

400 millones de empleos perdidos: El saldo a un año de la llegada del Covid-19

- Escrito por Fernanda Gonzalez

A nivel mundial se perdieron alrededor de 400 millones de empleos de tiempo completo, de acuerdo con la OIT.

No era para nadie desconocido que uno de los efectos más sentidos y visibles de la pandemia en el mundo entero, sería la [pérdida de empleos](#).

Luego de los dos primeros meses de confinamiento a nivel mundial las cifras eran claras en apuntar un escenario nunca antes visto, lo que sin duda suponía un duro golpe para la economía.

Más de 400 empleos perdidos

Durante los primeros meses del año pasado, un reporte firmado por [Fitch Ratings](#), indica que como consecuencia de las restricciones implementadas para detener el avance de la pandemia, la actividad económica mundial sufrirá una contracción de 1.9 por ciento durante este año, a lo que se sumara la caída del PIB a razón de 20 por ciento cada semana en las naciones que se han visto obligadas a hacer cuarentena.

Con esto en mente, el escenario pinta para que el mundo alcance niveles de desocupación máximos e históricos, con pérdidas que se calculan hasta en 15 por ciento de la fuerza laboral en comparación con lo registrado durante el cuarto trimestre de 2019.

Este cifras ahora tiene un nuevo rostro, el cual sin lugar a dudas planteará nuevos retos en términos de consumo.

Y es que de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), a nivel mundial se perdieron alrededor de 400 millones de empleos de tiempo completo, mientras que cerca de 300 millones de empleados vieron reducida su jornada de trabajo lo que se tradujo en menores ingresos.

Así lo dio a conocer Pedro Américo Furtado de Oliveira, director de la oficina de país de la OIT para México y Cuba, en el marco del Foro Forbes Descifrando el empleo: Desafíos y oportunidades laborales en México en donde aseguró que “si tomamos un elemento de horas de trabajo, hubo sectores donde los empleadores redujeron horas de trabajo por un tema de contingencia, estimamos que se redujo 8 por ciento las horas laborales. El gran reto es que la recuperación será lenta, desigual e incierta”.

Lo cierto es que esta tendencia no parará. Se espera que a raíz de los cambios que dejará la pandemia y las nuevas necesidades se pierdan aun más puestos de trabajo.

“Se calcula que se van a perder 8 millones de empleos por el combate al cambio climático, porque son empleos que no son tan limpios”, señaló el representante de la OIT.

El reto para el consumo

Este escenario no deja más que un contexto complicado para el grueso de las marcas, mismas que se enfrentarán a consumidores inmersos en un clima de incertidumbre y grandes restos económicos que no se detendrá aún cuando las vacunas contra el coronavirus ya son una realidad.

Ahora más que nunca será vital para la marcas comunicar sus valores agregados, demostrar el valor y solución que puede representar para los compradores y el nivel de solidaridad que pueden entregar como empresas empleadoras.

El asunto no es menor. Beata con reconocer las pérdidas que han reportado diversas empresas a nivel mundial y los cierres de cientos de tiendas así como la declaración de bancarrota de muchas firmas comerciales.

Dejar de perder, estará asociado a trabajar de manera conjunta por no perder más empleos y tratar de recuperar la mayor cantidad de plazas en el menor tiempo posible.