

# CRISIS ECONÓMICA DEL CORONAVIRUS

La metamorfosis de la economía que deja la covid



La pandemia provoca una nueva organización del trabajo, la eclosión de la digitalización, un mayor peso del Estado y acentúa la crisis de la globalización

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA. Negocios/El País.

Charles Dickens acuñó la célebre frase “el hombre es un animal de costumbres” y, como tal, se obstina a la hora de cambiar. Pero los acontecimientos le superan y, aunque reniegue de la evolución, esta acaba por imponerse. La covid no ha traído la revolución tecnológica, aunque sí ha contribuido a acelerarla como ningún otro suceso de los últimos tiempos. Y esta velocidad quedará impregnada en la economía, incapaz de detenerla. De la misma manera que se habla de preguerra y posguerra, en el futuro se hablará de un antes y un después del coronavirus, afirma Alejandro Beltrán, presidente de McKinsey Iberia, en la creencia de que “la transformación llegará sí o sí”.

### ***DESIGUALDAD***

Muchos son los cambios imprimidos por la pandemia que están aquí para quedarse. Unas mutaciones que, al fin, conducirán al mundo por unos derroteros nuevos que dejarán claros ganadores y perdedores. La desigualdad es seguramente el mayor peaje a pagar en una sociedad a la que le cuesta repartir equitativamente las vacunas, los trabajos o la formación; la riqueza, en definitiva. Un reciente documento del Fondo Monetario Internacional (FMI) asegura, tras comparar los efectos de la covid con cinco grandes epidemias anteriores de este siglo (SARS, H1N1, MERS, Ébola y Zika), que este virus ha provocado “una disminución persistente en el nivel del PIB per cápita, con efectos duraderos en desigualdad de ingresos y un aumento en el número de ciudadanos que viven en la pobreza absoluta de unos 75 millones de personas”. Todo indica que esta brecha está más cerca de acentuarse que de estrecharse.

Sin embargo, el coronavirus también ha derivado “en un mayor peso del papel del Estado como garante ante las grandes perturbaciones de la crisis, cuando ya teníamos un problema de polarización y desigualdad, que se puede agudizar”, apunta Xavier Vives, profesor de Economía y Finanzas de IESE Business School. Igual que en una creciente desconfianza en la cooperación internacional y, con ella, en un declive del multilateralismo. La pandemia ha generado un ingente volumen de deuda pública que hay quien cree que llevará a una japonsización de la economía, además de un aumento de la tensión entre China y Estados Unidos, que ha intensificado la crisis de la globalización iniciada durante la Gran Recesión, y que tendrá consecuencias a largo plazo en las cadenas de suministro. Del mismo

modo que ha conseguido que la preocupación por la sostenibilidad y el cambio climático vayan a más.

Pero, sin duda alguna, el efecto que más se dejará notar en la economía es el gigantesco impulso que la digitalización se ha cobrado de un día para otro. “Hemos dado un salto de 10 años en la adopción de nuevas tecnologías. Y va a tener impacto en el mundo laboral, en la bajada del precio de las oficinas en las grandes ciudades o en la mayor demanda de semiconductores, entre otras muchas cosas”, sostiene Federico Steinberg, investigador principal del Real Instituto Elcano. “El proceso de disrupción digital ha adquirido un empuje sin precedentes que cambiará el mundo del trabajo y la sociedad en que vivimos al menos en tres dimensiones: las nuevas formas de trabajo, el comercio electrónico y la robotización de las organizaciones”, expresa Rafael Doménech, responsable de Análisis Económico de BBVA Research.

### ***Empleo híbrido.***

Tras el teletrabajo precipitado y obligado por los confinamientos, las empresas ya no volverán a lo de antes; se imponen las nuevas formas de trabajo híbridas. En 2020, el empleo en remoto se multiplicó por cuatro y, aunque durante este año la proporción se ha reducido, las cuatro quintas partes de las organizaciones aseguran que van a hacer más teletrabajo y a acelerar la digitalización del empleo, explica el economista.

