

# ESCOEM

#Horizonte2021

## Informe perspectiva 2021

Cambiar el presente  
para mejorar el futuro

[www.escoem.com](http://www.escoem.com)



### **“La pandemia nos ha cambiado, no volveremos a ser los de antes” Eloy García**

“ Tras la crisis originada por el Covid-19, España se encuentra en una coyuntura económica complicada, sólo hay que ver el nivel de endeudamiento del país. Si nos centramos en Granada, la situación es aún más sensible, debido al escaso tejido industrial y empresarial de la provincia. Por otro lado, un estudio de la UGR refleja que un alto porcentaje de sus estudiantes quieren hacer unas oposiciones al acabar sus estudios, sin embargo, la economía necesita del sector privado ya que una economía basada solo en el sector público no funciona. La pandemia ha afectado a sectores como son el turismo, la hostelería y el comercio al por menor. Si profundizamos en el análisis de esta situación comprendemos que estos sectores van de la mano del turismo, uno de los grandes motores económicos del país.

La recuperación económica va a depender del final de la pandemia y de la vuelta de los turistas. Pero no todo son malas noticias, si algo ha acelerado la pandemia es la transformación digital de las empresas. Cuando yo empecé a trabajar todo se hacía a papel y lápiz, sin embargo, ahora el teletrabajo está instaurado en muchos sectores.

Indicar que toda crisis trae consigo oportunidades de negocio, muchas empresas desaparecerán pero muchas otras surgirán como consecuencia de los nuevos hábitos de consumo. El auge del comercio electrónico está creciendo exponencialmente, por tanto, quien se adapte a tiempo podría generar ostensibles beneficios.



### **“Hay que olvidar la pandemia pero necesitamos aprender de ella” Antonio Iáñez**



La pandemia ha provocado que las empresas y consumidores hayan reducido el gasto, la consecuencia final es una crisis económica. España ha contraído su economía en torno al 11% en 2020, pero todo lo que baja sube y viceversa, por ello, con la inmunidad de grupo, considero que la confianza volverá y el consumo se reactivará.

Si hablamos de las claves para la recuperación en España, pienso que habría que cambiar el modelo económico desde la raíz, dejando de basar nuestra economía en los servicios para tener más capacidad productiva, sólo así, nuestra economía será menos dependiente y más sólida. A raíz del Covid-19, la tecnología se ha convertido en un elemento esencial para las

familias y empresas. Este cambio será aún mayor en los años venideros, puesto que la tecnología nos permite ser más competitivos al ahorrar en tiempo, trabajo y desplazamientos. La evidencia más palpable de la necesidad tecnológica e innovadora, ha sido el desarrollo de la vacuna del Covid-19 en tan solo siete meses. Esto no hubiera sido posible hace unos años. La pandemia ha cambiado nuestras vidas, pero nos ha enseñado que ante la adversidad solo nos queda el espíritu de lucha y sacrificio. No obstante, debemos ser conscientes que tendremos que convivir con el virus, a pesar de las vacunas, durante 2021 y 2022.



# Introducción

#Horizonte2021

**H**ace más de un año de la declaración de la pandemia mundial. El Covid-19 ha provocado la triste pérdida de innumerables vidas y una recesión económica que sigue afectando a millones de personas.

A pesar de ello, los avances científicos y las medidas sanitarias están haciendo que la salida de la crisis sanitaria y económica esté cada más cerca.

**“Los estudios prevén una recuperación económica mundial del 6% en 2021 y del 4,4% para 2022”**

Tras un año de pandemia, las campañas de vacunación masiva, un hecho sin precedentes en la historia, están despertando gran optimismo en prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida; como el fin de las restricciones, la mejora económica, la reducción de las pérdidas humanas y la vuelta, cada vez más notable, a lo que conocemos como la nueva normalidad.

Las restricciones de movilidad como consecuencia del Covid-19, la tecnología y las nuevas tendencias de consumo, han provocado que muchos empleos se vean amenazados, por ello, las personas que han perdido sus empleos se ven abocadas a mejorar su capacitación profesional.

La crisis sanitaria ha potenciado la transformación digital, pero también ha estimulado a las empresas a otorgar mayor importancia a la formación de sus empleados.

La OCDE insta, a las economías desarrolladas y países emergentes, a invertir en políticas activas de empleo para luchar contra el elevado paro juvenil en la franja de edad comprendida entre los 18 y 26 años. En este sentido, la pandemia ha situado a España como el país de la OCDE con mayor tasa de desempleo juvenil.

Según el banco mundial, en 2020 la economía mundial se contrajo un 5,2%, la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial, siendo la primera vez desde 1870 que tantas economías sufren a la vez una disminución de su PIB. Según varios estudios, la economía mundial se podría haber contraído hasta tres veces más de lo que lo ha hecho, de no ser por las políticas económicas y sociales que se han desplegado los distintos países.



