

Transcripción de una presentación de Deborah Salon (Arizona State University), 18 de agosto de 2021



Título: [RAPID/Investigación colaborativa: Investigando los cambios de actitud y comportamiento en los hogares estadounidenses antes, durante y después de la pandemia COVID-19](#)

[Perfil de Deborah Salon en la base de datos del CIC](#)

Subvención de La Fundación Nacional de Ciencias (NSF, por sus siglas en inglés): [2029962](#)

[Grabación de YouTube con diapositivas](#)

[Agosto 2021 Información del seminario web del CIC](#)

Editora de la Transcripción: Macy Moujabber

Editora de la Traducción: Isabella Graham Martínez

---

Transcripción

Lauren Close

Me gustaría presentarles a Deborah Salon, que viene de la Universidad Estatal de Arizona. Por favor, siga adelante y comparta su pantalla.

Deborah Salon:

*Diapositiva 1:*

Muchas gracias. Aquí vamos. Soy una Profesora Asociada aquí en la Facultad de Ciencias Geográficas y Planificación Urbana de ASU [Universidad Estatal de Arizona] y junto con los colegas de la Universidad de Illinois en Chicago y la gente aquí hemos estado trabajando en intentar a entender los cambios de comportamiento en los hogares entre, usted sabe, antes de la pandemia a durante la pandemia y también cómo la gente espera cualquier cambio de comportamiento que podrían haber experimentado durante la pandemia para tal vez persistir incluso después de la pandemia ya no es una amenaza. Así que de eso hablaré hoy. Fuimos financiados a través de una subvención RAPID a través del programa CMMI [Innovación Civil, Mecánica y Manufacturera] de NSF [National Science Foundation] y algunos otros lugares también han ayudado a apoyar este trabajo.

*Diapositiva 2:*

Así que COVID-19 ha requerido que la mayoría de nosotros realmente hagamos grandes cambios en nuestra vida diaria.

*Diapositiva 3:*

Y nuestra investigación está tratando de entender tanto lo que esos cambios eran lo grande que eran y también, pero tal vez lo más importante, algunos de estos nuevos comportamientos realmente se pegan?

*Diapositiva 4:*

Así que realizamos una encuesta nacional. La encuesta que llamamos la Encuesta COVIDFUTURE y se puede aprender mucho más sobre nuestro trabajo en nuestro sitio web [www.covidfuture.org](http://www.covidfuture.org).

*Diapositiva 5:*

Esto es para demostrarte que obviamente no estoy sola. Tengo un trabajo con un gran equipo de investigación. Esto ni siquiera en realidad - hemos añadido más miembros del equipo recientemente por lo que esto ni siquiera es totalmente representativo del grupo. Es un gran esfuerzo.

*Diapositiva 6:*

La encuesta, que hemos recogido, una de la onda completa, es una encuesta de varias ondas. La ola completa fue de casi 10.000 encuestados de todo EE.UU. Hoy, voy a estar informando de los resultados en un subconjunto de esas personas, un poco más de 7000 de ellos. Así que las secciones de la encuesta- somos investigadores del transporte la mayoría de nosotros y por lo que estábamos interesados en cómo esta pandemia ha afectado los comportamientos relacionados con el transporte. En realidad, estaba bastante interesado en la presentación anterior pensando en el movimiento, ya sabes. Pero de todos modos, en nuestra encuesta se ve cómo las personas están accediendo a estas diferentes actividades: el trabajo, empleo, los estudios, salidas de compras o a restaurantes, cómo llevan a cabo su transporte a diario durante la pandemia, y las expectativas para el futuro.

*Diapositiva 7:*

La encuesta duró entre 15 y 30 minutos.

*Diapositiva 8:*

La primera ola se implementó a partir de abril de 2020 y se extendió hasta octubre. Los datos que presentaré hoy son realmente más de julio a octubre. El tamaño de la muestra fue de unos 9.000. De hecho, hemos recogido un adicional de alrededor de 1.000 desde entonces.

*Diapositiva 9:*

La segunda ola se implementó de noviembre a abril. Unas 3.000 personas respondieron a eso. Voy a hacer un par de comentarios sobre lo que encontramos en la segunda ola de hoy, pero no tengo ningún resultado formal sobre eso.

*Diapositiva 10:*

La tercera ola, la vamos a implementar en aproximadamente un mes a partir de mediados de septiembre a mediados de octubre y actualmente estamos solicitando fondos para realizar dos o tres encuestas adicionales. Originalmente habíamos imaginado que un año sería tiempo suficiente para- o tal vez un año y medio sería tiempo suficiente para realmente entender el efecto durante la pandemia y post-pandemia, pero obviamente eso no ha sucedido por desgracia y así entender el impacto a largo plazo en el comportamiento de las personas que realmente necesitamos para seguir a la gente en el futuro.

*Diapositiva 11:*

Solo para darte una idea de dónde vinieron nuestros encuestados. Son de todo Estados Unidos, aunque hay una sobrerrepresentación en Arizona, como pueden ver.

*Diapositiva 12:*

Sabemos que para tomar en cuenta las diferencias regionales y también las diferencias entre nuestra muestra y la población de EE.UU. en su conjunto, utilizamos un esquema de ponderación y estas son las principales variables que pesamos, además de la región del país.

*Diapositiva 13:*

Más detalles sobre muchos de los resultados que voy a presentar en un minuto están disponibles en nuestro breve informe publicado recientemente en las Actas de la Academia Nacional de Ciencias y voy a poner un enlace a eso. Es de acceso abierto, así que pondré un enlace en el chat después de esta presentación.

*Diapositiva 14:*

Entonces, un par de cosas. Una de las grandes preguntas que tuvimos fue, en verdad, ¿le gustaría continuar una de las cosas que usted está haciendo ahora después de COVID-19 ya no es una amenaza? Y este es un gráfico circular que muestra cómo la gente respondió a esa pregunta. Y tal vez no nos sorprendió, pero nos interesó ver que la gran mayoría dijo sí o tal vez a esta pregunta.

*Diapositiva 15:*

Así que definitivamente hay algunas cosas que la gente está experimentando durante este tiempo de crisis que encuentran que les gusta y que podrían querer continuar. Y aquí hay solo un gráfico que muestra lo que algunas de esas cosas eran y lo más importante es que WFH significa obras desde casa trabajando desde casa al menos parte del tiempo, pero se puede ver que algunos de estos otros artículos son quizás algunas de las cosas que ha estado disfrutando durante la pandemia: pasar más tiempo con la familia, dar más paseos, gastar menos dinero, cocinar un poco más, etc.

*Diapositiva 16:*

Así que solo me dedico a un par de estos resultados principales. Así que trabajando desde casa, nuestros datos pronostican no solo que hemos visto un gran aumento en el trabajo desde casa, sino que pronostican una gran continuación del aumento del trabajo desde casa. Así que pueden ver aquí el pre-COVID, el porcentaje real era de alrededor del 23 por ciento de las personas que trabajan desde casa

al menos un par de veces al mes. Así que estas no son personas que trabajan desde casa todos los días, sino regularmente y con cierta frecuencia. Así que eso ha subido a más del 40 por ciento durante el período COVID y la gente espera continuar con esto. Ahora, esto es un poco engañoso que no hay mucho de una gota aquí porque estas personas están trabajando desde casa sobre todo casi todos los días mientras que este porcentaje es más una indicación de como un par de veces a la semana es más de lo que la gente generalmente está diciendo, pero en cualquier caso la gente está planeando continuar con este comportamiento.

*Diapositiva 17:*

Este gráfico muestra un poco más de detalle sobre eso, pero no creo que tenga tiempo para profundizar mucho más.

*Diapositiva 18:*

Un segundo tipo de comportamiento relacionado en el que estamos muy interesados es en los desplazamientos. Por lo tanto, vemos que nuestros pronósticos de datos una disminución relacionada en los desplazamientos de automóviles tal vez que es ; si la gente está trabajando desde casa al menos un par de días a la semana, se puede imaginar que esto sucedería ¿verdad? Están viajando un par de días menos, así que eso es lo que esto refleja.

*Diapositiva 19:*

Hicimos muchas de nuestras preguntas y sobre lo que esperan en el futuro y luego preguntamos por qué. Y este es un ejemplo del tipo de pregunta que estábamos haciendo – si la gente dijo que anticipaba viajar menos por aire después de que COVID-19 dejara de ser una amenaza. Dijimos bien ¿por qué? Y les dio un montón de posibles razones para elegir.

*Diapositiva 20:*

Y luego dividimos esas razones en cosas que eran como nuevas realizaciones como me di cuenta de que podía llevar a cabo mis reuniones de negocios usando videoconferencias o razones relacionadas con pandemias que eran más como: oh no quiero volar porque estoy preocupado por enfermarme bien. Así que pensamos que estas nuevas realizaciones podrían ser más duraderas que las razones relacionadas con la pandemia para muchas personas, pero en cualquier caso lo que podemos ver aquí es que el azul que es la nueva realización, el azul más oscuro, las cosas que eran algo neutrales es el azul medio, y luego la luz azul es las razones relacionadas con la pandemia que pensamos que podría desaparecer si COVID-19 realmente no se convierte en una amenaza. Pero en cualquier caso podemos ver en el lado de los negocios hay un montón de gente diciendo que van a volar menos. No tanto en el lado personal de vuelo, pero un poco.

*Diapositiva 21:*

Y la última, o quizás no la última de las últimas cosas de las que quería hablar era mencionar esa cosa. En la diapositiva anterior decía: destacar las cosas que la gente dijo que quería evitar el período de tiempo de la pandemia y una de las cosas fue dar más paseos y eso se refleja en otro aspecto de la encuesta donde le preguntamos a la gente con qué frecuencia quieren hacer diferente-utilizar diferentes modos de transporte. Y mucha gente dijo que quería caminar más.

*Diapositiva 22:*

La siguiente diapositiva muestra un poco más de detalle sobre esto.

*Diapositiva 23:*

Y luego creo que esto es lo último de lo que iba a hablar, que es de restaurantes y tiendas. Así que preguntamos cuántas veces la gente cenó en restaurantes antes de CODEV y cuántas veces esperaban cenar en restaurantes; semanalmente o mensualmente después de CODEV. Y se puede ver que estos comensales frecuentes- las personas que dijeron que cenan en restaurantes un par de veces a la semana o más se espera que caigan y eso es algo que creo que es probable que sea de preocupación para la industria de los restaurantes.

*Diapositiva 24:*

Y no solo puedes encontrar más información sobre nuestra encuesta y nuestras publicaciones en [covidfuture.org](https://covidfuture.org), sino que también hay un enlace a nuestros datos que está disponible gratuitamente para su descarga. En este momento la ola uno está disponible estaremos publicando la onda dos en las próximas semanas y la onda tres una vez que lo hayamos recogido y limpiado y ponderado.

*Diapositiva 25:*

Así que muchas gracias y háganmelo saber y espero continuar nuestras conversaciones más tarde.

Lauren Close:

Muchas gracias Deborah y es muy interesante escuchar que ya hay como un poco de un diálogo y una superposición entre algunos de los trabajos que estás haciendo y de Zhenlong quien habló justo antes. Así que ese es el punto del webinar de CIC [COVID Information Commons] y estamos muy contentos de ver esas conexiones sucediendo en tiempo real.