

DICIEMBRE DE 2020

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EUROPA



ÍNDICE

	RESUMEN	8
1.	INTRODUCCIÓN	10
2.	ÍNDICE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL	12
2.1	METODOLOGÍA	12
2.2	CLASIFICACIÓN EUROPEA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL	14
2.3	LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN 2020	26
2.4	RESPALDO AL AUMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN	30
2.5	PREDISPOSICIÓN AL AUMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN	34
2.6	PREOCUPACIONES EN TORNO A LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES	38
2.7	PREPERCUSIONES DE LA COVID-19 EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	44
3.	CONCLUSIONES	50

UN INFORME ELABORADO POR CEBR PARA ETORO DICIEMBRE 2020

CLÁUSULA DE EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

Aunque se han tomado todas las precauciones para garantizar la exactitud de los contenidos de este documento, ni Centre for Economics and Business Research Ltd ni los autores del informe se responsabilizan de las posibles pérdidas o perjuicios derivados de la utilización de este informe.

Esta comunicación tiene una finalidad exclusivamente informativa y educativa y no debe considerarse como un asesoramiento de inversión, una recomendación personal o una oferta o invitación para la compra o venta de instrumentos financieros. Estos materiales se han confeccionado sin tener en cuenta los objetivos de inversión o la situación financiera de un destinatario en particular y no se han elaborado de acuerdo con los requisitos legales y reglamentarios para promover el análisis independiente. Las posibles referencias a la evolución histórica o futura de un instrumento financiero, índice o producto de inversión empaquetado no son y no deben considerarse un indicador fiable de resultados futuros. eToro no se hace responsable de la exactitud o exhaustividad de los contenidos de esta publicación y no realiza manifestación alguna a este respecto.

AUTORÍA Y AGRADECIMIENTOS

Este informe ha sido elaborado por Cebr, una consultora independiente especializada en estudios económicos y empresariales fundada en 1992. Las opiniones expresadas en el presente documento pertenecen exclusivamente a los autores y están basadas en estudios independientes realizados por ellos.

Este informe no refleja necesariamente las opiniones de eToro.

Londres, noviembre de 2020.



Calificar el 2020 como un año extraño supone minimizar el impacto de una serie de acontecimientos que se dejarán sentir durante la próxima década. Desde el trabajo hasta la familia y desde las finanzas personales hasta los medios de comunicación... Ha cambiado nuestra forma de relacionarnos con prácticamente todo en nuestras vidas.

Me he pasado el año hablando sobre la adopción de las tecnologías digitales, sobre cómo el mundo en su conjunto apretó el acelerador y adoptó en cuestión de semanas tecnologías que de otro modo habrían tardado varios años en asentarse en nuestra vida cotidiana. Se trata de una situación que, como plataforma de inversión internacional, eToro ha vivido en primera persona.

Cuando el coronavirus golpeó a los países occidentales, los estímulos presupuestarios casi descontrolados fluyeron hacia los mercados internacionales. Al mismo tiempo, los valores relacionados con los viajes, la hostelería y la energía se desplomaron ante el parón que sufrieron sectores completos. Por primera vez en la historia, hemos sido testigos de cómo los inversores minoristas entraban en tropel allí donde los profesionales no se atrevían, buscando grandes oportunidades en sectores muy castigados que pudieran recuperarse cuando la amenaza del virus remitiese.

Los mercados financieros dominaron la actualidad, lo que animó a los inversores minoristas a operar en estos mercados —por primera vez en muchos casos— en lo que significó un cambio de paradigma que ha llegado para quedarse. De hecho, eToro ha visto cómo su número de usuarios registrados aumentaba en 4 millones en 2020, y no estamos solos.

Este informe cubre nueve países europeos y en cada uno de ellos, alrededor del 10% de las personas invirtieron más durante la pandemia. Y lo que es más importante: el 15 % prevé invertir durante los próximos años más que antes de la pandemia, una cifra que en Italia y Rumanía es aún más alta. Uno de los efectos duraderos de la pandemia será esta tendencia de largo recorrido, a saber, el incremento del número de inversores minoristas en toda Europa que operan en los mercados de capitales y gestionan activamente sus carteras.

Cuando encargamos este estudio, nuestra intención era ofrecer una panorámica de la penetración de la digitalización en Europa y las actitudes hacia la transformación digital. Queríamos entender qué impacto tendría este año en lo que esté por venir. ¿Veríamos una reacción contraria, por las dificultades de las personas para seguir el ritmo acelerado de adopción? ¿Cuáles son los obstáculos que podrían frenar la innovación y en qué sectores apoyan los consumidores una mayor digitalización?

Tengo el convencimiento de que hemos conseguido dar respuesta a estas preguntas y muchas más. Mi propia gran conclusión es hasta qué punto la adopción recibe impulso del deseo de conectar con los demás. Más del 40 % de los encuestados coincidieron en que su uso de las tecnologías digitales se veía influenciado por los que les rodean. Ese es el punto de partida del «círculo virtuoso» identificado en estas páginas, por el que una mayor adopción da lugar a un refuerzo de las capacidades, lo que, a su vez, aumenta la confianza y fomenta la adopción.

Nuestro futuro será digital y la gran mayoría coincide en que la tecnología nos hará la vida más fácil. Sin embargo, para que este mundo futuro sea brillante, no debemos perder de vista el elemento humano que se encuentra en el epicentro de esta transformación. Sabemos que las preocupaciones en torno a la desinformación y la protección de datos ya han movido a la acción a los *millennials* y a los miembros de la generación Z. Sabemos que los riesgos que plantea la brecha digital no se limitan a las personas, sino que afectan a países enteros. Por lo tanto, la viabilidad de nuestro futuro digital depende de nuestra capacidad para conseguir que este nuevo mundo sea inclusivo, ético y, en última instancia, humano.



