa un cambio hacia la preferencia por *micro-influencers* y *nano-influencers*.

**Este cambio revela una adaptación estratégica de las marcas para mantenerse al día con las tendencias de comunicación y maximizar la autenticidad en sus campañas.**

Las celebridades, a pesar de su enorme alcance, a menudo pueden parecer distantes y fuera del alcance de la audiencia común. **En contraste, los *micro-influencers* y *nano-influencers* son personas ordinarias con seguidores más pequeños, pero altamente comprometidos.** La autenticidad se ha convertido en un activo clave en el marketing de influencia, y las marcas reconocen que las audiencias valoran más las conexiones personales que las imágenes glamorosas de celebridades inaccesibles. Los *micro* y *nano-influencers* suelen tener una conexión más estrecha con sus seguidores, lo que facilita la construcción de confianza y lealtad a lo largo del tiempo.



\*Imagen generada por IA



**Aunado a esto, la búsqueda de la autenticidad se convierte en una tendencia dominante debido a la creciente polarización de la información y la saturación de los perfiles de *influencers*.** Los consumidores son cada vez más exigentes y desean conexiones genuinas. El marketing de *influencers* tradicional ya no es tan eficaz como solía ser. Las marcas ahora necesitan diferenciarse, construyendo perfiles que transmitan la verdadera esencia de la empresa, eligiendo *influencers* que compartan valores auténticos con el contexto y el nicho de mercado.



Be the conversation

# ágora:

[agora.site](https://agora.site)

## ESTADOS UNIDOS

Tel. +1 347 371 0818  
1000 Brickell Plaza,  
33131 Miami, Florida  
martin@untold.email

## MÉXICO

Tel. +525588409549  
Ámsterdam 46, Col. Cuauhtémoc  
Ciudad de México  
rogelio@agora.site

## COLOMBIA

Tel. +5715087325  
Calle 72 #10-51. Oficina 402  
Bogotá  
miguel@agora.site

## BRASIL

Tel. +551132542400  
Av. Paulista, 1.009 | 9º andar  
Sao Paulo  
everton@agora.site

## ARGENTINA

Tel. +541152799000  
Monroe 899  
Buenos Aires  
santiago@agora.site

## CHILE

Tel. +56 9765 4682  
Encomenderos 260, OF 51  
Las Condes, Santiago  
Chile  
federico@agora.site

**10 conversaciones**  
que destacarán en  
**2024**

# á: