

## Los nuevos hábitos de los consumidores con la COVID19 impactan en los negocios, que precisan más digitalización

- Encuesta de IBM a 3.200 consumidores españoles
- La vuelta a la oficina preocupa al 60% de los españoles, que consideran que debería haber protocolos de comunicación claros
- El 70% afirma que le gustaría continuar teletrabajando aunque fuera ocasionalmente y el 50% indica que querría que fuera lo habitual
- Un 61% cree que la economía experimentará una recesión durante años y un 60% afirma que la pandemia ha hecho que estén más preocupados sobre la seguridad de sus trabajos

**Madrid, 3 de agosto de 2020.** Los resultados de un estudio realizado por el Institute for Business Value (IBV) de IBM demuestran cómo los nuevos hábitos de consumo de los españoles a causa de la pandemia por COVID 19 han venido para quedarse. El estudio, realizado a partir de una encuesta a 3.216 españoles la semana del 26 de junio, demuestra que la pandemia está provocando importantes alteraciones en una serie de facetas de su vida, tales como su trabajo, sus planes de ocio, sus preferencias en cuanto a vivienda y transporte, el uso de la telemedicina, etc.

“*Hace seis meses la digitalización era una herramienta competitiva, y ahora es una herramienta de supervivencia*”

“El estudio evidencia que COVID-19 está alterando el comportamiento del consumidor de una forma más permanente de la que se esperaba. Estos nuevos comportamientos traen consecuencias inmediatas sobre diferentes sectores de actividad como el comercio minorista, el sector de salud, el transporte, y las expectativas de experiencias físicas y digitales combinadas. Hace seis meses la digitalización era una herramienta competitiva, y ahora es una herramienta de supervivencia para muchos de estos sectores”, ha afirmado Jesús Mantas, socio director mundial de IBM Services.

En términos generales, el 60% de los españoles está preocupado por los rebrotes y el 70% muestra su preocupación porque a finales de año se produzca una nueva oleada pandémica.

Respecto al ocio y las vacaciones de verano, los encuestados españoles prevén modificar sus hábitos de ocio y visitas a lugares públicos. Los lugares que los consumidores afirman que más han frecuentado ya o más van a visitar en el próximo mes son los bares (60%), grandes almacenes (53%), parques (49%) y peluquerías (59%). Sin embargo, planean posponer sus visitas a la playa (52%), gimnasios (66%), museos (73%), cines (72%), teatros (76%), parques temáticos (75%) y eventos deportivos (74%).

## **Vuelta a la oficina**

La encuesta concluye que la vuelta a la oficina es un tema que preocupa a los trabajadores. Casi todos los encuestados afirman de forma contundente que sus empleadores deberían tomar las medidas necesarias para protegerles del virus. Más del 60% considera que debería haber protocolos de comunicación muy claros que informaran a los trabajadores sobre qué se está haciendo para preservar su salud en las oficinas. Un 60% considera que debería haber distanciamiento social y un 50% cree que las empresas deberían proporcionar unas instalaciones preparadas para aquellos que necesiten cuidar de sus hijos.

El teletrabajo aparece como la opción más demandada por los encuestados españoles. El 70% afirma que le gustaría continuar teletrabajando, aunque fuera ocasionalmente, y el 50% indica que querría que fuera lo habitual. Sin embargo, la preferencia por el teletrabajo es más acusada en EEUU, ya que sólo el 19% de los españoles señala que le gustaría seguir teletrabajando exclusivamente, comparado con el 34% de los estadounidenses. Además, el 17% de los encuestados afirma que desea volver a tiempo completo y de forma continua a la oficina, comparado con el 9% de los trabajadores estadounidenses que indican esta preferencia.

Otra cuestión que ha analizado el estudio es la posibilidad de modificar el lugar de residencia a causa de la pandemia. En general, los españoles están igualmente divididos en migrar a zonas urbanas o salir de ellas, no anticipando grandes cambios. Por contraste, los estadounidenses se definen 2 a 1 en favor de salir de las zonas urbanas, consistentemente con una mayor preferencia del teletrabajo.

## **Economía y futuro laboral**

Respecto a la economía y al futuro laboral, un 61% cree que la economía experimentará una recesión durante años y un 60% afirma que la pandemia ha hecho que estén más preocupados sobre la seguridad de sus trabajos. Estas cifras contrastan con las de este mismo estudio realizado con consumidores de EE.UU., que son más optimistas respecto a estas dos cuestiones: el 49% de los consumidores en Estados Unidos cree que la economía se recuperará para final de año y solo el 39% está preocupado por la seguridad de sus trabajos.

## **Movilidad urbana**

Respecto al impacto de la pandemia en las opciones de transporte de los encuestados, el estudio concluye que se ha producido una importante transformación en los hábitos de los usuarios: 1 de cada 10 dice que no utilizará el transporte público y un 36% que lo utilizará menos. La utilización de los servicios de automóvil compartidos también se está viendo afectada: más del 40% ha afirmado que lo utilizará menos o no lo utilizará en absoluto, mientras que un 30% afirma que utilizará más su propio vehículo y uno de cada cinco que lo usará como única forma de transporte. Respecto a los taxis, 1 de cada 10 señala que no los utilizará más.

## **Telemedicina**

Según el estudio, la COVID 19 ha incrementado la demanda de la telemedicina o servicios remotos de salud. Antes de la crisis, 1 de cada 4 utilizaba la telemedicina para acceder a un profesional médico. Sin embargo, ahora un 40% de los encuestados afirma haber utilizado este servicio remoto y el 51% indica que prefiere continuar usando esta opción.

## **Recomendaciones**

En tiempos de incertidumbre, las organizaciones con capacidad de adaptación (es decir, aquellas construidas para poder hacer cambios internos) son las que resisten e incluso emergen más fuertes.

Aquellas compañías que ya habían avanzado en sus procesos de transformación se han encontrado con que estaban mejor preparadas para afrontar la disrupción provocada por la COVID-19 y están aplicando lo aprendido a raíz de la pandemia para mejorar su rendimiento.

### **Han visto necesario hacer inversiones en dos áreas: tecnología y personas**

**Tecnologías:** las organizaciones necesitan invertir en aquellas tecnologías -como la nube híbrida y la inteligencia artificial- que les permitan crear nuevas plataformas para redefinir su ventaja competitiva: por un lado, transformando procesos internos, como la adquisición de talento o la cadena de suministro. Por otro, proporcionando la mejor experiencia de cliente posible a lo largo y ancho de la empresa. Para todo ello, necesitan invertir en tecnologías como IA, IoT, blockchain, Cloud y Edge computing.

**Personas:** pero todo ello no se puede hacer sin personas. Los cambios en las organizaciones siempre vienen asociadas a nuevas habilidades, métodos y formas de gestión. Las empresas van a requerir programas de formación y “re skilling”. Por ejemplo, el programa Open P-Tech, una plataforma educativa de IBM totalmente gratuita, disponible en español, que facilita la formación en nuevas tecnologías como AI, cloud, ciberseguridad, así como en habilidades y metodologías como “design thinking”.

For further information: Patricia Torralba Comunicación Externa Tlf.- 637 804 148  
[patricia.torralba@es.ibm.com](mailto:patricia.torralba@es.ibm.com)

---