YONI ASSIA

Consejero Delegado y cofundador de eToro

RESUMEN

Este informe combina datos de una encuesta realizada a más de 18.000 europeos con bases de datos externas de carácter público para dar a conocer el estado de la transformación digital en toda Europa. Para este trabajo se ha elaborado un índice de transformación digital que clasifica nueve países europeos (Alemania, Dinamarca, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Rumanía) en función de sus niveles actuales de penetración de las tecnologías digitales y el potencial de crecimiento de su digitalización. Se ha procedido a analizar la interacción con las tecnologías digitales y el potencial de digitalización en una amplia gama de sectores, como los servicios financieros, la sanidad, la venta minorista y el entretenimiento, con el fin de brindar una perspectiva de conjunto sobre la transformación digital de cada país.

ESTAS SON ALGUNAS DE LAS CONCLUSIONES PRINCIPALES:

DINAMARCA SE SITÚA A LA CABEZA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EUROPA: el país presenta el porcentaje más alto de ventas minoristas por Internet y el uso más generalizado de las plataformas digitales para acceder a la banca e interactuar con las administraciones públicas. **España se alza con la segunda puntuación más alta en el índice de transformación digital, gracias a los elevados niveles de predisposición a la digitalización.**

EL REINO UNIDO PRESENTA EL NIVEL MÁS ALTO DE PENETRACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN atendiendo a los indicadores actuales, aunque el país se sitúa en la tercera posición en el índice de transformación digital debido a las pobres lecturas de los indicadores prospectivos. Los pagos mediante tarjeta están considerablemente más extendidos en el Reino Unido que en otras partes de Europa, mientras que el uso de las plataformas digitales con fines educativos también alcanza sus cotas más elevadas en este país.

LOS PAÍSES PEOR CLASIFICADOS en el índice de transformación digital son Rumanía e Italia. **Rumanía posee el nivel más bajo de penetración de la digitalización en estos momentos, pero también presenta el mayor potencial de crecimiento entre los países analizados;** en este sentido, existe un fuerte respaldo ciudadano a la expansión de las tecnologías digitales. **La posición de Italia en la parte baja de la clasificación obedece a un bajo nivel de penetración de la digitalización junto con un elevado grado de resistencia ante la transformación digital futura;** así, el 36 % de los encuestados señalaron que se opondrían a la expansión de las tecnologías digitales en el trabajo.

LA ENCUESTA PONE DE RELIEVE VALIOSAS PERSPECTIVAS SOBRE LAS TENDENCIAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EUROPA:

BENEFICIOS DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES:

existe un amplio consenso en torno a los beneficios de las tecnologías digitales y casi tres de cada cuatro encuestados (72 %) afirman que las tecnologías digitales hacen que su vida sea más fácil. Esta proporción alcanza su cota más alta en Polonia, con el 87 %, y su cota más baja en Alemania, con el 56 %.

INTERACCIONES CON TECNOLOGÍAS DIGITALES:

la banca electrónica es la tecnología digital con la que los europeos interactúan con más frecuencia y casi una cuarta parte (23 %) la usa diariamente. La confianza en las tecnologías digitales aumenta con la frecuencia de uso, lo que sugiere la existencia de un círculo virtuoso por el que una mayor adopción de la tecnología mejora las capacidades tecnológicas, lo que, a su vez, fomenta unas tasas de uso aún mayores.

PREOCUPACIONES EN TORNO A LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES:

el estudio identifica varias preocupaciones generalizadas que podrían frenar la expansión de las tecnologías digitales. El 97 % de los encuestados señalaron que les preocupaban los riesgos relacionados con la ciberdelincuencia, mientras que el 96 % declaró que el uso de tecnologías digitales para propagar noticias falsas era preocupante. Los grupos de mayor edad muestran una especial preocupación; así, el 37 % de los encuestados mayores de 55 años afirmaron estar sumamente preocupados por la influencia de las tecnologías digitales en la difusión de noticias falsas.

POTENCIAL DE LA DIGITALIZACIÓN:

la mayoría de los europeos respalda el desarrollo de la digitalización en todos los sectores analizados, registrándose el apoyo más fuerte a la expansión de lo digital en los sectores de energía y servicios financieros. Sin embargo, los europeos se sienten incómodos utilizando soluciones digitales que actualmente no están consolidadas. Por ejemplo, menos de la mitad (44 %) de los encuestados se sentirían cómodos celebrando una consulta ordinaria con su médico por videollamada.

REPERCUSIONES DE LA PANDEMIA:

la pandemia ha acelerado la transformación digital en toda Europa, donde más de un tercio (36 %) de los encuestados han incrementado el uso de tecnologías digitales fuera del trabajo. Estos cambios de conducta parecen haber operado cambios a largo plazo en las preferencias y hábitos. En este sentido, más de una cuarta parte (27 %) de los encuestados prevén utilizar más las tecnologías fuera del trabajo después de la pandemia que antes.

La COVID-19 lleva camino de tener un impacto especialmente fuerte en la adopción de la digitalización en el sector sanitario. En Italia, casi uno de cada cinco (19 %) encuestados prevén celebrar la mayoría de las consultas con su médico por Internet, incluso después de que haya pasado la pandemia. Los resultados de la encuesta exponen tendencias similares (aunque menos marcadas) en otras partes de Europa.

En un área concreta, la experiencia de la pandemia probablemente aleje a los europeos de las tecnologías digitales: el porcentaje de encuestados que prevén utilizar las plataformas digitales para hablar con amigos después de la pandemia es menor que cuando esta se desató.

INTRODUCCIÓN

A LO LARGO DE LA HISTORIA, LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA SIDO EL PILAR BÁSICO DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO.

Aunque las políticas públicas, los sucesos geopolíticos y los desastres naturales repercuten en el progreso económico, para que exista un crecimiento duradero y a largo plazo se requieren mejoras tecnológicas que eleven la producción de una economía. En el s. XVIII, los inventos como la lanzadera volante, la máquina de vapor y las máquinas para fabricar papel transformaron sectores como los productos textiles y las imprentas, que dejaron de ser industrias artesanales para dar lugar a una producción en masa y centralizada. En el s. XIX, la invención de la electricidad, los motores de combustión interna y los nuevos métodos de producción de acero propiciaron grandes avances en los sistemas de transporte y comunicación, mientras que la difusión de los ordenadores en el s. XX allanó el camino para conseguir cotas más altas de automatización y productividad.

