

SIETE VISIONES SOBRE LA NUEVA REALIDAD EN 2021

EL PAÍS – Julio Núñez – 28 de enero de 2021

Expertos en ámbitos como la logística, la vertebración territorial, el urbanismo, el comercio o la empresa analizan los retos y las oportunidades para entender el nuevo año.

Reequilibrio poblacional, mejora de las conexiones, digitalización de las empresas, el papel clave de la logística, reconversión de locales y tiendas urbanas en centros de distribución... El 2020 supuso la llegada obligada de nuevos hábitos, modelos y tendencias empresariales y de gestión que, este 2021, cogerán fuerza y cambiarán el paradigma laboral y social. Consultamos a siete especialistas de distintos sectores para que nos adelanten cómo serán los nuevos tiempos de nuestro futuro más cercano.

LOGÍSTICA / LA CLAVE DE TODO

**“HAY QUE ASUMIR
COMO SOCIEDAD
QUE NO SIEMPRE
NECESITAMOS
TODO LO QUE
COMPRAMOS AL
DÍA SIGUIENTE”**

Sergio Paredes

Subdirector de Distribución de Correos



La logística se ha convertido en el último año en uno de los sectores que más protagonismo ha cobrado en los medios de comunicación y en la vida de las personas. Una importancia que, pese a la crisis económica, está ganando su peso en oro. Las inversiones en la creación de nuevos centros de reparto y almacenes han rondado los 1.500 millones de euros en 2020. Para Sergio Paredes, subdirector de Distribución de Correos, superar los retos del desabastecimiento durante la pandemia no ha sido fácil: las empresas han tenido que adecuar el equipamiento de repartidores, implementar protocolos sanitarios y gestionar rápidamente el crecimiento imparable del volumen de repartos por el aumento de las compras *online*. Respuesta que el subdirector no duda en que, en el futuro, será un caso de estudio en las universidades de negocios. Esta transformación, sumada al asentamiento de tendencias como el teletrabajo, también ha impulsado la vertebración entre grandes urbes y pequeñas localidades, una clave que marcará 2021. “Este crecimiento está acercando productos y servicios a zonas de baja densidad de población. Si a eso le sumamos el avance del teletrabajo, estos entornos

ganan en atractivo”, continúa Paredes.

Pero también habrá retos. “Como consecuencia, en 2021 empezaremos a ver debates sobre la congestión en las ciudades y la sostenibilidad de la entrega a domicilio”, explica, y añade: “No es fácil adecuar la capacidad productiva de la noche a la mañana, y los costes (y por lo tanto los precios) se resienten. Tenemos que asumir como sociedad que no siempre necesitamos todo lo que compramos al día siguiente. Debemos de entender que hay consecuencias en esa urgencia”. Por ello, indica, el principal desafío es cuidar el medio ambiente, ya que “las ciudades no podrán sostener un aumento exagerado de las entregas a domicilio, tanto por tráfico como por contaminación”.

AUTÓNOMOS / LA OBLIGADA DIGITALIZACIÓN

“EL RETO ES APOYAR LA DIGITALIZACIÓN QUE CADA AUTÓNOMO NECESITE”

Celia Ferrero

Vicepresidenta ejecutiva de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA)



La obligatoriedad del teletrabajo y del comercio electrónico han provocado que autónomos y pymes hayan iniciado una carrera contrarreloj y sin retorno para digitalizarse y sobrevivir. “Estamos viendo un concepto muy claro, el *homing*: todo tiene que llegar al domicilio y todo se tiene que hacer en el domicilio. Y eso hace que muchos sectores tengan que transformarse a una velocidad vertiginosa para poder adaptarse a esos nuevos hábitos”, analiza Celia Ferrero, vicepresidenta ejecutiva de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA).

Ante las dificultades, Ferrero señala que el coronavirus ha fomentado nuevos nichos de mercado convertidos en auténticas oportunidades de negocio, como empresas de gestión de residuos urbanos, instaladores de 5G, nuevos métodos de empaquetado de alimentos y, sobre todo, negocios de reformas. “La nueva normalidad está llevando a muchos autónomos a readaptar espacios en sus viviendas para poder trabajar”, apunta la vicepresidenta de ATA. No obstante, estas oportunidades se encuentran con un problema para llevarse a cabo: la falta de formación en el colectivo. Cabe destacar que esta transformación no solo equivale a abrir una web, sino a digitalizar todos los procesos de cualquier empresa, desde gestionar la producción hasta la forma adoptada para relacionarse con clientes y proveedores. “El principal reto es apoyar la digitalización que cada autónomo necesite. No hace falta que se conviertan en ingenieros, sino poder disponer de herramientas digitales a su medida y que sepan utilizarlas”, comenta Ferrero.