Sin embargo, “no vamos a pasar del 5% al 16% de personas que pueden trabajar más de la mitad de su jornada laboral en remoto como ocurrió entre 2019 y 2020”, opina José García Montalvo, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Pompeu Fabra (UPF). El vicerrector de Estrategia Científica de la UPF indica que ahora el teletrabajo ha bajado al 9,4% en España. “Y aunque no se implantará tanto como pensábamos, lo cierto es que se ha duplicado y ello está propiciando cosas nuevas. Como que los precios de la vivienda en las afueras de las grandes ciudades crezcan más que dentro de ellas. Está pasando en Estados Unidos y también en Madrid y Barcelona, donde los alquileres bajaron un 10% el año pasado, aunque ahora se recuperan, pero en las zonas suburbanas suben más, igual que al otro lado del Atlántico”, opina José García Montalvo. Esto tiene todo tipo de implicaciones sobre la estructura de las ciudades, añade; una realidad que permanecerá tras la pandemia.

**Andrés Rodríguez-Pose, profesor de Geografía Económica en la London School of Economics and Political Science, refuerza esa idea: “Vamos a necesitar menos espacio de oficinas y también para las actividades de cultura y ocio. En las ciudades europeas, el comercio experimenta un crecimiento cero o baja hasta un 6%, mientras Amazon crece a ritmos del 40% y supera la barrera del millón de trabajadores, cuando todo el comercio europeo ocupa a poco más de 30 millones de personas”. De nuevo habrá ganadores y perdedores. En su opinión, si hasta ahora eran los empleados con perfiles más bajos los que sufrían, con la inteligencia artificial son los de la escala intermedia los que salen más perjudicados.**

***El teletrabajo pierde fuelle frente al presencialismo.***

**García Montalvo considera que el teletrabajo acabará por implantarse entre el 15% de los empleados españoles, en los sectores que puedan practicarlo y, sobre todo, en aquellos que puedan conservarlo al tiempo que mantienen su productividad [la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) calcula que en las grandes ciudades el 35% del personal está preparado para ello, pero en las zonas rurales apenas el 20%]. No será trabajo en remoto 100%, pero va a influir en muchas cosas, incluidos los salarios, dice, a la vista de que empresas como Google han anunciado que piensan bajar los sueldos de los empleados que se han mudado desde San Francisco o Nueva York a otras ciudades con menor coste de vida. En España esto ni pasa ni pasará, augura.**

### ***Automatización***

**La pandemia ha acelerado vertiginosamente la digitalización de las organizaciones. “Cada vez usamos más robots, más algoritmos, más inteligencia artificial en la prestación de servicios. Los robots no enferman de covid, no causan baja”, aprecia Rafael Doménech. Si entre 2010 y 2019, la década anterior al coronavirus, se había multiplicado por 2,5 la automatización en el planeta, todo hace pensar que en 2022 se habrá multiplicado por cuatro respecto a 2010, continúa el catedrático de Economía Aplicada por la Universidad de Valencia. Ello no significa, desde su punto de vista, que haya ni menos trabajo ni más desempleo: “Tenemos tasas de paro muy elevadas, aunque al mismo tiempo estamos en los niveles más altos en número de vacantes de la última década en países como Estados Unidos”. O en el Reino Unido, apoya García Montalvo, quien cree que mucha gente que salió del mercado laboral con la crisis no ha vuelto a propósito. Está esperando una oportunidad de trabajo distinta y ello está provocando que los salarios suban. “En Estados Unidos aumenta el salario mínimo e impulsa el interés por robotizar las organizaciones, lo que a corto plazo generará desajustes, pero a largo plazo contribuirá a que los sueldos suban”, aprecia.**

## *Comercio electrónico*

Todo esto tiene que ver con el auge del comercio electrónico y el consumo no presencial a causa de la covid. El hogar ha adquirido un protagonismo inusitado, ha revolucionado negocios como la comida a domicilio o el consumo de contenidos digitales en streaming, tendencias que han llegado para quedarse, en opinión de Doménech. “En abril de 2020, el consumo presencial cayó un 51% en España. El no presencial subió un 20% y estabilizó su crecimiento en el 40% durante la segunda mitad del año pasado. Hoy, los datos del gasto con tarjetas muestran que el consumo no presencial está un 46% por encima de agosto de 2019. La tendencia se consolida”, estima.

Y da lugar a nuevos negocios como el denominado live shopping, una suerte de teletienda digital que, a través de vídeos en vivo, permite a los usuarios conocer las propiedades de cualquier producto de forma entretenida y a las compañías colocar sus artículos en línea mientras interactúa con sus clientes. En China este formato, que ahora llega a Europa y España, ya representa el 10% del comercio electrónico, con más de 265 millones de usuarios, explica Alfredo Ouro, fundador de Onlive.site, una empresa especializada en desarrollar este tipo de plataformas de venta. Se calcula que en 2023 moverán 75.000 millones de dólares en Estados Unidos. En agosto de 2020, Tommy Hilfiger realizó su primera emisión con más de 14 millones de espectadores y vendió 1.300 sudaderas en tan solo dos minutos.