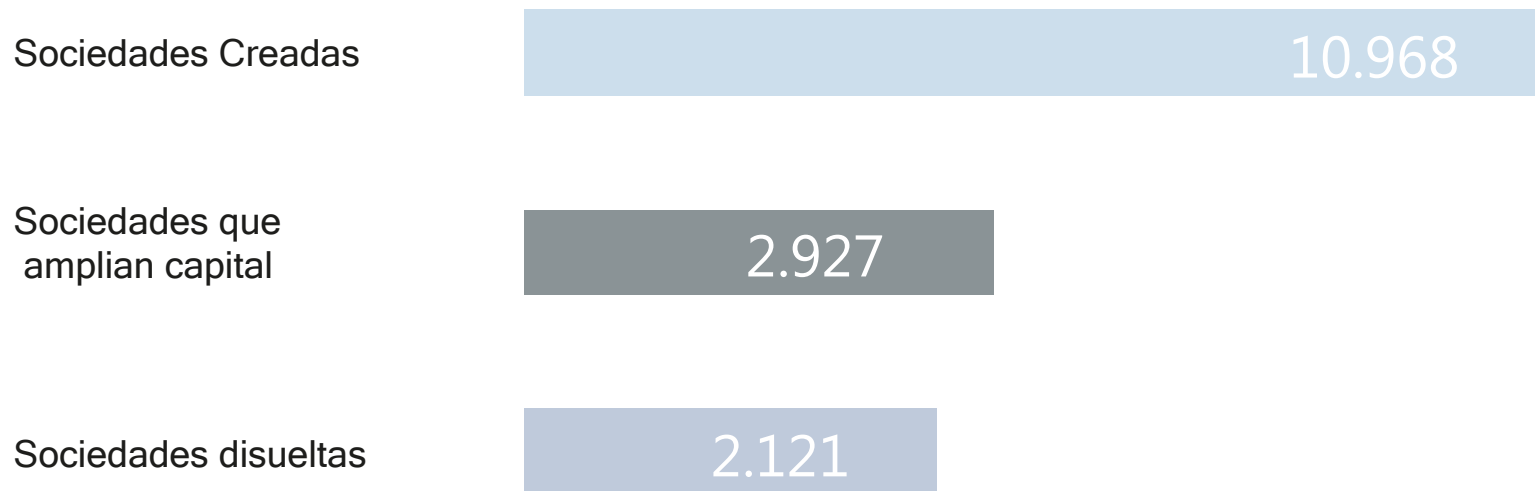
# Perspectiva económica mundial

#Horizonte2021

	2020	Proyecciones		Diferencia con informe 2021		Diferencia con informe 2020	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
<b>Producto mundial</b>	<b>-3,3</b>	<b>6,0</b>	<b>4,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2</b>
<b>Economías avanzadas</b>	<b>-4,7</b>	<b>5,1</b>	<b>3,6</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>1,2</b>	<b>0,7</b>
Estados Unidos	-3,5	6,4	3,5	1,3	1,0	3,3	0,6
Zona Euro	-6,6	4,4	3,8	0,2	0,2	-0,8	0,7
Alemania	-4,9	3,6	3,4	0,1	0,3	-0,6	0,3
Francia	-8,2	5,8	4,2	0,3	0,1	-0,2	0,3
Italia	-8,9	4,2	3,6	1,2	0,0	-1,0	1,0
<b>España</b>	<b>-11,0</b>	<b>4,6</b>	<b>5,5</b>	<b>-2,3</b>	<b>1,8</b>	<b>-3,1</b>	<b>2,0</b>
Japón	-4,8	3,3	2,5	0,2	0,1	1,0	0,8
Reino Unido	-9,9	5,3	5,1	0,8	0,1	-0,6	1,9
Canadá	-5,4	5,0	4,7	1,4	0,6	-0,2	1,3
Otras	-2,1	4,4	3,4	0,8	0,3	0,8	0,3
<b>Economías emergentes</b>	<b>-2,2</b>	<b>6,7</b>	<b>5,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,1</b>

# Situación del mercado laboral

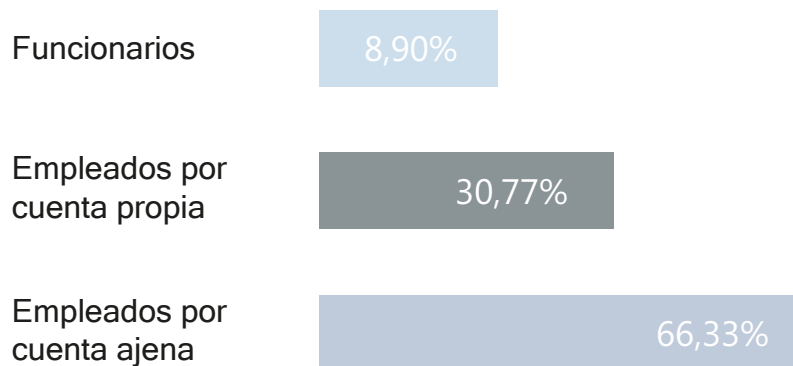
#Horizonte2021



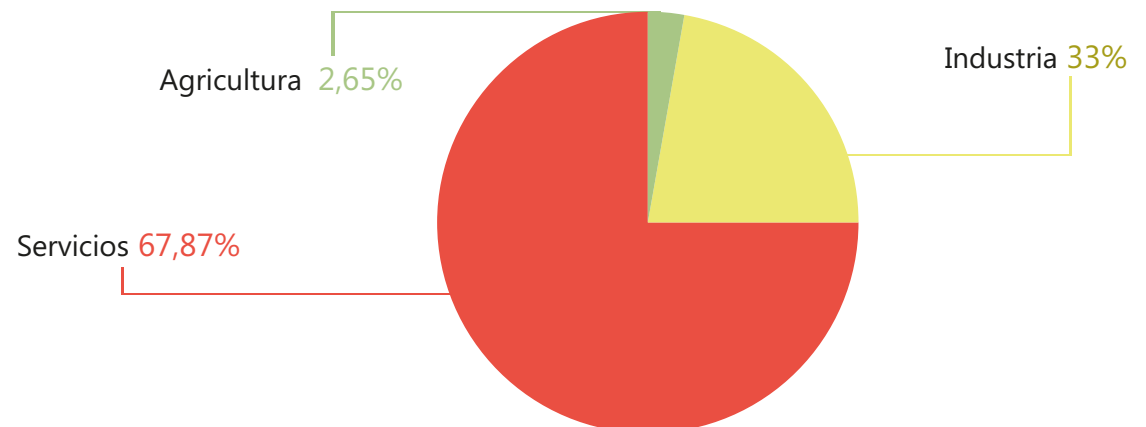
Fuente: INE , marzo 2021

## MODALIDAD

Del total de los trabajadores:



## SECTORES



Fuente: ADEX, marzo 2021

www.escoem.com

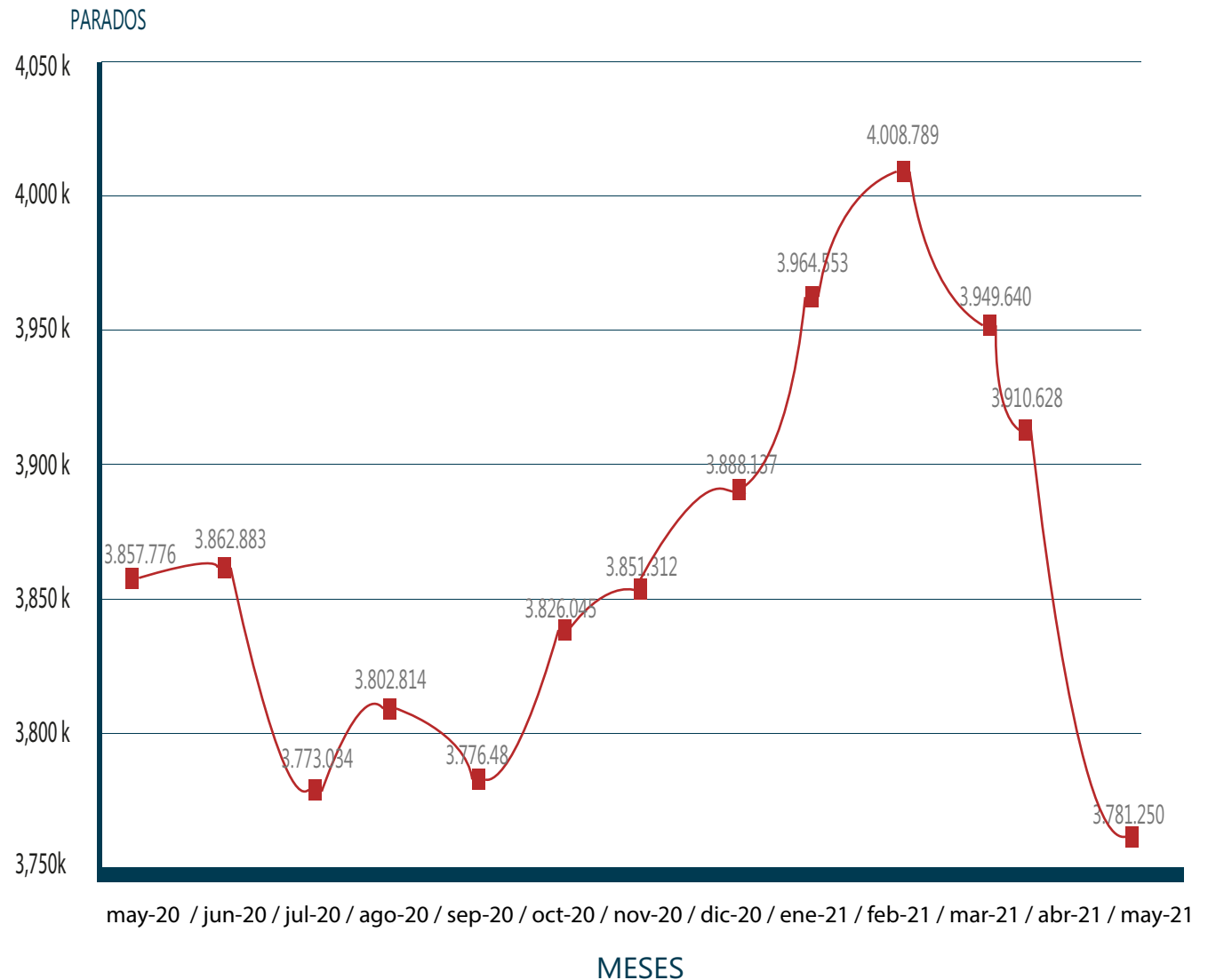
# Situación del mercado laboral

#Horizonte2021

En marzo de 2020 empieza la pandemia y con ella los tan conocidos ERTES. Sin embargo, un empleado en situación de erte no se considera desempleado, por tanto, el gráfico de la evolución del desempleo no refleja la realidad laboral de España. La crisis sanitaria desatada por el coronavirus ha pasado factura al mercado laboral, en un año se han destruido más de un millón de puestos de trabajo y la pandemia ha puesto en auge la demanda de profesionales con alta cualificación, como son los especialistas en ciberseguridad, profesores, personal sanitario, marketing, big data, informática y programadores, entre otros.

Según Manpower, la pandemia y los cambios ocasionados en el nuevo entorno de trabajo han provocado, en los últimos 11 años, el mayor desajuste entre la formación y las capacidades de los trabajadores.

## GRÁFICO EVOLUCIÓN DEL DESEMPLEO



# No existe liderazgo sin tecnología

#Horizonte2021

Es de vital importancia para las empresas hacerse preguntas constantemente, puesto que esa actitud suscita la curiosidad, aspecto emocional que engendra la exploración, la investigación y el aprendizaje. No obstante, todo se amplía cuando los interrogantes se trasladan al futuro. En este momento se están abriendo nuevos horizontes y se anuncian cambios enormes, todos somos conscientes que estamos diciendo adiós a un modo de entender la empresa y otros se están fraguando a gran velocidad.

**“Lo importante es no dejar nunca de hacerse preguntas. No perder jamás la bendita curiosidad” - Albert Einstein**

En un mundo globalizado y en constante evolución, las empresas se ven obligadas a llevar a cabo multitud de cambios estratégicos que afectan directamente a la administración del riesgo y la construcción de valores. El acceso a Internet y la mejora de la tecnología, ha propiciado una revolución empresarial sin precedentes a escala mundial que ha mejorado el acceso a la información, es lo que se denomina como la transformación digital.

Esta transformación digital empuja al mundo económico y empresarial a avanzar, convirtiéndose en pieza clave, dado que la digitalización ya no es una opción sino una forma de renovarse para ser más competitivo.

La digitalización debe entenderse como un proceso que necesita de actitudes dispuestas al cambio y la adaptación. Sin embargo, las empresas coexisten en un mundo hiperconectado que se caracteriza por la irrupción continua de nuevos actores. Por ello, las organizaciones empresariales no solo deben implementar las nuevas tecnologías, sino que también deben hacer frente a los cambios socioculturales que afectan directamente en la creación de nuevos hábitos de consumo.



## **La innovación exige una adaptación constante y un alto nivel de exigencia, por ello, mantener una actitud resiliente permite a las organizaciones no perder el norte en tiempos de incertidumbre**

El cambio tecnológico ha cobrado una gran relevancia en el último año, siendo prioritario para la mayoría de compañías. Prueba de este cambio, son el auge de las llamadas empresas tecnológicas como son Facebook, Google, Amazon, Apple, Microsoft, .... que han conseguido liderar el ranking de las marcas más valiosas a nivel mundial. La tecnología está entre nosotros y si hay algo que destaca en ella, es que suscita procesos disruptivos y dinámicos.

En la actualidad, las empresas son cada vez más digitales, no obstante, en las próximas décadas esto no será suficiente y las empresas se convertirán en organizaciones más científicas, de modo que les permita beneficiarse de la próxima ola de innovación.

Desde el punto de vista humano, la crisis provocada por el COVID-19 ha puesto de manifiesto la gran relevancia que las empresas tienen en la sociedad y su papel fundamental a la hora de dar respuestas rápidas a situaciones adversas.

Las organizaciones están incorporando la responsabilidad social corporativa en sus operaciones. Actualmente, ya no basta con vender un buen producto si no que hace falta transmitir emociones que permita a los clientes identificarse con la empresa.

El valor añadido de la responsabilidad social corporativa es trabajar transversalmente los valores de todas las partes implicadas en la compañía de modo que se consiga un mejor ecosistema entre la parte empresarial, los empleados y la sociedad en general.

Los líderes se enfrentan a un gran desafío, ya que la velocidad a la que el entorno cambia es asombrosa. Las organizaciones necesitan crear planes anuales y definir estrategias a medio/largo plazo que sean integrales e integradoras, de modo que, se implemente cambios desde la base de la propia organización.

### *Focaliza, simplifica y revisa*

Harvard Business Review destaca en varios artículos la necesidad de planificar más rápido y con más frecuencia. Las organizaciones no son entes inertes e inflexibles, así, para que las empresas se puedan adaptar mejor a los cambios se deberán definir metas claras a través de proyectos específicos.



# TECNOLOGÍA ES FUTURO



M-30  
p. Castellana  
A-1 Burgos  
A-2 A-3 A-4

M-30  
av. Ilustración  
A-6 A Coruña  
A-5 A-43

# Horizonte y tendencias 2021

## Transformación digital

**Combina experiencia y tecnología**

Automatización de procesos, Big Data y las nuevas tecnologías junto a la formación del personal, son las puntas de lanza a tener en cuenta para la digitalización.

## Entorno

**¿Qué piensan de nosotros?**

Analizar lo que piensan de nosotros en base a las emociones.

Crear cultura corporativa para comprender a los clientes y mejorar los canales de venta por internet.

## Resiliencia

**El poder de adaptarse a los cambios**

Una de las palabras más utilizadas en 2020.

Todo unido a la innovación reduce la incertidumbre y permite competir en entornos volátiles, complejos y ambiguos.

## Emociones

**No basta con vender un buen producto**

La disponibilidad inmediata, el tiempo de respuesta, los nuevos métodos de pago, la exclusividad, la sostenibilidad y el servicio post-venta.

*Cambiar el presente  
para mejorar el futuro*

# Transformación digital

#Horizonte2021

## Combina experiencia y tecnología

En la nueva era digital, la Inteligencia Artificial (IA) ya está entre nosotros y se define como “máquinas que, a través de algoritmos, presentan las mismas capacidades que el ser humano, siendo capaces de razonar, interactuar e incluso improvisar”

La IA, ya se encuentra en los móviles; en el desbloqueo facial, en el asistente de voz, navegación GPS, auto correctores de texto o incluso en los retoques fotográficos.

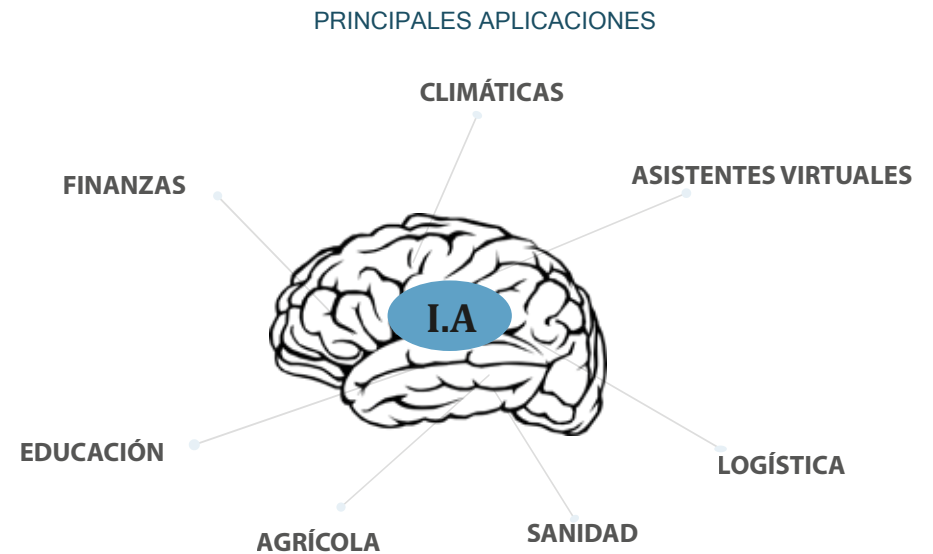
### ¿Qué aplicación tiene en las empresas?

