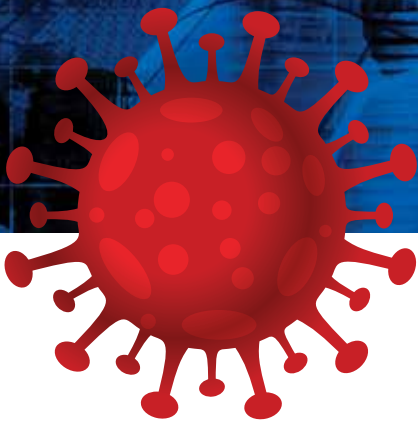


Por Arturo Castro Barrantes

# La economía después del Coronavirus



El virus microscópico e invisible que recluyó a la humanidad en sus hogares, cerró centros de producción y cambió la forma en que se comercializa, se consume y se interactúa con los clientes.

**E**n un panorama tan incierto como el que presenta la emergencia sanitaria del Covid-19 y que afecta a todos los países del planeta en distintas proporciones, lo único cierto es que la forma de realizar intercambios de mercancías cambiará en el futuro.

Y es que la incertidumbre es uno de los factores que conforman un “problema perverso”, como se le conoce técnicamente a situaciones donde “el conocimiento es incompleto, contradictorio, incluye a muchas personas,

muchas opiniones y, por lo general, acarrear un daño económico espantoso, con un ambiente enorme de incertidumbre, donde es muy difícil saber las consecuencias de lo que se decida, que podría parecer bueno”.

Así lo asegura Juan Carlos Barahona, profesor asociado del INCAE, de Gestión de la Innovación y la Tecnología y director de las maestrías de *Marketing* y Transformación Digital, quien afirma que ante una de las características de los problemas perversos —su carencia de antecedentes—,

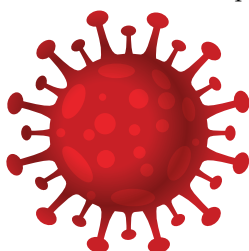


La pandemia del Covid-19 ha obligado a miles de empresas a implementar el teletrabajo.

## EL TELETRABAJO FAVORECERÁ A LAS PERSONAS QUE SE QUEDAN EN CASA CON SUS HIJOS Y A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

“cada uno va a tener que resolver desde sus valores”.

“Le toca a las familias, empresas y países pensar muy a fondo cuál es su identidad, sus valores, sus competencias y cuáles son sus aspiraciones; porque, cuando a usted se le desbaratan todos los sistemas, es para que pueda decir voy a hacer esto porque es lo justo”, afirma Barahona.



### Posibles panoramas diferentes

De acuerdo con Ronald Xirinachs, socio de Asesoría Financiera de Deloitte Costa Rica, su compañía maneja varios posibles escenarios futuros.

En el primero, la pandemia sacude a la sociedad, pero se tiene una respuesta de salud y política efectiva que erradica el virus más rápido de lo esperado. A pesar de esto, la economía mundial entra en recesión y se exacerba la inequidad socioeconómica, al evidenciarse la capacidad desigual de

las personas para soportar la crisis.

“Las empresas medianas y pequeñas sufrirán y, aunque los paquetes gubernamentales de estímulo las ayudarán a retener empleados, la cuarentena obligará a muchas a cerrar. Muchos trabajadores permanecerán desempleados en el largo plazo. Habrá empresas que se adaptarán y serán más resilientes hacia crisis futuras”.

En un escenario intermedio, la pandemia persiste más allá de las proyecciones iniciales y la crisis prolongada golpea fuertemente la economía. Las empresas grandes son más resilientes,

Ronald Xirinachs, socio de Asesoría Financiera de Deloitte Costa Rica.

mientras que las pequeñas son adquiridas o encuentran dificultad para mantenerse operando. Las empresas rezagadas en tecnología y conectividad serán menos prominentes o podrán quebrar. Las alianzas público-privadas surgen porque las empresas dan un paso adelante como parte de la solución global. Empresas más grandes tomarán algunas de las funciones anteriormente realizadas por el sector público y trabajarán para revitalizar sus comunidades y proveer soporte durante la recesión económica.

“El escenario más dramático requiere creer que el Covid-19 continúa mutando para evadir su erradicación. Ciudadanos ceden libertades a los gobiernos en nombre de la contención del virus y éstos refuerzan las políticas aislacionistas. La economía global se recuperaría hasta el 2022, con



diferentes tasas de recuperación por país”, explica Xirinachs.

Para el representante de Deloitte, el teletrabajo se extenderá en algunas industrias, lo que favorecerá a los padres y madres que se quedan en casa con sus hijos y a las personas con discapacidades.

“Las empresas están aprendiendo a hacer más con menos y estas eficiencias podrían trasladarse al período post-crisis. Además, puede haber un salto en innovación que impulse la creación de nuevos modelos de negocio”, asegura Xirinachs.

El ejecutivo dijo además que la resiliencia ante las crisis debe convertirse en un elemento clave en el diseño de modelos de negocio.

“Las cadenas de abastecimiento deben tener planes de contingencia en caso de que proveedores en otras geografías, como China, entren en dificultades. Los contratos laborales serán más flexibles. Las empresas tendrán que abrazar el comercio en línea para mantenerse relevantes. Además,



La banca digital y las compras en línea han crecido rápidamente en las semanas recientes.

las empresas que desarrollen modelos de suscripción lograrán generar ingresos más predecibles. Todo lo anterior debe capturarse en proyecciones de flujo de caja con distintos escenarios, incluyendo el modelaje de situaciones de crisis”, explica Xirinachs.

Barahona dice que la crisis sanitaria redirigirá los ojos de los consumidores a los mercados locales, ya que “el comercio internacional va a quedar muy dañado”.

“Con más elegancia o con menos elegancia, los países han tomado decisiones muy duras para el comercio internacional, que se van a agravar, restricciones en la movilización de equipos, de medicamentos... pronto vamos a ver restricción en alimentos. Como todos vamos a salir golpeados, todos vamos a querer apoyar a nuestros productores nacionales. Se mantienen las ventajas del comercio internacional, pero reestablecer relaciones será medio complicado”.

“Tenemos que muy rápido sentarnos el sector privado, el sector público y el resto de la sociedad civil, para saber cómo vamos a acampar, salvando a los más débiles, y para reconocer que estuvimos durante 100 años con un modelo de sociedad que era poco sostenible. Tal vez, lo único bueno de este virus maligno es que nos recordó a todos nuestra vulnerabilidad personal. Vamos a tener que hacer una sociedad distinta. Lamentablemente, lo único que nos va a guiar es el virus, al que conocemos poco. Cualquiera que le diga cuánto va a durar esto está apelando a la fantasía posiblemente”, asegura Barahona. [v](#)



**ARTÍCULO AMPLIADO**

Para ver más de este tema lea este código QR con su celular.



Juan Carlos Barahona, profesor asociado del INCAE, de Gestión de la Innovación y la Tecnología y director de las maestrías de *Marketing y Transformación Digital*.