## *Pago sin contacto*

El apogeo del comercio electrónico y el miedo al contagio de coronavirus han provocado otra tendencia que permanecerá con nosotros: el pago sin contacto. Si 2020 fue el año récord en el número de operaciones con tarjetas —mientras las retiradas de efectivo se redujeron un tercio—, en el primer trimestre de este año aumentaron más del 15%, acorde con los datos del Banco de España. Un auge que ha disparado la utilización de aplicaciones como Bizum, que duplicó sus usuarios en 2020 y multiplicó por 3,6 sus operaciones, o de los teléfonos y relojes inteligentes. Tanto que Amazon ha puesto en marcha tiendas piloto en las que se reconoce al cliente y detecta su método de pago sin hacer nada, como ya sucede en China.

Con la desaparición del dinero en efectivo, la carrera por las monedas digitales ha cobrado brío durante la pandemia. El pasado junio, El Salvador se convirtió en el primer país en reconocer el bitcoin como moneda de curso legal. Pero no solo eso. Cada vez más bancos centrales anuncian la

creación de cibermonedas, lo que a juicio de García Montalvo puede crear problemas de inclusión financiera incluso en países como Estados Unidos. El catedrático de la UPF cree que estos movimientos van a afectar mucho al sistema bancario. “Si los bancos centrales optaran por el modelo de guardar los depósitos de los ciudadanos, los bancos comerciales podrían llegar a desaparecer”, advierte.

### *Cadenas de suministro*

Todas estas tendencias se perpetuarán en la nueva economía que nacerá tras la covid. Sin embargo, hay otras en las que los expertos no parecen estar tan de acuerdo. “Está todavía por ver que el peso de los Estados, la globalización o las cadenas de suministros cambien”, duda Doménech. De todas las crisis se extraen lecciones, como que las empresas van a garantizar sus suministros tras el desabastecimiento vivido el año pasado con los productos sanitarios o el actual de microchips, “pero esto no necesariamente tiene que suponer un traslado de la producción a otros países, sino que exista menos dependencia de un solo mercado o de un solo proveedor, algo que se puede conseguir con almacenes intermedios y más suministradores”, prosigue. “No creo que vaya a haber menos globalización, sí un Estado-nación que se quiere hacer más fuerte, pero le cuesta mucho demostrarlo, como se ha visto en la guerra comercial entre Estados Unidos y China”, apoya Rodríguez-Pose.

McKinsey señala en un reciente informe que hasta un cuarto de las exportaciones globales de bienes, 45.000 millones de dólares, pueden llegar a cambiar en 2025. Porque la covid ha contribuido a un proceso de moderación o reversión parcial de la globalización, que contribuirá a acercar las cadenas de valor y producción mundiales, en palabras de Xavier Vives, tal y como ha sucedido con el paracetamol, que se producía en China y que laboratorios como Ferrer han decidido producir, en este caso en Barcelona. El profesor de IESE también pone como ejemplo a Alemania, que reduce la deslocalización en países como España y otros mercados, para concentrar la industria en torno a su país.

Existen casos de deslocalización, como el del sector textil, “pero no vamos a desglobalizar las cadenas de valor porque esto tiene mucho impacto en los costes”, sostiene Steinberg. Cuando, como detalla McKinsey, cualquier compañía puede esperar un parón de su producción que dure un mes o más cada 3,7 años, lo que indica que son contingencias predecibles. “Las empresas tendrán que calcular el riesgo de que su cadena de suministro se rompa y buscar alternativas, algo que encarece. Cada área geográfica tendrá que tener su propio suministro de material sanitario, chips, incluso reservas de petróleo y energéticas para garantizar el suministro cuando las tensiones geopolíticas se acrecientan”, indica el profesor de la UPF.

Él si cree que el reforzamiento del peso del Estado como consecuencia de la pandemia ha llegado para quedarse: “Lo que vemos actualmente es una transición en el mercado laboral y la tecnología que dejará ganadores y perdedores. El Estado tendrá que proteger a los más vulnerables de todas las desigualdades educativas y de renta que habrá a medio plazo para evitar situaciones dramáticas”, afirma. El reforzamiento de las políticas redistributivas que ha traído la pandemia tiene un claro ejemplo en el cambio de las políticas fiscales que está protagonizando Joe Biden en Estados Unidos, con la subida de impuestos a los más ricos, agrega Steinberg.