Debemos diferenciar entre IA y la automatización de procesos basada en el hardware. En vez de automatizar procesos manuales y constantes, la inteligencia artificial es capaz de adaptarse a diferentes tareas, otra manera de decirlo, la IA puede analizar lo que está pasando e ir adaptándose para solventar problemas. A esto se le suma que un dispositivo electrónico dotado con IA es capaz de “aprender” de un hecho para mejorar.

La simulación de procesos de inteligencia humana por parte de máquinas y sistemas informáticos, puede resultar de mucha utilidad para el análisis de datos (big data), apoyo documental o de cálculo, atención al cliente, aprendizaje y anticipación de errores, entre otros.

La inteligencia artificial ha llegado para mejorar nuestras vidas y hacer nuestras tareas cotidianas más sencillas.

La incorporación de aplicaciones de inteligencia artificial en el mundo empresarial está en expansión, sin embargo, el camino es largo.



# Transformación digital

#Horizonte2021

## Combina experiencia y tecnología

La **automatización de los procesos**, como hemos dicho anteriormente, consiste en mecanizar/robotizar/digitalizar una acción que es repetitiva y que no aporta valor añadido, dicho de otro modo, capacita a los empleados para que estos hagan tareas de valor y deja a las máquinas realizar los procesos reiterativos. Si las organizaciones consiguen automatizar todos los procesos sin valor, ahorrarán en costes, reducirán el tiempo de producción y mejorarán la productividad, para una vez automatizados estos procesos mejorar la empresa en otros ámbitos como son el análisis de la información (Big Data), formación del personal o incluso ampliar sus gamas de productos/servicios.

### ¿Qué es el **Big Data**?

En la actualidad los datos o información resulta vital para cualquier compañía, no cabe duda que vivimos en una sociedad hiperconectada denominada como la era del dato o Big Data. La aplicación de las tecnologías Big Data en empresas aporta esencialmente una capa de inteligencia al negocio, gracias a un análisis detallado de grandes volúmenes de datos de la empresa como son la facturación, consumo de clientes, rotación de productos, periodos de vencimiento y fechas, entre otros. Según IDC (International Data Corporation), a finales de 2015 el 30% de las compañías europeas ya

habían adoptado las tecnologías Big Data. En España, la meta fijada para 2025 es conseguir que el 25% de empresas hagan un uso estandarizado del Big Data y la IA para el desarrollo habitual de su operativa.

Sin embargo, estas tecnologías no sirven de nada sin personal que sepa usarlas, por esta razón, **la formación del personal es el punto de partida** para la digitalización de una empresa. Se trata de poner la tecnología al servicio de las personas y no las personas al servicio de la tecnología. Las organizaciones deben medir el nivel de competencias digitales de su personal, aplicar medidas estableciendo fases e hitos realistas y medir los resultados de la implantación de estas medidas.

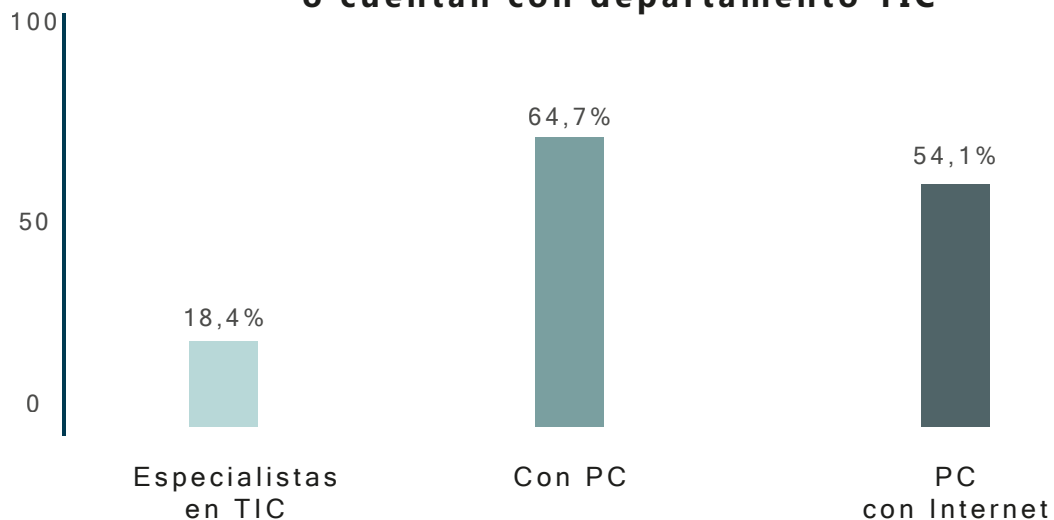
### ¿Qué **tecnología** debería implantar en mi empresa?

No hay una respuesta exacta teniendo en cuenta que cada empresa es única, pero si existen algunas tecnologías básicas como son aquellas que están enfocadas a la optimización de procesos (ERP), mejora de la comunicación (Página web y Redes Sociales) y análisis avanzado (Big Data unido a IA). Las empresas tradicionales tienden a reaccionar ante la competencia digital de forma abrupta, sin embargo, es mejor adaptarse al mercado antes que quedarse atrás.

