



## 26 certezas que nos deja el Coronavirus

**La segunda oleada de la pandemia nos enfrenta de nuevo a un entorno de importantes restricciones, en lo personal, en lo profesional y en lo económico. Todavía no sabemos exactamente cómo será el escenario post COVID-19, aunque muchos de sus vectores ya están claros. Clarísimos.**

En este artículo revisamos las 26 certezas que nos deja el coronavirus y que han identificado los consultores de transForma Partnering para ayudar a los directivos a tomar mejores decisiones en la dirección de mitigar los efectos negativos de esta pandemia y de preparar sus organizaciones para seguir siendo relevantes en el futuro.

### ¿Qué hemos aprendido de esta pandemia?

1. **Somos vulnerables y no estábamos preparados.** En cuestión de pocas semanas, casi todos los países del mundo se han visto afectados: la población está confinada y la actividad económica reducida a lo esencial. Muchos de nuestros sistemas (sanitario, funerario...) han colapsado. Los costes de esta situación están siendo muy elevados: no solo en términos económicos, también en vidas humanas, sufrimiento y desgaste emocional. Desde nuestra anterior creencia de que éramos los "dueños del mundo", el coronavirus nos ha mostrado el verdadero valor de las cosas, así como la diferencia entre lo esencial y lo no necesario.
2. **El acceso a la tecnología es crucial.** La tecnología (que incluye dispositivos, aplicaciones e infraestructura de comunicación) ha hecho posible mantener la actividad profesional (para aquellos que podían teletrabajar y vender online) y seguir en contacto con familia y amigos. También, para estar informados y entretenidos.

3. **La salud es más importante que la economía.** Se nos ha obligado a preservar la salud de todos a costa de la libertad de movimientos, paralizando todas las actividades que, no siendo esenciales, requerían presencia física. No todos los sectores y empresas han sido impactados de la misma manera, pero a nivel global, el descalabro será importante.
4. **Derechos y libertades pueden ser limitados.** Hemos aceptado sin resistencia que se conculcaran muchas de nuestras libertades confiando que era la "única manera" de limitar los daños. Esto sienta un precedente en la mayoría de nuestras sociedades democráticas.

De este aprendizaje podemos extraer dos conclusiones previas:

Habrà un antes y un después del coronavirus: nos espera una "nueva realidad" tras la pandemia.

El COVID-19 ha generado la primera gran pandemia de este siglo, no sabemos cuánto durará pero si que no será la última.

Ya sea un rebrote, una casualidad natural o un ataque bioterrorista, la probabilidad de que se produzca una nueva pandemia es muy alta. Sus consecuencias económicas y humanas, dependerán de la capacidad de contagio, de la letalidad de la enfermedad y de la capacidad de reacción de las sociedades para reducir sus consecuencias.

Para entender mejor las posibles dimensiones, pensemos por ejemplo en un virus tan contagioso como el COVID-19 y tan letal como el Ébola.



## ¿Cómo será la nueva Normalidad tras el Coronavirus?

Desde transForma Partnering la dibujamos en base a las certezas que se enumeran a continuación. Son 26 porque no consideramos otros vectores, ya sea porque, aunque probables, pudieran ser más opinables o porque no tienen gran impacto en los negocios.



### AMBITO SANITARIO

El sector sanitario, especialmente la sanidad pública, ha puesto en evidencia su valor y su importancia. Al tensionarse, también ha puesto en evidencia sus carencias.

1. **SANIDAD PÚBLICA: UN ACTIVO CODICIADO.** Con toda seguridad, veremos un fortalecimiento de la sanidad pública: personal, materiales, equipamiento y gestión, entre otros, serán reforzados.
2. **AUGE DE LA TELEMEDICINA.** La atención médica a distancia ha demostrado estas semanas su eficacia y beneficios. El más importante durante la emergencia, descongestionar las consultas y hospitales.
3. **NUEVAS ESTRATEGIAS PARA ACELERAR LA INTRODUCCIÓN DE FÁRMACOS.** Centradas en el desarrollo de nuevos tratamientos, vacunas, tests, pruebas in-vitro... Sistemas versátiles para dar respuesta a distintas enfermedades y compatibles con su producción masiva en plazos cortos. Las startups pueden tener oportunidades en este ámbito.



### AMBITO ECONÓMICO Y EMPRESARIAL

El impacto económico de la pandemia es una de sus consecuencias más importantes y uno de los principales retos que deja esta crisis.