### ***Globalización***

El investigador del Real Instituto Elcano aprecia que el auge del nacionalismo o la defensa cerrada de los mercados y movimientos de capitales, que la pandemia ha reavivado, por ejemplo con una nueva fiscalidad para las multinacionales, puede agudizarse. Igual que el declive del multilateralismo. Aunque con Biden Estados Unidos ha reforzado la presencia en las organizaciones internacionales, continúa con la política de America First, indica Vives. “La gran cuestión es la guerra de Estados Unidos y China, que ni está ni se la espera en las instituciones mundiales. Estamos creando un mundo bilateral y Europa tendría que esforzarse por tener un papel más relevante. Pero parece que la tendencia es reafirmar el nacionalismo económico y político, como hemos comprobado con el Brexit”, lamenta el profesor de IESE. Al igual que la mayoría de expertos consultados, opina que la hegemonía mundial gravitará en torno a China en el futuro. Su mejor salida de la crisis de la covid ha acelerado también este proceso.

De la misma forma que ha contribuido a que la preocupación por la sostenibilidad se impregne en la sociedad y en las empresas, según el presidente de McKinsey Iberia. “No es solo porque el medio ambiente se esté deteriorando como se aprecia con los eventos climáticos como los incendios o las inundaciones, sino porque determinadas industrias van a sufrir mucho y porque cada vez hay más fondos de inversión de impacto que van a mirar con lupa lo que hacen las compañías”, expresa Beltrán. Los cambios vividos durante la pandemia han evidenciado las preferencias de la población, asegura Aitor Jauregui, responsable de BlackRock en España, Portugal y Andorra, donde las siglas ESG (de medioambiental, social y gobernanza) cobran cada vez más fuerza. “Un punto clave en esta reactivación de las economías es la oportunidad de sentar los cimientos para una recuperación basada en el desarrollo sostenible, resiliente, inclusivo y equitativo. Este es quizá uno de los grandes cambios que podríamos esperar” tras la pandemia, mantiene. El futuro que está por llegar.

La pandemia cambiará para siempre algunos de los hábitos de consumo que se habían impregnado en la sociedad. El primer efecto de la covid sobre la cesta de la compra, destaca Patricia Daimiel, directora general de Nielsen para España, Portugal e Italia, es el freno demográfico en seco que hemos vivido. Entre enero y junio de este año los 160.681 nacimientos registrados en España suponen un descenso del 5,2% respecto al mismo periodo de 2020 y un 7,9% sobre 2019, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), así como la cifra más baja en un primer semestre de toda la serie estadística. “El crecimiento del gran consumo está ligado a la demografía y parece que la natalidad va a seguir frenándose, con unas nuevas generaciones preocupadas por el cambio climático, que sopesan mucho más que las anteriores tener hijos”, aprecia. Daimiel considera que el segundo efecto de la pandemia es el impacto de la tecnología: “Nos hemos digitalizado todos, hasta las personas más mayores y, con el teletrabajo, hemos consumido más en casa y comprado más por internet. El año pasado se duplicó el comercio electrónico en alimentación y entre enero y agosto de 2021 crece a ritmos superiores al 20%”.

Esas son las dos tendencias que han llegado para quedarse en la industria de la alimentación y bebidas que, eso sí, lleva algunos meses recuperando la frecuencia de las compras de los ciudadanos y rebajando el tique medio. Ya no hace falta acumular y, con los índices de vacunación actuales, las visitas a los comercios se han vuelto mucho más habituales. También, bares y restaurantes reconquistan la parte del pastel perdido por los confinamientos y las restricciones de aforo. Junio fue muy bueno, explica la directiva, con crecimientos de 36% sobre 2020, pero todavía un 28% por debajo de 2019. Pero en julio, la quinta ola del coronavirus volvió a presionar a los establecimientos hosteleros. La perfumería, que gana un 24% respecto a 2020, cuando bajó un 21%, está cerca de las cifras registradas en 2019. La vuelta a la oficina ha impulsado la demanda de maquillaje.

Aunque queda mucho por ver hasta la vuelta a la normalidad, ya que “actualmente el mercado está muy volátil”, la responsable de Nielsen está convencida de que hay tendencias que impulsadas por la covid que se volverán estructurales: “A la compra por internet le queda mucho crecimiento por delante, consumiremos más en casa porque hemos aprendido a cocinar con esta crisis y el ciudadano adquirirá más productos naturales y sostenibles, penalizando a productos, como las galletas, que se elaboran con aceite de palma. La preocupación por la salud y el medio ambiente también ha llegado para quedarse”.