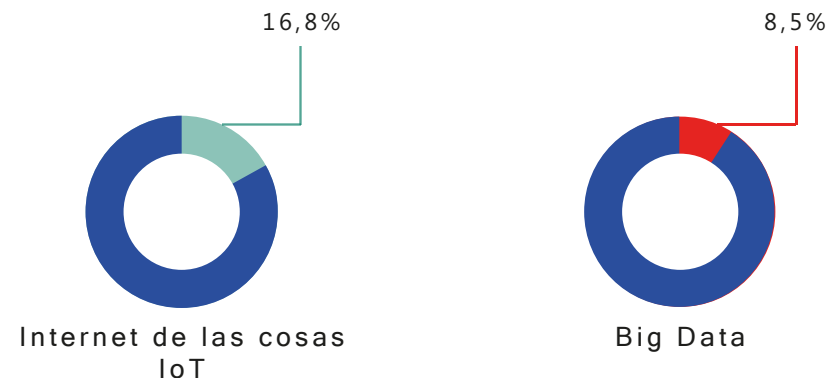
# Transformación digital

#Horizonte2021  
Fuente: INE, marzo 2021

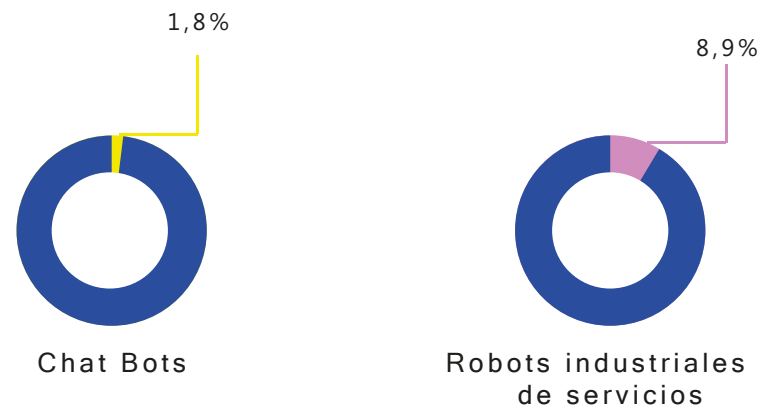
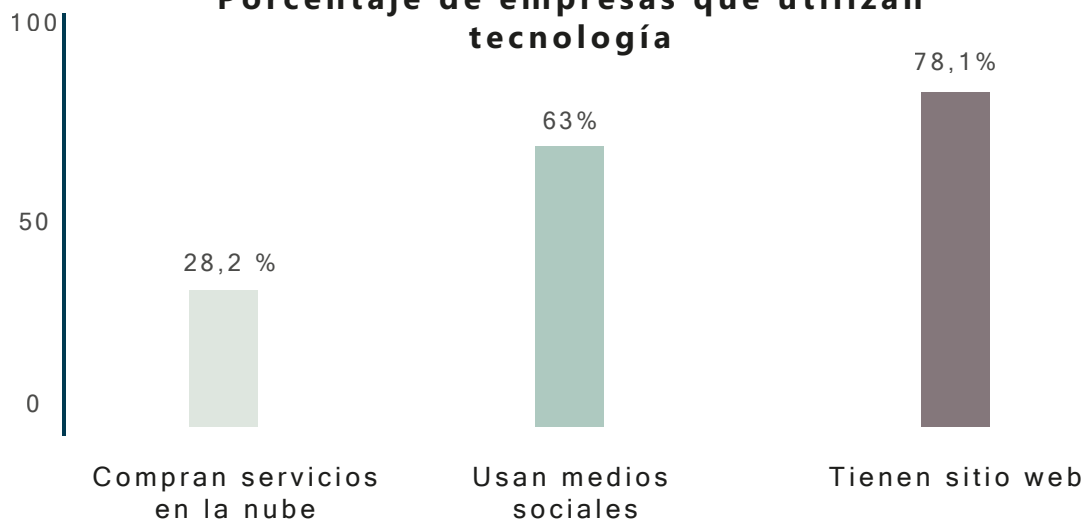
Porcentaje de empresas que usan ordenadores o cuentan con departamento TIC



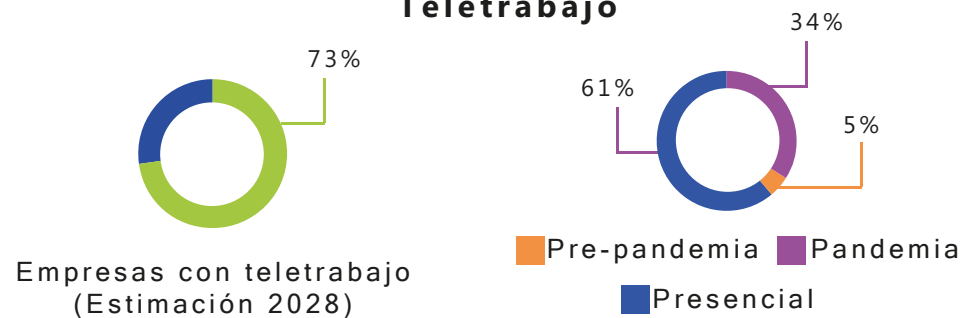
Porcentaje de empresas que utilizaron tecnologías avanzadas



Porcentaje de empresas que utilizan tecnología



Teletrabajo



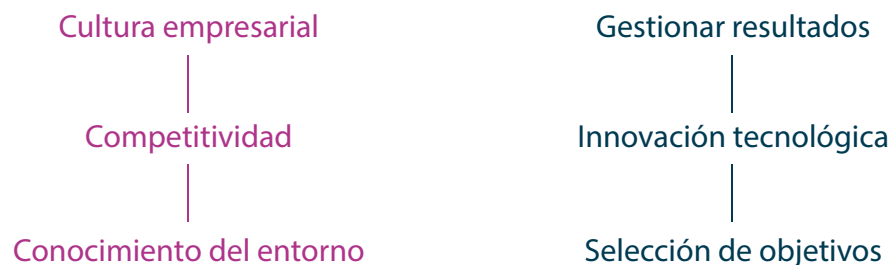
## ¿Qué piensan de nosotros?

### Innovación

A lo largo de la historia, el ser humano se ha embarcado en una búsqueda constante de nuevas oportunidades para mejora y así adaptarse a cualquier cambio venidero. En entornos profesionales y empresariales, esta inquietud se puede manifestar mediante la innovación.

