

Por qué Zoom no puede salvar al mundo



Tiempo de lectura: 6 min.

[Ricardo Hausmann](#)

Dom, 23/08/2020 - 20:42

Antes del COVID-19, el gasto en viajes de negocios alcanzaba un total de 1,5 billones de dólares al año (aproximadamente el 1,7% del PIB mundial). Ahora se redujo al mínimo, dado que los países han cerrado sus fronteras y se ha afianzado el distanciamiento social. Los aviones han permanecido en tierra, los hoteles están cerrados y los ejecutivos no ganan millas por ser viajeros frecuentes. Muchos empleos en el sector del turismo y de la hospitalidad están sintiendo las consecuencias. Pero si sólo se tratara de esto, el impacto, por más grande que fuera, probablemente sería mucho menor que la caída en el turismo internacional general, y fácilmente reversible una vez que terminara la pandemia.

Lamentablemente, [una investigación](#) que hice en conjunto con [Frank Neffke](#) de Harvard y [Michele Coscia](#) de la Universidad IT de Copenhague, recién publicada en la revista académica [Nature Human Behavior](#), determina que el impacto de interrumpir los viajes de negocios puede ser mucho mayor y más duradero. Para entender los motivos, antes debemos empezar por preguntarnos por qué los viajes de negocios eran tan grandes y por qué venían creciendo a un ritmo tres veces mayor que el PIB global, a pesar de la existencia de Skype, Facetime, WhatsApp o simplemente el email –todas ellas herramientas que anteceden tanto al COVID-19

como a Zoom.

¿Tenía todo que ver con privilegios ejecutivos o esos 1,5 billones de dólares eran esencialmente dinero bien invertido? Si fuera así, ¿cuál es la razón que los justifica y cuáles son las implicancias de que esas actividades hoy estén restringidas?

Claramente, cuando comenzamos esta investigación, no podíamos haber imaginado una interrupción tan completa de los viajes de negocios. Pero nuestro análisis sí arroja luz sobre las posibles consecuencias.

En ese momento, estudiábamos la difusión tecnológica. A nuestro entender, la tecnología se basa realmente en tres tipos de conocimiento: el conocimiento incorporado en las herramientas; el conocimiento codificado en códigos, recetas, fórmulas, algoritmos y manuales de uso; y el conocimiento tácito en los cerebros o knowhow (saber hacer). De los tres, las herramientas y los códigos son fáciles de desplazar, pero el knowhow se mueve muy lentamente de un cerebro a otro a través de un largo proceso de imitación, repetición y retroalimentación, como cuando aprendemos a hablar un idioma nuevo o a tocar un instrumento musical.

Como Malcolm Gladwell sostiene en su libro *Outliers*, puede llevar 10.000 horas de práctica volverse bueno en algo. Frente a la dificultad de traspasar el knowhow de un cerebro a otro, la gente hace mucho tiempo descubrió que era mucho más fácil simplemente mover los cerebros. Muchos investigadores, incluidos nosotros, habían estudiado el movimiento del knowhow entre empresas, regiones y países a través de la movilidad laboral, la migración y las diásporas.

Pero, ¿qué rol juegan los viajes de negocios? En un trabajo anterior, habíamos demostrado que no existe demasiada correlación de los viajes de negocios con el comercio o inclusive con los nuevos flujos de inversión extranjera directa. Parece existir una correlación mucho más estrecha con la cantidad de establecimientos en un país que son propiedad de empresas en otro país.

Según Dun & Bradstreet, hay 1,5 millones de establecimientos de este tipo en el mundo. Para dirigir una empresa, no sólo se necesita información, sino también la capacidad de resolver problemas. Hace falta knowhow. Una de las ventajas de las corporaciones multinacionales y de las firmas globales de consultoría, contabilidad y abogacía es que pueden trasladar esa capacidad a diferentes puntos de su red.