“ESTE 2021 ATERRIZARÁ EL DEBATE DE CÓMO HAY QUE LLEVAR A CABO LAS OPORTUNIDADES EN LAS ZONAS DESPOBLADAS”

Luis Antonio Sáez

Presidente del Centro de Estudios sobre la
Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales



Las nuevas condiciones laborales no presenciales, la fuerza del *e-commerce* y las nuevas comunicaciones entre las ciudades también está impulsando a miles de emprendedores (y ciertos trabajadores) a fijar su residencia en zonas despobladas donde el precio de la vivienda es más barato y la calidad de vida mejor. Una tendencia que, según el profesor de Economía Aplicada en la Universidad de Zaragoza y presidente del Centro de Estudios sobre la Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales Luis Antonio Sáez, determina el dinamismo de los territorios rurales. “Ahora con el teletrabajo (en torno a un 30-35% de los empleos se podría hacer así), uno podría residir en una pequeña comunidad con gran calidad de vida”, cuenta Sáez. Una tendencia que también reflejan las percepciones del portal inmobiliario Idealista y del Instituto de Valoraciones, que señalan que la búsqueda de residencias en zonas rurales ha aumentado considerablemente desde el pasado año.

Pero para dar el salto de la actual España vacía a esa España deseada y fomentar sus cimientos es necesario superar ciertos retos. Sáez cita la urgencia de políticas de apoyo a estos lugares en materia de vida social y cultural, de ayudas para personas dependientes y de un claustro docente creativo (tanto para jóvenes como para adultos). En este 2021, dice el experto, uno de los debates nacionales se centrará en las vías para desarrollar estas oportunidades y, sobre todo, los retos y consideraciones a tener en cuenta antes de mudarse a estas zonas. “Mucha gente quiere vivir en un pueblo teniendo lo de la ciudad, y aunque los políticos venden eso, sería bueno empezar a reconocer que las ventajas de lo rural no son absolutas, pero sí bastantes”, matiza Sáez, que puntualiza: “También hay que abandonar la cultura de la queja y del agravio”.

“LOS COMERCIANTES DEBEN TRANSFORMARSE PARA UN CLIENTE TOTALMENTE OMNICANAL Y MÁS REACIO AL CONTACTO FÍSICO”



Pedro Campo

Presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC)

El sector de los comerciantes también se está enfrentando a las demandas que exigen los nuevos consumidores pos-covid: totalmente omnicanales y más reacios al contacto físico, apunta el presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), Pedro Campo. Circunstancia que ha provocado el cierre de muchos negocios. “Algunos subsectores del sector comercial han registrado caídas de facturación interanuales del 40% y un 20% de los comercios de proximidad han cerrado ya sus puertas”, comenta Campo. Para superar la crisis y responder a las necesidades de los clientes en 2021, la digitalización del comercio (asignatura pendiente sobre todo para el de proximidad) será el primer objetivo de este sector.

Las nuevas formas de trabajo serán esenciales: teletrabajo, combinar la presencialidad en locales comerciales con el comercio electrónico, transformar tiendas físicas en pequeños almacenes (fenómeno conocido como *dark stores*, tiendas oscuras en inglés) y fomentar la estructura de repartos con la ayuda de operadores logísticos especializados, entre otras. A estas nuevas formas se le sumarán otras maneras de organizar el trabajo diario, mucho más flexible (tanto para el jefe como para sus empleados) y supeditada a los nuevos protocolos sanitarios: distanciamiento de seguridad, uso de guantes, gel, pruebas PCR, contemplar un aumento de las bajas laborales, etc.