En líneas generales, la innovación se refiere a todos aquellos cambios o mejoras que se implementan en un bien o servicio ya creado para dotarlos de mayor eficacia y eficiencia. Llevado a la práctica, este concepto varía en función del tipo de empresa, ya que cada una está expuesta a unos factores internos y externos que condicionan el desarrollo de dichos cambios.

Por tanto, no hay un reglamento universal que determine la manera en la que se lleva a cabo tal proceso, pero si podemos recalcar algunos elementos comunes que se aplican en empresas que fomentan la innovación interna.



### Cultura corporativa

La Transformación Digital impacta directamente en la cultura corporativa, metamorfoseando el punto de vista estratégico y operativo, obligando a cambiar la forma de relacionarse, de trabajar, de liderar, de pensar, de planificar e, incluso, de conciliar la vida personal y profesional.

Por tanto, la cultura corporativa se ha convertido en un valor indispensable para que las empresas transmitan al entorno sus valores, personalidad, hábitos y comportamientos. Ante la incertidumbre que predomina hoy en día en la sociedad, la gestión de la cultura corporativa es indispensable para afrontar el futuro con garantías. Sin embargo, esta no es inerte a su órbita, por tanto, la cultura a implantar por cualquier empresa debe ser flexible y tener capacidad de adaptación.



# Entorno

## RSC - Responsabilidad social corporativa

**1 de cada 4** empresas cuenta con **más del 30%** de sus empleados involucrados en actividades de RSC

El **8,3%** de los empleados están involucrados en actividades de RSC

**7 de cada 10** empresas involucra a sus proveedores en sus actuaciones de RSC

El **61%** de las empresas trabajan en la búsqueda de avances en relación a la igualdad entre géneros

EL **84%** de las empresas contemplan los Objetivos de Desarrollo Sostenible en su estrategia de RSC

**1.246 millones** de euros invertidos en RSC en 2018

EL **74%** de las grandes compañías realizan actividades de responsabilidad social corporativa a nivel internacional

# Resiliencia

#Horizonte2021

## El poder de adaptarse a los cambios

La resiliencia ha sido una de las palabras más utilizadas en 2020 pero, ¿qué significa exactamente? La resiliencia es la capacidad para adaptarse a las situaciones adversas con resultados efectivos. Es decir, el poder que tenemos de adaptarnos a los cambios con un efecto positivo.

Las empresas se enfrentan a un desafío sin precedentes, el Covid-19 ha golpeado duramente la economía y ha puesto en una situación complicada a ciertos sectores como son la hostelería y el turismo.

Pero, ¿cómo puedo aplicar una actitud resiliente en mi empresa? Es aconsejable implementar herramientas que permitan aglutinar todas las fuentes de información, dotando a las organizaciones de espacios de toma de decisiones ágiles para poder ajustar sus procesos a entornos volátiles.

Por tanto, las empresas que aplican la resiliencia, como late motiv, son capaces de anticiparse a los constantes cambios, identificando y midiendo los elementos internos/externos. La resiliencia se basa en convertir las crisis en oportunidades, siendo clave para tener éxito o simplemente sobrevivir.

### ¿Qué aspectos debo tener en cuenta?

**Indicadores de gestión**, estos permiten determinar si una organización cumple con los objetivos definidos. La dirección del proyecto o de la empresa suele establecer los indicadores y sus parámetros, siendo utilizados normalmente para medir el desempeño de funciones y sus resultados.

**Creatividad**, esta constante busca innovar y adecuarse a los nuevos tiempos, haciendo a las empresas más atractivas, competitivas y eficientes.

**Flexibilidad**, es aconsejable crear una estructura bien definida sin dejar de lado la capacidad de adaptación ante las adversidades.

**Autoconocimiento**, es conocer tus propias fortalezas y debilidades, lo que te otorgará confianza y determinación de cara al futuro.

**Proactividad**, esta se refiere a la actitud de atender situaciones que precisan ser controladas con una gestión responsable y una alta capacidad de respuesta, ser proactivo te hace ser más organizado y eficiente.

Como resumen, la resiliencia es la capacidad de crear y disolver estructuras, proporcionando seguridad en medio del cambio y gestionar las consecuencias emocionales del mismo, para aprender y desarrollarse ante las dificultades.



# Emociones

## No basta con vender un buen producto

Estudios e investigaciones sugieren que la mayoría de consumidores tomarán una decisión de compra impulsiva cuando se establece una conexión emocional con la marca, el producto o el vendedor.

**“Compramos con el corazón, después, la razón justifica”**

Nos gusta pensar que nuestras decisiones son lógicas y racionales, pero en realidad rara vez lo son, ya que las personas suelen comprar influenciadas por las emociones. El neurocientífico y médico neurólogo Antonio Damasio, descubrió que sin emociones es imposible tomar decisiones, y que las decisiones nunca se toman sólo de manera racional. El psicólogo Juan Manuel Domínguez define la racionalización en el proceso de compra, como el acto posterior a la compra que trata de justificar a nosotros mismos y a otros, que la decisión fue la correcta y adecuada. Estas teorías cobran importancia si tenemos en cuenta un estudio, realizado por la consultora Mood Media, que determina que el 72% de las compras que se realizan en España son por impulso.

En 2021 y 2022, la experiencia del cliente se convertirá en el principal diferenciador de las marcas, por encima del precio y el producto.

Por todo ello, crear una cultura corporativa estructurada y eficaz es un aspecto básico para cualquier organización, y sólo con ella podemos cautivar al cliente a través de aspectos emocionales como son la confianza, la exclusividad y el estilo de vida. Las empresas deben tener como objetivo prioritario satisfacer las necesidades de su cliente, potenciando la imagen de marca para que esta aparezca en su mente de forma recurrente. Para lograr posicionarse en la mente de los consumidores, y “hacer” marca, las compañías deben cuidar sus estrategias de marketing.