4. **DESIGUAL IMPACTO Y DESIGUAL RECUPERACIÓN PARA LAS EMPRESAS.** Las empresas se han visto afectadas por el coronavirus en función de su tamaño, sector de actividad y capacidad para el teletrabajo. La recuperación también será desigual. Todo lo considerado "esencial" se recuperará con mayor rapidez. Los sectores y negocios que más van a sufrir son los basados en la concentración de personas: espectáculos, ocio, entretenimiento, deportes, eventos, turismo, hostelería...
5. **HAY CONSUMO PERDIDO Y CONSUMO "DIFERIDO".** En el primer caso, las empresas tendrán que tomar medidas de reestructuración económico-financiera porque sus ingresos se reducirán a tenor del tiempo sin actividad. En el segundo, sufrirán menos, especialmente las que se adapten con mayor rapidez a la "nueva normalidad" y aprovechen el previsible rebote que pueda experimentar el consumo.
6. **REDUCCIÓN DEL PIB Y DESAPARICIÓN DE EMPRESAS.** La inactividad del confinamiento lleva asociada una reducción de ingresos, que se traducirá en un descenso importante del Producto Interior Bruto de los países. Las empresas que no puedan endeudarse o no estén en disposición de financiar la falta de ventas, desaparecerán.

7. **AUMENTO EXPONENCIAL DEL PARO.** Las empresas que dejen de existir, o las que reduzcan sus estructuras como consecuencia de la inactividad, pondrán a muchas personas en situación de desempleo, con las consecuencias macroeconómicas que ello tiene en la demanda y la morosidad. Veremos cifras de paro muy altas alcanzadas en poco tiempo.
8. **RELOCALIZACION DE LA PRODUCCION E INTERÉS POR EL CONSUMO LOCAL.** Ante la escasez de cierto material crítico (mascarillas, respiradores, EPIS, test... y cualquiera relacionado con bienes de primera necesidad) se fomentará la producción local frente a las importaciones. Será una tendencia mundial: si tu empresa depende del mercado exterior, tendrás un reto que afrontar.
9. **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FLEXIBLE Y RESILIENTE.** Muchas empresas han dejado de producir bienes “no-necesarios” para producir gel, respiradores, batas, mascarillas, etc. Muchas lo han hecho porque se lo han pedido las autoridades, otras por espíritu de supervivencia o porque han detectado la oportunidad. En todo caso, la flexibilidad y la agilidad se instalarán para siempre en los departamentos de diseño y producción (tradicionalmente lentos y conservadores).
10. **EL TELETRABAJO HA LLEGADO PARA QUEDARSE.** Las oficinas domésticas han sido la salvación de muchas empresas cuyos empleados han podido seguir trabajando a distancia. Si hasta ahora sólo el 8% de los empleados teletrabajaban en España, este porcentaje va a crecer considerablemente. Esto tiene distintas implicaciones:
  - a. **Empresas** implica inversión en dispositivos portátiles, redes de acceso fácil y potente y sistemas de ciberseguridad.
  - b. **RRHH: Redefinición del talento.** Empleados y directivos con mayores capacidades digitales y mayor resiliencia. Podrán contratarse personas geográficamente alejadas.
  - c. **Proveedores de infraestructura y servicios informáticos.** Si vendes estos productos y servicios y haces los deberes, puedes tener unos buenos ingresos en el corto plazo.
  - d. **Propietarios inmobiliarios de oficinas.** Otras implicaciones, reducción de espacio de oficinas necesario para las empresas puede descender
  - e. **Particulares.** Adecuar tu hogar para poder teletrabajar
  - f. **Empresas decoración:** venta de artículos para hacer un despacho en casa.
11. **REDEFINICION DEL TALENTO Y NUEVAS HABILIDADES CLAVE.** A partir de ahora, las empresas preferirán empleados y directivos con mayores capacidades digitales, más resilientes y empoderados sin importan si viven geográficamente alejados. El concepto del “trabajo de las 8 horas diarias” pronto quedará obsoleto. Trabajaremos por objetivos, por proyectos, por retos, por *sprints*, con diferentes vínculos contractuales. La línea entre vida personal y profesional se irá desdibujando poco a poco.
12. **APARICIÓN DE TODO TIPO DE SERVICIOS REMOTOS.** Muchas empresas van a ponerse manos a la obra para ofrecer sus productos y servicios de forma digital: incluso los que antes eran exclusivamente presenciales.
13. **MARKETING DIGITAL Y PRESENCIA DIGITAL SON VITALES.** La digitalización se acelera, sobre todo cuando la venta “cara a cara” no es posible. Las empresas tendrán que revisar y reajustar sus estrategias de marketing digital para potenciar su presencia digital y mejorar su posicionamiento.



## ESPECIAL TECNOLOGÍA e INNOVACIÓN

El acceso a la tecnología ha marcado la diferencia en la calidad de vida durante el confinamiento. También ha permitido mantener la actividad a muchas empresas. Si ya era un proceso imparable, la digitalización se acelera.

