

Los retos de la nueva realidad

CAMBIOS GLOBALES/ El Covid-19 ha trastocado nuestras vidas a muchos niveles. En el plano internacional, la guerra comercial y el teletrabajo y ha vaciado los centros de las grandes ciudades, antes llenos de turistas y trabajadores. También nos ha

Amaia Ormaetxea. Madrid

El mundo vive los momentos más inciertos de las últimas décadas. La pandemia aún está lejos de ser doblegada, el número de infectados vuelve a multiplicarse y la economía sigue acusando el duro golpe que está suponiendo la paralización de muchas actividades productivas. Nuestra vida social se ha reducido al máximo, el teletrabajo se ha instalado en nuestras vidas y hemos dejado de viajar, de hacer turismo y de salir a cenar con los amigos. La llamada *nueva normalidad* está reconfigurando el mundo, tal y como lo conocíamos antes de que el Covid-19 lo inundara todo. Éstos son principales los retos políticos, económicos y sociales que debemos abordar:

• **Guerra comercial y polarización política:** Ya antes de la pandemia, Estados Unidos y China estaban enzarzados en una suerte de *guerra fría* comercial y diplomática con repercusiones en todo el mundo. El motivo de estas tensiones no es otro que el temor de Estados Unidos a perder su, hasta ahora, indiscutida supremacía mundial en favor de la pujante China, que ha invertido esfuerzo y dinero en los últimos años para poner en marcha una diplomacia económica de largo alcance: actualmente, el gigante asiático es el principal socio comercial de muchos países latinoamericanos (como Brasil, por ejemplo) y ha ganado peso en Europa (Italia se integró el año pasado en su proyecto Ruta de la Seda). La pandemia no sólo ha mantenido esta polarización a nivel global sino que la ha acentuado también dentro de muchos países. Un reciente estudio de la fundación Carnegie asegura que el enfrentamiento político es ahora mayor que antes en países como Estados Unidos, Polonia, Brasil o Chile.

• **Trabajo y pensiones.** La Organización Internacional del Trabajo estima que la pandemia está afectando de alguna manera a unos 3.300 millones de trabajadores en todo el mundo. Muchos de ellos han perdido su empleo de manera temporal, otros muchos de manera definitiva. Además, el teletrabajo ha entrado de lleno en las empresas, lo que ha impulsado también un nota-



ble avance en materia de digitalización. Un estudio de Global Workplace Analytics (GWA) que recoge BBVA en un reciente informe sobre teletrabajo, asegura que este cambio forzado por la pandemia ha llegado para quedarse. Según Kate Lister, presidenta de GWA, “entre el 25% y 30% de la fuerza laboral trabajará desde casa varios días a la semana para finales de 2021”. Los cambios en el mercado laboral también afectan a las pensiones. Un estudio de Mercer revela que la crisis económica provocada por la pandemia –y el aumento consecuente de la tasa de desem-

Una cuarta parte de la fuerza laboral teletrabajará a finales de 2021, según GWA

El respeto al medio ambiente y a las personas es un valor en alza para los consumidores

pleo– reducirá las contribuciones de los trabajadores a pensiones públicas y privadas, por lo que obtendrán una retribución menor cuando se jubilen o deberán cotizar durante más años.

• **Economía sostenible.** La sostenibilidad ya formaba parte de las hojas de ruta de gobiernos y empresas antes del Covid. Ahora, sin embargo, la necesidad de salir de la crisis de una forma más respetuosa con el medio ambiente y con el ser humano se ha hecho más patente que nunca. Ayer mismo, en un acto del Congreso Nacional de la Em-

presa Familiar, Felipe VI situaba la sostenibilidad medioambiental, el riesgo climático y la cohesión social entre los principales retos de España, Europa y el mundo en general. Según un estudio elaborado durante la pandemia por la consultora especializada en marketing, Edelman, un 71% de los ciudadanos asegura que las marcas que antepongan sus beneficios a las personas durante esta crisis perderán su confianza para siempre. Los valores éticos de las empresas han tomado más fuerza que nunca, al capitalismo se le ha sumado el adjetivo “moral” y la responsabilidad

social corporativa se ha convertido en un valor en alza para unos consumidores cada vez más concienciados con el medio ambiente y los peligros de un consumismo desaforado. Las empresas también deberán jugar un papel en la lucha contra la desigualdad, que la pandemia va a acentuar, muy especialmente, en los países en vías de desarrollo.

• **Europa y el Brexit.** La pandemia está resultando una prueba de resistencia para la Unión Europea que, además de las consecuencias económicas y políticas de la pandemia, tiene que hacer frente a