**En el Reino Unido, la mitad de los consumidores practica una alimentación consciente, un 38% come menos carne y el 30% tiene en cuenta la sostenibilidad al elegir los alimentos, según McKinsey.**

**La consultora estratégica destaca además que el mercado online ha experimentado un crecimiento meteórico del 17% durante los últimos cinco años, generando un 65% del crecimiento entre los 150 principales minoristas del mundo. Porque, como recuerda su presidente en España y Portugal, Alejandro Beltrán, el 65% de las personas que compraron por primera vez por internet durante la pandemia asegura que lo va a seguir haciendo después de ella.**

### *Turismo*

**Digital, saludable y respetuoso con el medio ambiente, así es el consumo que se impondrá tras la pandemia, en opinión de Francisco Lorente, profesor de ESIC, y no solo en la cesta de la compra sino en cualquier tipo de producto. El viaje, uno de ellos. Pese a que se prevé que el turismo remonte una vez se deje atrás al coronavirus, los viajes de negocios quedarán más que tocados. “Hemos sacado mucho provecho a las reuniones virtuales durante la covid, hemos dado un salto de gigante que difícilmente dará marcha atrás”, indica Lorente. De hecho, Beltrán, pronostica que este tipo de viajes bajarán entre un 20% y un 30%.**

**El gasto relacionado con viajes de negocios representó el 21% de los ingresos de la industria mundial de viajes y turismo en 2019 (con datos de la OCDE), pero el año pasado se redujo a más de la mitad, según la Asociación Global de Viajes de Negocios, explica Barclays en un reciente informe sobre el sector, en el que subraya que los viajeros de negocios volverán a evaluar la cantidad de vuelos que realmente necesitan hacer, considerando el tiempo y la energía involucrados, y la facilidad de mantener reuniones virtuales desde sus hogares y oficinas. “Estos son cambios de comportamiento que pueden ser difíciles de revertir”, dice. Y que afectarán a la industria de la aviación, para la que los viajeros corporativos representan solo el 12% de los pasajeros, pero son dos veces más lucrativos que los demás (suponen casi el 75% de las ganancias de las aerolíneas en algunos casos).**

## **LA INVERSION, LA CLAVE DE LA INNOVACIÓN**

***Si algo ha puesto de manifiesto la covid-19 es que se necesita más gasto en sanidad y salud y mayores inversiones para poder hacer frente a crisis como esta, en la que el desabastecimiento de material sanitario fue una constante durante 2020. Y en la que dinero público y privado se han aliado para sacar adelante múltiples vacunas en tiempo récord. “Si esas lecciones se aplican a otras enfermedades, podrían desempeñar un papelesignificativo en el establecimiento de las bases para un desarrollo más rápido de los tratamientos”, dice McKinsey.***

***En este ámbito sí que se espera que los Estados redoblen sus esfuerzos, según Rafael Doménech, de BBVA Research. La inversión en ciencias de la vida, tecnología y equipos médicos se va a reforzar tras la pandemia, pues ya se ha comprobado que estábamos poco preparados para afrontarla, apoya Xavier Vives, de IESE. A partir de ahora tanto el sector público como el privado van a invertir más, dice.***

***Sin embargo, el profesor de la Universidad Pompeu Fabra, José García Montalvo, no está tan convencido de que la inversión en investigación y desarrollo se redoble en otros ámbitos, como se atisbaba hace unos meses. “Sí suben los fondos destinados a la salud, pero no en general”, sostiene, “y vamos a precisar ciencia para combatir el cambio climático o los desastres naturales que se están viviendo”, advierte.***

***La innovación es el único medio que tenemos para crecer y generar empleo, afirma tajante Andrés Rodríguez-Pose, de la LSE. Que, no obstante, considera que está demasiado concentrada geográficamente. En España está en Madrid y Barcelona, en Francia en París, en Reino Unido en Londres, mientras que en el resto del territorio “se están creando desiertos de innovación, sin zonas intermedias como en Alemania, Suecia o Noruega”. Existe capacidad, opina, “pero en Europa nos estamos obcecando con un tipo de innovación: la de los grandes proyectos tipo Amazon o Tesla. Y hay mucho potencial que se está obviando”, lamenta.***