Volviendo a 2020, las economías de todo el mundo están a punto de experimentar otra revolución tecnológica, alimentada esta vez por la expansión de las tecnologías digitales. Aunque la difusión de Internet y los smartphones ya ha transformado tanto

los hábitos de consumo como los métodos de producción, seguimos en los primeros compases de la revolución digital. Ámbitos como la inteligencia artificial y los macrodatos o big data están dando todavía sus primeros pasos, por lo que amplias franjas de la economía apenas han vislumbrado todo el potencial que ofrecen las tecnologías digitales.

Este informe es un estudio de ámbito europeo sobre la repercusión que tienen actualmente las tecnologías digitales en un conjunto de países del continente y su capacidad de despliegue y adopción en el futuro. Si queremos conseguir un crecimiento económico sostenible en el s. XXI, es imperativo que las tecnologías digitales nuevas y en desarrollo se integren en las economías y las sociedades de forma que eleven la productividad sin perder de vista la inclusión y la accesibilidad. El índice de transformación digital arroja nueva luz sobre los niveles de penetración y el crecimiento potencial de la digitalización en Europa. Este índice clasifica nueve países europeos (Alemania, Dinamarca, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Rumanía) en función de la incidencia que están teniendo actualmente las tecnologías digitales en la economía y la sociedad de cada país y el potencial que encierran dichas tecnologías para impulsar el crecimiento durante los próximos años.

El índice de transformación digital puede descomponerse en dos subíndices:

El índice de interacciones digitales, que ilustra el estado actual de la transformación digital; y

El índice de crecimiento de la digitalización, que evalúa el potencial de expansión de las tecnologías digitales en el futuro. El potencial de transformación digital viene determinado por los niveles de respaldo ciudadano a la expansión de las tecnologías digitales, junto con la capacidad de las empresas y los gobiernos para ofrecer las infraestructuras y productos digitales necesarios para atender esta demanda. El índice de crecimiento de la digitalización se centra en el lado del consumidor dentro de la ecuación de la transformación digital evaluando el interés y la predisposición de la población a una mayor digitalización. Por lo tanto, es importante señalar que si bien el índice de crecimiento de la digitalización aporta información importante sobre el potencial de la transformación digital futura, materializar este potencial dependerá también de las infraestructuras y productos digitales de los que se disponga.

Cada uno de estos subíndices se calcula a partir de numerosos indicadores obtenidos

de diversas bases de datos oficiales de carácter público, así como datos propios elaborados a partir de una encuesta a más de 18.000 adultos en los nueve países europeos analizados¹.

Este estudio también aborda el papel de la pandemia de COVID-19 como acelerador de la transformación digital. La magnitud de las alteraciones económicas y sociales que ha traído consigo la pandemia y los consiguientes confinamientos en toda Europa van a dejar una huella imborrable en los hábitos y preferencias de los consumidores. Concretamente, el cierre generalizado de establecimientos comerciales, bancos, salas de cine y gimnasios, así como el aislamiento social forzoso, han empujado a millones de europeos hacia las plataformas en línea y las soluciones digitales. Esta aceleración sin precedentes de la adopción de tecnologías digitales ha sido sintetizada por el consejero delegado de Microsoft, Satya Nadella en la famosa frase que pronunció en abril de 2020: «Hemos visto dos años de transformación digital en dos meses»². Sobre la base de los resultados de la encuesta multipaís encargada para este estudio, el informe aborda hasta qué punto las experiencias derivadas de la pandemia de COVID-19 acelerarán el ritmo de la transformación digital en toda Europa.

¹ La encuesta fue llevada a cabo por Opinium entre el 5 y el 11 de noviembre.

² <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2020/04/30/2-years-digital-transformation-2-months/>.

ÍNDICE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

El índice de transformación digital evalúa los niveles de penetración, las interacciones y el potencial de las tecnologías digitales en nueve países europeos (Alemania, Dinamarca, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido y Rumanía) incorporando un conjunto de indicadores actuales y prospectivos. El conjunto de indicadores actuales forma el **índice de interacciones digitales**, que clasifica a los países en función del impacto que una serie de tecnologías digitales (definidas en este informe como tecnologías que recurren a Internet y/o dispositivos como ordenadores, smartphones y tabletas) tiene actualmente dentro de cada país.

Los indicadores prospectivos constituyen el **índice de crecimiento de la digitalización**, que evalúa el potencial de expansión futura de las tecnologías digitales. El índice de crecimiento de la digitalización calibra el potencial de transformación digital analizando los niveles de respaldo ciudadano y la predisposición a un aumento de la digitalización. No considera directamente la capacidad y voluntad de las empresas y gobiernos para ofrecer nuevas infraestructuras y productos digitales, que es otro requisito previo importante para una transformación digital eficaz. El índice de transformación digital se calcula sumando las puntuaciones de cada país en los índices de interacciones digitales y crecimiento de la digitalización.

METODOLOGÍA

El índice de transformación digital combina bases de datos públicas del Banco Central Europeo y la Comisión Europea con datos de una encuesta personalizada a más de 18.000 adultos de nueve países, lo que brinda una perspectiva de conjunto y original sobre el estado de la transformación digital en Europa.

La Tabla 1 y la Tabla 2 exponen los indicadores que forman los índices de interacciones digitales y crecimiento de la digitalización, respectivamente. Juntos, conforman los indicadores que dan lugar al índice de transformación digital general. Para cada país, se asigna a cada indicador una puntuación de 0 a 100, donde 100 representa el nivel más alto de penetración o potencial de las tecnologías digitales y 0 representa el nivel más bajo. Después, se calcula el promedio de las puntuaciones correspondientes a cada indicador para llegar a las puntuaciones de los índices de interacciones digitales y crecimiento de la digitalización de cada país. A continuación, se calcula el promedio de las puntuaciones de los índices de interacciones digitales y crecimiento de la digitalización para llegar al índice de transformación digital general.