#Horizonte2021

# Emociones

## Canales de venta

Durante los últimos años la venta online está en auge y la actual pandemia ha acelerado este proceso. En 2019 las ventas online representaron un 13,7% frente al comercio tradicional y las predicciones apuntan a que en 2021 aumentarán al 17,5%, pero este porcentaje seguirá creciendo en los próximos años. La globalización y el libre comercio mundial hacen que la venta online sea rápida y efectiva, pasando de modelos de suministro lineales y centralizados a redes descentralizadas que utilizan la producción bajo demanda. Este sistema logístico ha mostrado sus bondades económicas en los últimos años, pero el Covid-19 ha puesto de manifiesto las debilidades como son el fallo de la cadena de suministro cuando se producen retrasos en el transporte o en la producción.

La tecnología y la innovación no solo avanza en la venta online, ya que también se ha instaurado en el comercio tradicional. Las principales mejoras en este sentido son la estandarización del servicio o la comunicación omnicanal.

Cuando hablamos de la estandarización de un servicio nos referimos a establecer características comunes que se deben cumplir con el propósito de asegurar un servicio de excelencia, puesto que las empresas que cumplen sus promesas de marca generan una gran confianza en sus clientes, quienes naturalmente se convierten en sus embajadores. Por último, la comunicación omnicanal permite a las empresas estar en contacto constante con los clientes a través de múltiples canales al mismo tiempo. Este sistema de comunicación se basa en la interacción fluida y transparente con el cliente a través de redes sociales, página web, chat en vivo, aplicaciones móviles, comunicación telefónica o las instalaciones de la empresa.



#Horizonte2021

## No basta con vender un buen producto

### El tiempo de respuesta

Un tiempo de respuesta elevado reduce la tasa de conversión, puesto que la competencia es elevada y las compras suelen ser impulsivas en productos de escaso valor, ya que el 50% de los usuarios eligen la empresa que responde más rápido aunque no estemos situados en sus prioridades de compra. En el comercio electrónico es vital responder inmediatamente para evitar el abandono del usuario.

### Los nuevos métodos de pago

Los menores de 35 años realizan el 80% de sus transacciones con tarjeta y de ellos, el 10% a través del móvil. Esta proporción es aún mayor en grandes ciudades donde el número de transacciones con tarjeta han aumentado más de un 170% entre 2015 y 2018.

### Atención al cliente y serv. postventa

Actualmente, el consumidor está dispuesto a pagar un 17% más a las empresas que ofrezcan un buen servicio. Las empresas que brindan experiencias de compra a los clientes venden entre 4-8% más que su competencia. Comprender la influencia de las emociones humanas en la experiencia del cliente, es fundamental para el éxito de cualquier producto, servicio y marca.

### La disponibilidad inmediata

Estamos en la ya bautizada generación instantánea. El cliente quiere recibir el producto en el menor tiempo posible, por tanto, la constancia y la rapidez en la entrega de cualquier producto o servicio es un recurso indispensable en la economía actual.

### La exclusividad

Los consumidores esperan que los productos se adapten a ellos, por tanto, cada vez más las empresas necesitan analizar y procesar los datos de los clientes. No obstante, los usuarios son más sensibles a la privacidad y como se usan sus datos personales. En definitiva, hay que encontrar el equilibrio entre la protección de los datos personales y el uso de los mismos para la personalización del producto o servicio.

### La sostenibilidad

Las generaciones más jóvenes apoyan a las empresas sostenibles. En consecuencia, las empresas que incorporen acciones de responsabilidad social corporativa a su modelo de gestión y actividad serán mejor aceptadas. Es prioritario para nuestra sociedad desarrollar e impulsar proyectos sostenibles.

## **La economía española depende de reformas económicas de gran calado y la correcta aplicación de los fondos europeos.**

La recuperación y estabilización de la economía va a depender directamente del avance en la vacunación mundial, pero la economía española también se enfrenta a otros retos como son la baja productividad, el mercado laboral dual, una fuerza laboral decreciente, un sistema de pensiones deficitario, una deuda pública elevada, un tejido empresarial muy focalizado en pequeñas empresas, riesgo de insolvencia empresarial, capacidad administrativa para utilizar los fondos europeos y la estabilidad política.

Tal y como hemos analizado en el presente informe, España ha iniciado el camino de la recuperación, aunque este está aún lejos, esperándose un crecimiento de la economía del 4,6% en 2021 y del 5,5% para 2022.

***Cambiar el presente  
para mejorar el futuro***

Desde Escoem creemos prioritario impulsar en las empresas políticas de capacitación profesional aparejadas a la transformación digital, para así conseguir crear organizaciones resilientes. El futuro empresarial planteará nuevas amenazas y oportunidades competitivas, en una nueva era de rápidos cambios en la cultura, valores y comportamientos sociales, donde el consumidor demandará prácticas empresariales más responsables y propósitos de marca renovados.

La pandemia ha tenido un profundo impacto en la economía española y el Covid-19 ha acelerado este proceso. El futuro es incierto debido a la velocidad de cambio tecnológico. Si no somos ágiles y trabajamos de forma diferente, los cambios introducidos llegarán tarde.

Las empresas necesitan líderes que tengan una visión amplia para construir empresas con valor.

El cambio perpetuo ha llegado para quedarse, y las empresas no solo deben adoptarlo, sino catalizarlo. Por tanto, dar prioridad a la tecnología es esencial para garantizar la supervivencia de cualquier empresa.

Los directivos de las empresas deben ver la nueva normalidad como el comienzo de un viaje hacia una amplia transformación en la que sus prioridades deben ser la capacitación del personal, conectar con el cliente, impulsar estrategias de resiliencia, así como enfrentarse al reto tecnológico sin olvidar equilibrar el riesgo de operación y la liquidez de la empresa.

**ESCOEM**