14. **INNOVAR ES UNA OBLIGACIÓN INELUDIBLE.** Se requiere aumentar la productividad para recuperar las pérdidas y para adaptarse al nuevo escenario. Ello solo es posible a través de una Innovación disruptiva. Rediseñar las propuestas de valor, productos, servicios, modelos de negocio, sostenibilidad, economía circular, etc... son algunas de las áreas a considerar.
15. **ROBÓTICA, REALIDAD VIRTUAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA REDUCIR EL CARA A CARA.** Se desarrollará todo tipo de tecnología hará reducir la presencia humana en toda actividad que sea posible, tanto comercial como social.
16. **LA INFRAESTRUCTURA DE INTERNET ES UN ACTIVO CRUCIAL.** La conectividad ha sido imprescindible durante el confinamiento y en determinados momentos la infraestructura se ha visto saturada por el aumento del tráfico de datos. Necesitaremos planes de contingencia, redes redundantes e infraestructuras resilientes. Hay mucho riesgo con un único sistema de comunicaciones: un solo Internet.
17. **LA CIBERSEGURIDAD ES UNA NECESIDAD GLOBAL.** Con la digitalización de todo y por la vulnerabilidad del teletrabajo, hemos visto crecer la ciberdelincuencia. Los sistemas "caseros" son más vulnerables y por eso la seguridad de dispositivos, servidores y redes va a convertirse en algo prioritario.



## VIAJES Y TURISMO

El turismo y los viajes son por igual víctimas y culpables de esta crisis. La facilidad y rapidez con la que nos desplazamos han hecho posible la rápida diseminación del virus, y precisamente por ello, el sector ha experimentado un importante descalabro del que tardará en recuperarse.

18. **TURISMO: UNO DE LOS SECTORES MÁS DURAMENTE IMPACTADO.** Los ingresos que no se produzcan durante los meses de aislamiento en servicios y desplazamientos, no se van a recuperar. No se pueden recuperar pernотaciones u otros servicios que no se han producido. La pérdida económica para este sector es cierta e inmensa. Va a ser uno de los sectores que genere mayor desempleo y España verá reducido notablemente su PIB por este motivo.
19. **MOVILIDAD REDUCIDA A LO ESENCIAL A MEDIO PLAZO.** Al igual que los atentados del 11 S, el COVID-19 va a cambiar los requisitos para viajar en avión. Seguramente veremos importantes restricciones relacionadas con la salud en los aeropuertos. Ello sumado a los países cerrados a la llegada de extranjeros y las personas que evitarán viajar a zonas de riesgo, van a obstaculizar la recuperación de los desplazamientos.



## SOCIEDAD Y CONSUMO

El miedo y la preocupación son emociones que no van a abandonar a las personas fácilmente y condicionarán su comportamiento y decisiones.

20. **NUEVOS HÁBITOS DE RELACIÓN Y DE HIGIENE.** Por miedo a rebrotes o porque hemos aprendido que es mejor limitar el contacto con otras personas, lo más probable es que tanto el distanciamiento social como los hábitos de higiene se queden con nosotros. En este sentido pueden tener un buen futuro las empresas que produzcan artículos de higiene personal, jabón y productos desinfectantes.
21. **SOLIDARIDAD FRENTE AL INDIVIDUALISMO.** Esta crisis nos ha obligado a confiar en la solidaridad para salir adelante: quedarse en casa, ayudar a los más vulnerables.... Hemos pasado de *producto-centric* y *consumer-centric* a *community-centric*.
22. **HOGARES MÁS CÓMODOS Y VERSÁTILES.** Al adquirir nuevos usos (ocio, trabajo, deporte, etc.) muchos se habrán dado cuenta de aquello que le falta en su casa para sentirse mejor y procurarán incorporarlo.
23. **VUELTA A LOS HABITOS DE VIDA Y ALIMENTACIÓN SALUDABLES.** La práctica del deporte, y una alimentación que favorezcan el sistema inmunitario va a ser tanto un argumento publicitario como el origen de nuevos productos.
24. **EL MIEDO Y LA PREOCUPACION NUEVOS PROTAGONISTAS .** Por bastante tiempo las personas van a tener "miedo" de contagiarse. De COVID-19 o de otras cosas. Existe por ello un peligro de "marginar" a grupos, actividades, alimentos....



## AMBITO GEOPOLÍTICO

La aparición imprevista del COVID-19 ha generado un terremoto geopolítico de consecuencias todavía imprevisibles.

25. **SE HACE EVIDENTE LA FALTA DE UNA GOBERNANZA GLOBAL.** Organismos como la OMS, la OCDE, EL FMI, etc... criticados y desacreditados por muchos gobiernos deberán recuperar su credibilidad y un protagonismo real para impulsar políticas, normas y regulaciones que hagan de nuestro un planeta un lugar más seguro para asegurar nuevas amenazas de carácter global.
26. **CHINA SE PROYECTA COMO POTENCIA MUNDIAL.** Ha tenido mucho protagonismo en esta crisis, para bien y para mal. ¿Cómo afectará a su relación con el resto de los países del mundo?