TABLA 1 INDICADORES DEL ÍNDICE DE INTERACCIONES DIGITALES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	FUENTE
BENEFICIOS DE LA DIGITALIZACIÓN	Porcentaje de personas que están de acuerdo en que las tecnologías digitales les facilitan la vida.	ESTUDIO PERSONALIZADO
DIFUSIÓN DE LAS COMPRAS EN INTERNET	Porcentaje de las ventas en Internet expresado como porcentaje de la facturación total.	COMISIÓN EUROPEA
USO DE INTERNET PARA OBTENER INFORMACIÓN SANITARIA	Porcentaje de personas que utilizan Internet para obtener información sanitaria al menos una vez cada tres meses.	COMISIÓN EUROPEA
PAGOS DIGITALES	Valor de las operaciones mediante tarjeta nacionales y transfronterizas, ajustadas por PIB.	BANCO CENTRAL EUROPEO
INVERSIÓN EN LÍNEA	Número de veces por semana que las personas utilizan las plataformas de inversión en línea	ESTUDIO PERSONALIZADO
BANCA ELECTRÓNICA	Porcentaje de personas que utilizan la banca electrónica al menos una vez cada tres meses.	COMISIÓN EUROPEA
EDUCACIÓN DIGITAL	Porcentaje de personas que han asistido a cursos en línea al menos una vez cada tres meses.	COMISIÓN EUROPEA
USO DE DISPOSITIVOS	Número de veces por semana que las personas utilizan una selección de dispositivos (altavoces inteligentes, tecnologías portátiles y contadores inteligentes).	ESTUDIO PERSONALIZADO
USO DE APLICACIONES INFORMÁTICAS	Número de veces por semana que las personas utilizan un conjunto de aplicaciones informáticas (servicios de streaming de vídeo, asistentes digitales a través de dispositivos móviles).	ESTUDIO PERSONALIZADO
INTERACCIÓN DIGITAL CON ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Porcentaje de personas que interactúan con las administraciones públicas a través de plataformas digitales (p. ej., para votar, presentar formularios, etc.) al menos una vez cada tres meses.	COMISIÓN EUROPEA

TABLA 2 INDICADORES DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO DE LA DIGITALIZACIÓN

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	FUENTE
PREDISPOSICIÓN A LA DIGITALIZACIÓN	Porcentaje de personas que se sentirían cómodas con una selección de aplicaciones de las tecnologías digitales.	ESTUDIO PERSONALIZADO
RESPALDO A LA DIGITALIZACIÓN	Porcentaje de personas que apoyan una mayor digitalización en un conjunto de sectores (servicios financieros, sanidad, entretenimiento, venta minorista y energía).	ESTUDIO PERSONALIZADO
DETRACTORES DE LO DIGITAL	Porcentaje de personas que se resistirían a la expansión de las tecnologías digitales en su trabajo.	ESTUDIO PERSONALIZADO
PREOCUPACIONES EN TORNO A LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES	Niveles medios de preocupación ante una selección de problemas del mundo digital.	ESTUDIO PERSONALIZADO

CLASIFICACIÓN EUROPEA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Los resultados del índice de transformación digital ponen de relieve una variación importante entre los países en lo que respecta a los niveles de penetración de la digitalización actuales y el potencial de crecimiento. El resto de esta sección aborda los resultados de cada uno de los nueve países europeos, identificando las áreas en las que puntúan relativamente bien y las áreas donde existe margen de mejora.



1

DINAMARCA A LA CABEZA

Dinamarca se sitúa a la cabeza de la clasificación en el índice de transformación digital, con una puntuación de 58. Este país obtiene la segunda puntuación más alta en el índice de crecimiento de la digitalización, así como la segunda puntuación más alta en el índice de interacciones digitales, lo que indica que Dinamarca consigue unos buenos resultados de conjunto en todos los indicadores analizados. Dinamarca es líder en muchos de los indicadores de penetración de las tecnologías digitales; así, registra el mayor porcentaje de ventas minoristas por Internet entre los países estudiados, así como el uso más generalizado de las plataformas digitales para realizar gestiones bancarias e interactuar con las administraciones públicas. Los resultados de la encuesta también ponen de manifiesto que los daneses están relativamente abiertos a la expansión de las tecnologías digitales en su lugar de trabajo. Además, aunque existen preocupaciones generalizadas en torno a las tecnologías digitales, en Dinamarca estas son menos intensas que en la mayoría del resto de regiones de Europa.

37%



**SE SIENTE CÓMODO CON CITAS
MÉDICAS ONLINE**

2

ESPAÑA OCUPA EL SEGUNDO PUESTO

España aparece clasificada en la segunda posición del índice de transformación digital. Como ocurre con Dinamarca, el éxito relativo de España en el índice cabe atribuirlo a unos resultados homogéneos. De hecho, aunque España se sitúa por detrás del Reino Unido en lo que respecta a la penetración actual de las tecnologías digitales (evidenciada en el índice de interacciones digitales), recupera terreno en el índice de crecimiento de la digitalización. Los españoles encuestados utilizan diversos dispositivos y aplicaciones informáticas con más frecuencia que sus homólogos de cualquier otro país analizado. El país también ocupa la primera posición en cantidad de interacciones con las plataformas de inversión en línea. En cuanto al índice de crecimiento de la digitalización, España ocupa la primera posición en el indicador de predisposición a la digitalización, ya que un porcentaje elevado de ciudadanos se sienten cómodos con la idea de adoptar un conjunto de soluciones digitales, como los servicios de streaming y las visitas inmobiliarias virtuales. Sin embargo, las preocupaciones en torno a las tecnologías digitales también son más elevadas en España que en cualquiera de los demás países. De hecho, el 40 % de los españoles está sumamente preocupados por el mal uso de las tecnologías digitales para difundir noticias falsas, mientras que el 35 % asegura estar muy preocupado por los riesgos de ciberseguridad ante el aumento del tráfico de datos en Internet.