A partir de datos anonimizados y agregados sobre viajes de negocios brindados por el Centro para el Crecimiento Inclusivo de Mastercard, pudimos estudiar si los viajes de negocios eran importantes para la difusión tecnológica al poner el knowhow a disposición de los países receptores. Esto es exactamente lo que descubrimos. Los viajes de negocios de países que son buenos en una industria determinada se traducen en mayor productividad, empleo y exportaciones en esas industrias en el país receptor, en los tres años subsiguientes. Asimismo, la variación de los viajes de negocios asociada con diferencias en regímenes de visados bilaterales nos permite interpretar esta relación no sólo como una correlación, sino como una relación causal. Los países que más se benefician de los ingresos de knowhow a través de viajes de negocios son Austria, Irlanda, Suiza, Dinamarca, Bélgica, Hong Kong y Singapur. No hay ningún país en desarrollo entre los principales 25 receptores. Los que mejor se desempeñan en el mundo en desarrollo son Panamá, Uruguay, Serbia, Malasia, Sudáfrica y Chile. Los países que comparten su conocimiento más profusamente son Alemania, Canadá, Estados Unidos, el Reino Unido, Corea del Sur, Francia y Japón. India, Brasil y China ocupan el lugar 12, 15 y 17 respectivamente. Según nuestras estimaciones, una interrupción permanente y total de los viajes de negocios internacionales achicaría el PIB global en más del 17% del PIB, un orden de magnitud mayor que el 1,7% del PIB que se gastaba en 2018. Los países más afectados serían aquellos que actualmente se benefician más de los ingresos de knowhow.

El mundo pre-pandémico confiaba cada vez más en la capacidad de accesar el knowhow que existía a nivel global. Las economías que podían conectarse a esos flujos de knowhow resultaban beneficiadas con mayor productividad, producción y exportaciones. Gran parte del mundo en desarrollo era muy periférico a esos flujos, pero lo poco que recibían era muy importante para su diversificación y desarrollo económico.

Mucha gente, entre quienes me incluyo, está descubriendo que puede ser tan productiva trabajando desde su casa y conectándose a través de Zoom como si estuviera en la oficina o viajando por negocios. Pero esto puede ser una ilusión de corto plazo que varía significativamente según la actividad. El Fondo Monetario Internacional ha podido [desembolsar asistencia financiera](#) a muchos países de manera rápida, haciendo trabajo de oficina, hablando por Webex y luego simplemente transfiriendo fondos. Pero a los bancos de desarrollo les ha resultado mucho más difícil elaborar proyectos de infraestructura, donde la presencia física es

inevitable. Sin acceso al knowhow global en persona, las empresas locales han tenido dificultades para construir estructuras, reparar equipos o descifrar cómo mejorar las operaciones. Nuestra investigación implica que el mundo pagará un precio importante por la interrupción de los viajes de negocios, lo cual se tornará evidente a través de un menor crecimiento de la productividad, menor empleo y menor producción post-crisis. El tiempo es un recurso no renovable y los viajes perdidos no se recuperan, aún si los viajes futuros regresan a la normalidad. Aunque el cierre del tráfico aéreo es inevitable, dado el imperativo de la salud pública, los costos son reales. Estos costos aumentarán aún más si renunciamos a las inversiones globales en las vacunas y certificaciones necesarias para reabrir los viajes de manera segura los más rápido posible. Y, obviamente, los países pagarán un precio aún mayor si utilizan el COVID-19 como una excusa para impulsar una agenda de visados más restrictiva, como intentó hacer el gobierno del presidente norteamericano, Donald Trump, al [limitar las visas profesionales y prohibir el ingreso de estudiantes](#) extranjeros cuyas universidades no reabren sus aulas en el otoño. Sin duda, la pandemia y las tecnologías como Zoom probablemente demuestren que algunos viajes de negocios realmente no son necesarios. Pero nuestra investigación sugiere que trasladar cerebros para compartir knowhow será tan crucial en el mundo post-COVID-19 como lo era antes, y que las consecuencias de interrumpir los viajes de negocios serán duraderas.

*Este artículo fue publicado originalmente en [**Project Syndicate**](#) el 10 de agosto de 2020*

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)