Publicado en Ciudad de México el 19/05/2020

# [Multiplica estudia el impacto del Covid-19 en la transformación de las empresas y sus estrategias digitales](http://www.notasdeprensa.es)

## Tras realizar un estudio, 56% de las empresas busca dar mayor impulso a sus estrategias digitales por la oportunidad que encuentran en este contexto. El reto que más preocupa es entender cómo aportar valor y mejorar el servicio a los clientes desde el canal digital

 “La pandemia global puso a prueba nuestra capacidad de adaptación en un entorno complejo donde la tecnología juega un papel crucial, hoy en día los servicios que se ofrecen digitalmente cambiarán el mapa de consumo tradicional y nos ayudarán a ser más eficientes”, declaró David Boronat, CEO de la consultora Multiplica, empresa internacional especializada en estrategia y diseño digital. Boronat habló acerca del estudio aplicado a más de 200 empresas que son asesoradas por Multiplica en países como España, Italia, Francia, México, Chile, Colombia, Perú, Argentina y Ecuador, donde analizó el impacto que ha tenido el Covid-19 en distintos sectores productivos, los retos que esto plantea, sus nuevas prioridades digitales, la adaptación de sus equipos al home office, así como las perspectivas que tienen en un futuro inmediato permeado por un entorno global de recesión económica. “Uno de los puntos a destacar por el informe es el gran impacto en el roadmap digital de las empresas que con esta condición de aislamiento se ha incrementado, el 56% de las empresas con las que interactuamos le están dando mayor impulso a sus iniciativas digitales por la oportunidad de negocio que esto presupone, además de que a 2 de cada 3 empresas les interesa convertir el canal digital en un canal que sume en la relación con sus clientes”, enfatizó el CEO de la firma española. Otro elemento relevante del estudio apunta a que las empresas han modificado de manera favorable su perspectiva con respecto a la dinámica del home office, gracias a que la productividad de su planta laboral se mantiene en niveles saludables, muestra de ello es que el 79% de las empresas encuestadas se muestra de acuerdo con seguir trabajando de esta forma en el futuro, en este sentido, la mayor preocupación que presentan es evitar que sus trabajadores sufran del síndrome de burn-out, además de poder contar con metodologías y frameworks de trabajo adecuadas para este nuevo contexto. Un dato que llama la atención es que, a pesar de que la economía se detuvo, el 62% de las empresas encuestadas consideran que su negocio no está en riesgo, menos del 10% considera que el impacto ha sido residual y otro 10% lo considera una verdadera oportunidad. “De los resultados de este estudio, podemos deducir que 2020 será claramente recesivo y no veremos salida de esta crisis hasta los primeros meses de 2021. Por tal motivo, las compañías se han visto obligadas a priorizar en dos frentes: la optimización de costos (68%) y las actividades relacionadas con la atención del cliente (61%). La buena noticia es que las empresas se están adaptando rápida y eficazmente a este nuevo contexto laboral del trabajo y han decidido apostar por seguir con sus procesos de transformación digital e incluso acelerarlos en pro de poder seguir aportando valor y brindando un servicio de calidad a sus clientes”, concluyó el ejecutivo.

**Datos de contacto:**

Fabiola Trujillo Ortega

PR Manager en Consultora de estrategia y diseño digital

5514517997

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/multiplica-estudia-el-impacto-del-covid-19-en](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Finanzas Telecomunicaciones Marketing E-Commerce



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)