41%



**SE SIENTEN MUY CAPACITADOS
PARA USAR TECNOLOGÍA
WEARABLE**

3

EL REINO UNIDO REGISTRA LA TASA DE PENETRACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN MÁS ALTA DE EUROPA

Con una puntuación de 65 en el índice de interacciones digitales, el Reino Unido encabeza la clasificación europea en lo que respecta a los niveles actuales de penetración de la digitalización. Los pagos mediante tarjeta están considerablemente más extendidos en el Reino Unido que en otros países europeos analizados ³, mientras que el uso de plataformas digitales con fines educativos también se sitúa en la cota más elevada en el Reino Unido. A pesar de sus impresionantes resultados en el índice de interacciones digitales, una puntuación comparativamente pobre en el índice de crecimiento de la digitalización hace que el Reino Unido ocupe la tercera posición en la clasificación general de transformación digital. La presencia de detractores de lo digital podría frenar la transformación digital futura, ya que el 24 % de los encuestados afirmaron que se opondrían a una expansión de las tecnologías digitales en su puesto de trabajo. Eso pone de relieve que hay que seguir trabajando en el Reino Unido para conseguir que el cambio tecnológico sea aceptado por una minoría sustancial de los trabajadores.

62%



ESTÁ DE ACUERDO EN QUE LA TECNOLOGÍA DIGITAL LES FACILITA LA VIDA

³ Banco Central Europeo.

4

16%



UTILIZA CONTADORES INTELIGENTES DE ENERGÍA CASI A DIARIO

LOS PAÍSES BAJOS SE QUEDAN FUERA DEL PODIO

Los Países Bajos obtienen buenas puntuaciones tanto en el índice de interacciones digitales como en el índice de crecimiento de la digitalización, lo que coloca a este país en la cuarta posición en la clasificación general del índice de transformación digital. Los holandeses colideran la clasificación junto a Dinamarca en cuanto a uso de plataformas de banca digital entre los países analizados, mientras que también se anotan la puntuación más alta en el indicador de uso de Internet para obtener información sanitaria. El país pierde algo de terreno en el indicador de respaldo a la digitalización; así, los niveles de apoyo a una mayor digitalización son menores en los Países Bajos que en la mayor parte de los otros nueve países, sobre todo en los sectores de venta minorista y entretenimiento.



5

POLONIA SE ALZA CON LA QUINTA POSICIÓN A PESAR DE IR REZAGADA EN PENETRACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN

Polonia obtuvo una puntuación de 48 en el índice de transformación digital, situándose en quinta posición en la clasificación de países, entre los Países Bajos y Alemania. Aunque Polonia presenta la tercera puntuación más baja en el índice de interacciones digitales (a consecuencia de un uso de las plataformas digitales menos generalizado que en la mayoría de los países europeos), lo compensa parcialmente en el índice de crecimiento de la digitalización. El respaldo al refuerzo de la digitalización es más alto en Polonia que en cualquier otro país analizado. Por ejemplo, el 85 % de los polacos afirmó que apoyarían una mayor digitalización en el sector de la energía y los servicios públicos, mientras que el 83 % declaró que estaría a favor de ello en el sector financiero. A pesar del nivel relativamente bajo que presenta actualmente la penetración de la digitalización en Polonia, los ciudadanos valoran más las tecnologías digitales que en cualquiera de los nueve países restantes. De hecho, el 87 % de los encuestados coincidieron en que las tecnologías digitales hacían su vida más fácil, frente a una media del 72 % en el conjunto de Europa.

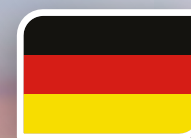
64%



**UTILIZA LA BANCA ONLINE
AL MENOS 4 VECES A LA
SEMANA**

6

48%



**ESTARÍA CÓMODO
REALIZANDO
TRANSACCIONES
BANCARIAS ONLINE**

ALEMANIA OCUPA EL SEXTO LUGAR DEBIDO A LA PREOCUPACIÓN POR EL AUMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN

Alemania (el país más grande de Europa por población y producción económica) obtuvo un resultado relativamente pobre en el índice de crecimiento de la digitalización. El nivel de respaldo a un mayor digitalización es más bajo en Alemania que en cualquiera de los demás países analizados, mientras que el país también obtiene la puntuación más baja en el indicador de predisposición a la digitalización. Únicamente el 48 % de los alemanes encuestados señalaron que se sentirían cómodos dando al salto a las plataformas de banca electrónica, mientras que tan solo el 37 % afirmó que se sentiría cómodo realizando un pago de más de 100 euros con una app de pago a través del móvil. Eso contrasta con la media europea, situada en el 54 %. No obstante, Alemania presenta una puntuación elevada en el indicador de detractores de lo digital, con el porcentaje más bajo de encuestados que afirmaron que se opondrían a la expansión de las tecnologías digitales en su trabajo. Estos resultados sugieren que los principales obstáculos para la transformación digital surgirán de las dudas en torno al uso de las nuevas tecnologías en la vida personal de los ciudadanos, no tanto en la vida profesional.

7

LA PUNTUACIÓN MÁS BAJA EN EL ÍNDICE DE CRECIMIENTO DE LA DIGITALIZACIÓN CORRESPONDE A FRANCIA

Con una puntuación de 45, Francia ocupa el séptimo puesto en el índice de transformación digital. Aunque Francia puntúa alto en los indicadores de compras en línea y pagos digitales, el índice de interacciones digitales se ve lastrado por unos niveles relativamente bajos de interacción con una selección de dispositivos y aplicaciones informáticas. Francia presenta la puntuación más baja en el índice de crecimiento de la digitalización, que es el factor principal que explica la mala posición del país en la clasificación general de transformación digital. Alemania es el único país donde los niveles de respaldo a un aumento de digitalización son más bajos que en Francia. Entretanto, el porcentaje de encuestados franceses que se opondrían a la expansión de las tecnologías digitales en el trabajo es, con un 33 %, el segundo de todos los países analizados.

