



están en proceso de implantar este tipo de negocio, pero también muchas micropymes, de las que tanto abundan en el sector agrícola tan importante en Castilla-La Mancha y Ciudad Real, han conseguido salvar el cierre de ininidad de puntos de venta y de establecimientos de hostelería durante el confinamiento gracias a la digitalización.

Desde ahora una tienda online, un buen modelo logístico para llegar a clientes de todas partes, y un eficaz marketing digital –sobre todo en redes sociales– representan la estrategia empresarial de miles de empresas para afrontar el futuro.

Las cifras así lo confirman, siete de cada diez empresas españolas han acelerado su digitalización y algún gurú en la materia se atreve a pronosticar que “el que no esté en el mundo digital va a dejar de existir. Aunque llegue la vacuna, los clientes preferirán este nuevo modelo”.

En este sentido, la ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño, manifestó recientemente durante su participación en el encuentro Retina Reset que en España se ha avanzado más en digitalización en estos meses que en los últimos años.

Recordó que España dispone de más fibra óptica instalada que Francia, Alemania, Italia y Reino Unido juntos, pero destacó dos importantes asuntos pendientes: las carencias del sistema educativo, que exigen inversión en equipamiento y formación del profesorado en nuevas metodologías de aprendizaje; y la muy necesaria mejora en competencias digitales (manejo de las tecnologías de la información) de la población



en general.

Otro aspecto importante a tener en cuenta en el nuevo mundo empresarial pospandemia es la evolución de los espacios de trabajo, en los que las tendencias existentes antes de la aparición del virus junto con la implantación del teletrabajo han configurado nuevos recintos laborales.

Algunas grandes empresas ya habían implantado entre sus empleados, en torno al 60% de la plantilla, el trabajo en casa uno o dos días a la semana; una norma que se aplicará al cien por cien de la plantilla tras la pandemia.

Asimismo, en adelante y durante un tiempo prolongado en las empresas se verán ‘carriles’ de entrada y salida a las oficinas, dispensadores de mascarillas y gel hidroalcohólico, cámaras termográficas y pegatinas que indicarán donde de poder, o no, sentarse, ubicarse en el ascensor o en las salas de reuniones.

Igualmente se habilitarán espacios más colaborativos, menos despachos y las entidades dedicadas a la salud y banca ampliarán su espacio disponible para

garantizar la distancia mínima social y transmitir más sensación de seguridad.

En cualquier caso, la tecnología, que fue la gran aliada para garantizar la actividad durante el confinamiento, lo seguirá siendo en la nueva normalidad pero sin olvidar el aspecto fundamental: el factor humano.

Algunos especialistas coinciden en señalar que la salud ahora será el factor clave que de sentido al ‘home office’ puesto que esta modalidad de trabajo suele borrar los límites entre los horarios laborales, sociales y familiares, a pesar de los esfuerzos que se están haciendo en materia legislativa. En un alto porcentaje, el trabajo delimitado por horas dará paso, con toda probabilidad, al trabajo por objetivos.

La pandemia ha demostrado que se puede trabajar de otra manera por lo tanto la pregunta es ¿para qué volver a lo anterior?

La cuestión entonces es adaptarse a las nuevas tecnologías, todavía se realiza más trabajo a distancia que verdadero teletrabajo, y plantear una nueva filosofía que permita tener a los equipos

motivados, productivos y que atraiga a nuevos talentos a través de la red.

Para terminar, merece la pena destacar que los españoles encaramos la pospandemia batiendo el récord de ahorro, disparado por el cambio de hábitos durante el confinamiento, la incertidumbre y la caída del consumo por las restricciones al ocio.

Se ha incrementado hasta situarse la renta disponible en el segundo trimestre de este año en el 31,1%, la cifra más elevada de la serie histórica desde que se empezó a computar este dato en 1999. Curiosamente, este registro supera en más de 10 puntos al anterior más alto, que fue del 20,1% en el segundo trimestre de 2009, casualmente en otra época de recesión global.

¿Quiere esto decir que la combinación de la vacunación masiva y las altas tasas de ahorro anticiparán una reacción robusta del consumo?

Sería lo deseable, una sociedad post-covid-19 con una actividad social y económica elevada similar a la de principios de 2020, pero con una mayor disponibilidad de dinero gracias al ahorro de los últimos meses, podría provocar una gran dinamización empresarial y una rápida recuperación del mercado de trabajo.

Basta recordar que a la gran tragedia de la gripe española de 1918-1919, que provocó más de 50 millones de muertos, no siguió un estado de depresión colectiva sino que se vivieron los ‘alegres años 20’, aunque no faltan quienes sostienen que las secuelas psicológicas suavizarán esa euforia y la recuperación del consumo será más moderada.



Corral de Calatrava ...

*Les desea Feliz Navidad y
Prospero Año Nuevo 2021*