**“LAS CIUDADES
DEBEN
REDESEÑARSE.
CREAR BARRIOS
DONDE PODER
VIVIR Y TRABAJAR
EN UNA ZONA DE
CORTA DISTANCIA”**



Xabier Arruza

Coordinador de Bilbao Urban & City Design

El crecimiento del comercio electrónico ha generado un efecto dominó que ha provocado graves problemas de movilidad en las ciudades: crecimiento del tráfico, atascos y aumento de la contaminación atmosférica. Sumado esto a los nuevos hábitos provocados por la covid-19, las demandas de replantearse nuevos modelos de movilidad y de planos urbanísticos han cobrado relevancia. “Las ciudades deben rediseñarse y naturalizarse. Crear distritos o barrios con usos mixtos, donde poder vivir, trabajar y estudiar en una zona de corta distancia, donde se evitaría la necesidad de movilidad”, comenta Xabier Arruza, experto en desarrollo de nuevos negocios y coordinador de Bilbao Urban & City Design, *hub* de empresas y asociaciones que desarrollan proyectos para reconvertir ciudades. Muchos ayuntamientos, afirma Arruza, ya han acelerado sus planes de reordenación de espacios urbanos y varias empresas logísticas han comenzado a proyectar para este 2021 la creación de nuevas soluciones de reparto, integradas en los barrios, como los *microhubs* (minialmacenes de reparto en el centro de las ciudades) o las taquillas para el depósito y recogida de paquetes durante las 24 horas. “El sector de distribución urbana de mercancías, que toda la vida ha abastecido a los comercios, cubre una necesidad vital para nuestras ciudades. Hay que cuidarlo y buscar soluciones sostenibles”, subraya Arruza.

“HAY MUCHOS RESTAURANTES DE ESTRELLA MICHELIN QUE ESTÁN PENSANDO EN VENDER POR INTERNET”

Raúl Martín
Director de KM Zero



También ha llegado para quedarse una nueva forma de hacer la cesta de la compra: tanto en la adquisición del género (aumento de la compra *online* como del servicio *click and collect*, comprar por internet y recoger en tienda) como en su origen, más saludable y procedente del comercio de proximidad. Esto también ha replanteado el modelo de negocio de muchas empresas dedicadas a la restauración que, siendo de las más perjudicadas por las crisis del coronavirus, se han visto obligadas a reinventarse. “La logística está en todos los cambios importantes. El reto es encontrar una forma rentable de cómo llevar alimentos frescos, tanto de un súper como de un restaurante, a la casa de los clientes”, explica Raúl Martín, director del *hub* de innovación en alimentación KM Zero. Pese a los numerosos cierres, Martín también señala nuevas oportunidades de negocios (como las *dark kitchen*, es decir, restaurantes sin comedor que cocinan solo para llevar) donde el *packaging* de alimentos y la experiencia de recibir estos envíos se volverá esencial. “Hay muchos restaurantes de estrella Michelin que están pensando en vender por Internet. Y la experiencia [del embalaje y presentación] tiene que estar al mismo nivel que cuando los clientes iban a un local físico”, afirma Martín.

El reto, comenta el experto, será desarrollar la parte logística del sector, tanto en los restaurantes convencionales como de los nuevos negocios que abren. Empresas que nacen 100% *online*, sin un local físico y mayormente preocupadas por la sostenibilidad y por los productos de proximidad. “La gente está más concienciada en comprar alimentos más de su entorno o en un *marketplace* que agrupa a artesanos de este tipo. Estamos pasando de los productos de kilómetro cero a los de metro cero”, subraya.

“TENDREMOS QUE HACER FRENTE A LA GESTIÓN DE RESIDUOS DEL NUEVO MODELO”

Santiago Molina

Director de Formación del Instituto Superior del Medio Ambiente



Nueva vertebración, otro modelo territorial, distribución más amplia, acceso universal... Posibilidades que también están generando desafíos en materia de sostenibilidad. “Tendremos que hacer frente a incertidumbres y dificultades pendientes de resolver como la gestión de los residuos generados por el nuevo modelo”, señala el experto Santiago Molina, director de Formación del Instituto Superior del Medio Ambiente. Retos que parten en gran medida de los efectos negativos de una mala gestión en el reparto de paquetes en la última milla. Por ello, los repartos verdes y responsables (con vehículos no contaminantes) serán esenciales.

Para Molina, el sector logístico es clave en este contexto, ya que la entrega de paquetería a domicilio será esencial a la hora de planificar los modelos de sostenibilidad en las grandes urbes. Los retos en 2021, analiza el experto, estarán marcados por la lucha contra la alta contaminación, las soluciones para la reducción de emisiones de CO₂ y otros elementos contaminantes y las iniciativas para integrar un mayor flujo de vehículos de entrega sin condicionar el tráfico.

[Enlace al artículo aquí.](#)

Date

2025/04/02