33%



**SERÍA RESISTENTE A
UNA MAYOR
DIGITALIZACIÓN EN
EL TRABAJO**

16%



**RECIBIÓ CAPACITACIÓN EN
TECNOLOGÍA POR PARTE DE
FAMILIA Y AMIGOS**

8

RUMANÍA, A LA CABEZA DE EUROPA EN POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE LA DIGITALIZACIÓN

Rumanía muestra una fuerte divergencia en los resultados que obtiene en el índice de transformación digital; así, se anota la puntuación más baja en el subíndice de interacciones digitales, pero también la puntuación más alta en el subíndice de crecimiento de la digitalización. El nivel de desarrollo económico de Rumanía es más bajo que el del resto de países analizados. A consecuencia de ello, la existencia de infraestructuras digitales y la adopción de tecnologías digitales por parte de la población es más limitada actualmente que en otras partes de Europa. De hecho, Rumanía muestra la puntuación más baja en siete de los diez indicadores que conforman el índice de interacciones digitales. Sin embargo, Rumanía presenta más potencial de crecimiento de la digitalización que cualquiera de los restantes nueve países. El respaldo de los rumanos a una mayor digitalización en diversos sectores se sitúa en segunda posición, solo por detrás de Polonia. Un factor esencial es que, a pesar de los niveles comparativamente bajos de interacciones con tecnologías digitales, Rumanía se coloca en tercera posición en el indicador de predisposición a la digitalización, lo que sugiere que existen las capacidades necesarias y el respaldo de la ciudadanía para impulsar la digitalización. Estos resultados demuestran que, si bien Rumanía se encuentra actualmente en una fase menos madura de su transformación digital, el país tiene potencial para cerrar rápidamente esta brecha durante los próximos años.

9

ITALIA OCUPA LA ÚLTIMA POSICIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Italia ocupa el octavo puesto tanto en el índice de interacciones digitales como en el índice de crecimiento de la digitalización, lo que se traduce en la novena plaza de la clasificación general de transformación digital. En muchos de los indicadores de interacciones digitales, solo Rumanía se sitúa por debajo de los niveles de penetración de la digitalización de Italia. Por ejemplo, tan solo algo más de la tercera parte de los italianos (36 %) utilizan la banca electrónica al menos una vez cada tres meses, frente al 91 % de Dinamarca y los Países Bajos. A diferencia de Rumanía, Italia también obtiene unos resultados malos en el índice de crecimiento de la digitalización, lo que sugiere que las perspectivas de reducción de la brecha digital con otros países europeos son escasas. La causa principal de ello es el indicador de detractores de lo digital: el 36 % de los encuestados indican que se opondrían a la expansión de las tecnologías digitales en su trabajo.

20%

INVERTIRÁ MÁS ACTIVAMENTE EN ACCIONES LUEGO DE LA PANDEMIA

TABLA 3 - CLASIFICACIÓN DEL ÍNDICE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

	Di	Es	RU	Pa	Po	Al	Fr	Ru	It
CLASIFICACIÓN GLOBAL EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9
PUNTUACIÓN GLOBAL EN EL ÍNDICE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL	58	57	57	54	48	46	45	45	41
CLASIFICACIÓN EN CRECIMIENTO DE LA DIGITALIZACIÓN	2	3	6	4	5	7	9	1	8
PUNTUACIÓN EN EL ÍNDICE DE CRECIMIENTO DE LA DIGITALIZACIÓN	58	56	48	54	51	46	38	61	41
CLASIFICACIÓN EN INTERACCIONES DIGITALES	2	3	1	4	7	6	5	9	8
PUNTUACIÓN EN EL ÍNDICE DE INTERACCIONES DIGITALES	58	58	65	55	44	46	52	29	41

Como queda de manifiesto arriba, las tecnologías digitales han tenido un impacto generalizado en las sociedades y las economías de toda Europa, transformando tanto los bienes como los servicios que consumen los hogares, así como la forma de producirlos. Las secciones restantes del informe utilizan datos de una encuesta a 18.000 ciudadanos de nueve países europeos para ofrecer una perspectiva original y con un altísimo nivel de detalle sobre los niveles de penetración de diversas tecnologías digitales, las actitudes de los hogares frente a estas tecnologías y su potencial de expansión.

LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN 2020

Existe un amplio consenso en Europa en torno a los efectos beneficios generales de las tecnologías digitales. De hecho, casi tres de cada cuatro encuestados (72 %) afirmaron que las tecnologías digitales les hacían la vida más fácil, frente a tan solo el 7 % que estaba en desacuerdo con esta impresión. No obstante, los niveles de conocimiento y capacidades en torno a las tecnologías digitales varían considerablemente dependiendo de la tecnología en cuestión.

SERVICIOS FINANCIEROS

Casi seis de cada siete encuestados (85 %) declararon ser capaces de utilizar la banca electrónica, lo que incluye un 52 % que se declaró muy capaz. En muchas de las tecnologías digitales que se han analizado, los niveles de capacidad son considerablemente más altos entre los encuestados más jóvenes. Sin embargo, no ocurre así con la banca electrónica. Con un 86 %, el porcentaje de encuestados que afirmaron ser muy capaces o bastante capaces de usar la banca electrónica es ligeramente más elevado entre los ciudadanos con edades comprendidas entre los 35 y los 54 años que entre los encuestados de entre 18 y 34 años. Los niveles de confianza con las plataformas de inversión en línea son más bajos; así, menos de una tercera parte de los encuestados (32 %) señalaron que son capaces de utilizar esta tecnología. Los resultados varían sustancialmente entre países. El 42 % de los encuestados italianos indicaron que son bastante capaces (23 %) o muy capaces (18 %) de utilizar las plataformas de inversión en línea, frente a tan solo el 26 % de los encuestados daneses.

85%
DECLARARON SER
CAPACES DE UTILIZAR LA
BANCA ELECTRÓNICA

En todos los sectores, la banca electrónica destaca como la tecnología digital con la que los europeos interactúan con mayor frecuencia. De media, los encuestados afirmaron que utilizan la banca electrónica más de tres veces por semana y casi una cuarta parte (23 %) utilizan esta tecnología a diario. Las apps de pago a través del móvil se utilizan en promedio más de dos veces a la semana, aunque el 31 % de los encuestados utilizan esta tecnología menos de una vez al mes. El porcentaje de usuarios diarios de apps de pago a través del móvil es más alto en Europa oriental, con un 25 % de polacos y un 18 % de rumanos participantes en la encuesta que afirmaron usar esta tecnología al menos seis veces por semana.

VENTA MINORISTA

La gran mayoría de los europeos encuestados (90 %) indicaron que son muy capaces (58 %) o bastante capaces (32 %) de comprar en Internet. Eso convierte a las compras de Internet en la tecnología digital con la que los europeos se sienten más cómodos. Únicamente un pequeño porcentaje de encuestados se declaran incapaces de comprar en Internet (2 %) o nunca han oído hablar de esta tecnología digital (1 %). De media en toda la muestra, los encuestados indicaron que compran por Internet 2,4 veces por semana, con una mayoría (62 %) que compra al menos una vez por semana. No obstante, los resultados de la encuesta ofrecen algunos indicios de cierta brecha generacional. Casi dos tercios (64 %) de los encuestados entre 18 y 34 años señalaron que son muy capaces de comprar en Internet, frente a menos de la mitad (49 %) de los mayores de 55 años.

ENERGÍA Y SERVICIOS PÚBLICOS

En toda la muestra, el grado de confianza a la hora de utilizar los contadores inteligentes es bajo en relación con otras tecnologías digitales. De hecho, menos de dos quintas partes (39 %) de los encuestados declararon ser muy capaces (14 %) o bastante capaces (26 %) de utilizar esta tecnología. Aunque la mayoría (53 %) utiliza los contadores inteligentes menos de una vez al mes (en el mejor de los casos), casi uno de cada diez (9 %) utiliza esta tecnología diariamente. Aunque los niveles de interacción con la mayoría de las tecnologías digitales analizadas en este informe dependen de las preferencias personales y las circunstancias económicas del usuario, la utilización de contadores inteligentes se ve afectada por las políticas de las empresas suministradoras de energía. Los resultados de la encuesta indican que el uso de esta tecnología es más frecuente en el Reino Unido y los Países Bajos, donde el 15 % y el 16 % de los encuestados utilizan contadores inteligentes al menos seis veces por semana.

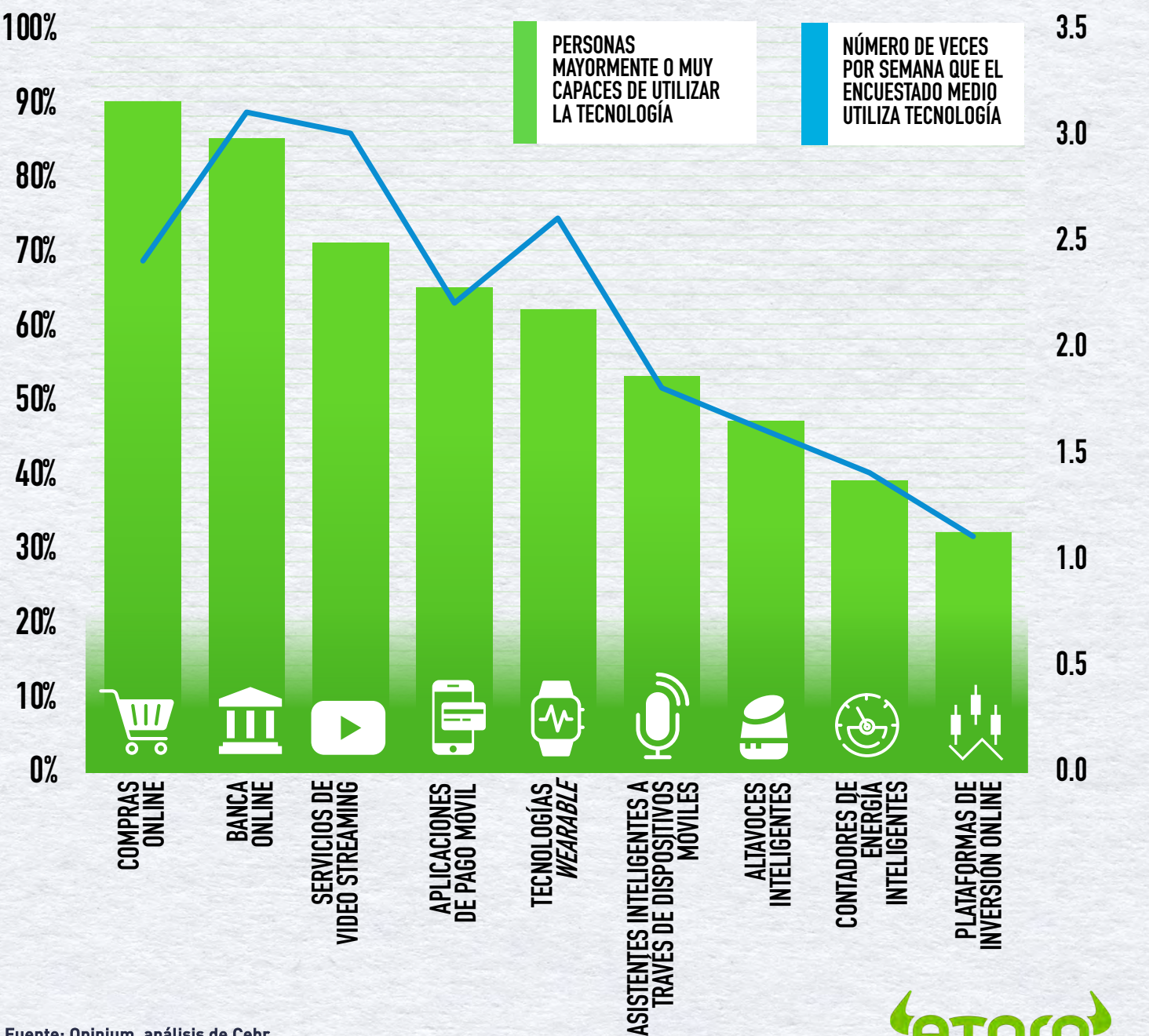
ENTRETENIMIENTO Y OCIO

El 71 % de los encuestados son o bien muy capaces (41 %) o bien bastante capaces (30 %) de usar servicios de streaming de vídeo como Netflix y Amazon Prime. Eso significa que los servicios de streaming de vídeo se sitúan únicamente por detrás de las compras en Internet y la banca electrónica atendiendo al grado de confianza que los europeos manifiestan a la hora de usar la tecnología. Los niveles de confianza comienzan a disminuir con otras formas de tecnologías digitales en el sector del entretenimiento. De hecho, la mayoría de los encuestados indicaron que tenían en el mejor de los casos una capacidad limitada para usar altavoces inteligentes (53 %), mientras que solo una pequeña mayoría (53 %) declaró ser capaz de usar asistentes inteligentes a través de dispositivos móviles. A pesar de que las competencias en algunas tecnologías digitales consolidadas están bien desarrolladas, los resultados ponen de relieve que se puede hacer más para aumentar el conocimiento y confianza de los europeos en relación con muchas otras tecnologías que podrían ofrecer importantes beneficios si se usaran más ampliamente, tanto desde la perspectiva de los estilos de vida como de la productividad.

A muy poca distancia de la banca electrónica en la lista de las tecnologías digitales más utilizadas se sitúan los servicios de streaming de vídeo. Entre los encuestados, las tecnologías portátiles, como los relojes inteligentes y los auriculares, se utilizan un promedio de 2,6 veces por semana, mientras que los asistentes inteligentes y los altavoces inteligentes se utilizan un promedio de 1,8 y 1,6 veces por semana, respectivamente.

Existe una fuerte correlación entre los niveles de confianza con las tecnologías digitales (como se presenta en la Figura 1) y la frecuencia con la que se utilizan estas tecnologías. Eso apunta a un ciclo virtuoso potencial por el que la mayor opción de las tecnologías mejora las capacidades tecnológicas, lo que, a su vez, estimula aún más las tasas de adopción.

FIGURA 1 – PORCENTAJE DE CIUDADANOS QUE SON MUY CAPACES O BASTANTE CAPACES DE UTILIZAR LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES Y FRECUENCIA MEDIA DE USO



Fuente: Opinium, análisis de Cebr



RESPALDO AL AUMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN

Los resultados presentados arriba demuestran que un gran número de tecnologías digitales ya están fuertemente arraigadas en la vida cotidiana de los europeos. La encuesta también revela que la mayoría de los europeos aceptarían una mayor digitalización en muchas áreas de la economía.

FINANZAS

65%

DE LOS ENCUESTADOS INDICARON QUE ESTARÍAN A FAVOR DE AMPLIAR LAS TECNOLOGÍAS COMO LA BANCA POR INTERNET, LOS PAGOS ELECTRÓNICOS Y LAS PLATAFORMAS DE INVERSIÓN ONLINE

Existe una sólida base de respaldo ciudadano a un refuerzo de la digitalización en el sector financiero: casi dos tercios de los encuestados indicaron que estarían a favor de ampliar las tecnologías como la banca por Internet, los pagos electrónicos y las plataformas de inversión en línea. El 83 % de los encuestados en Polonia están a favor de reforzar la digitalización del sector financiero, un porcentaje considerablemente más alto que el 53 % de los encuestados alemanes que apoyarían una mayor digitalización. A este respecto, es importante señalar que incluso en Alemania —el país con el menor nivel de respaldo al refuerzo de la digitalización en el sector financiero— únicamente un 13 % de los encuestados señalaron que no lo apoyaban, mientras que más de una tercera parte de los alemanes (34 %) indicaron que ni lo apoyaban ni lo rechazaban.

SALUD

Los europeos se muestran algo más reacios ante la perspectiva de aumentar la digitalización en el sector sanitario (p. ej., a través de más citas virtuales y trámites en línea); así, el 52 % se mostró a favor, frente al 22 % que se mostró en contra. La naturaleza intrínsecamente íntima de las interacciones en el ámbito sanitario probablemente sea el factor que explique los bajos niveles de apoyo al aumento de la digitalización en este espacio.

Los niveles de oposición a la expansión de las tecnologías digitales en el sector sanitario son más altos entre las personas de 55 años de edad o más. Más de una cuarta parte de los encuestados (26 %) pertenecientes a este grupo de edad declararon que no estaban a favor de aumentar la digitalización en el sector sanitario. También se observa una sutil brecha entre sexos en lo que respecta a los niveles de apoyo a una mayor digitalización en la sanidad. Entre los encuestados varones, el 53 % señaló que estaban a favor de ampliar el uso de las tecnologías digitales en la sanidad, frente al 20 % que se mostró en contra. Entre las mujeres encuestadas, el apoyo a una mayor digitalización es más bajo, del 50 %, mientras que el rechazo es mayor, con un 24 %.

Para muchos, una preocupación clave en relación con la expansión de las tecnologías digitales en el sector sanitario es el riesgo de ciberdelincuencia e incidencias en los servicios y la posible pérdida de datos sensibles que lleva

aparejado. Esta cuestión pasó al primer plano en Alemania durante las últimas semanas, cuando el instituto nacional para el control de enfermedades del país se vio obligado a retrasar la publicación de los casos diarios de coronavirus después de ser objeto de un ciberataque ⁴. Este suceso podría haber influido en las actitudes de los encuestados alemanes en la encuesta, ya que tan solo el 39 % señaló que apoyaría una mayor digitalización del sector sanitario, lo que constituye el porcentaje más bajo de todos los países analizados.

52%

SE MOSTRÓ A FAVOR DE AUMENTAR LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR SANITARIO

VENTA MINORISTA

El 64 % de los encuestados indicaron que estaría de acuerdo con una mayor digitalización en el sector de la venta minorista, por ejemplo a través de la expansión de las compras por Internet. Este porcentaje engloba un 23 % de encuestados que señalaron que lo apoyarían claramente. Solo uno de cada ocho encuestados (12 %) señaló que no lo apoyaría. Los niveles de apoyo descendieron entre los grupos de mayor edad; así, únicamente el 55 % de las personas de 55 años o más afirmaron estar a favor de ello.

64%
DE LOS ENCUESTADOS
INDICARON QUE ESTARÍA DE
ACUERDO CON UNA MAYOR
DIGITALIZACIÓN EN EL
SECTOR DE LA VENTA
MINORISTA

ENERGÍA Y SERVICIOS PÚBLICOS

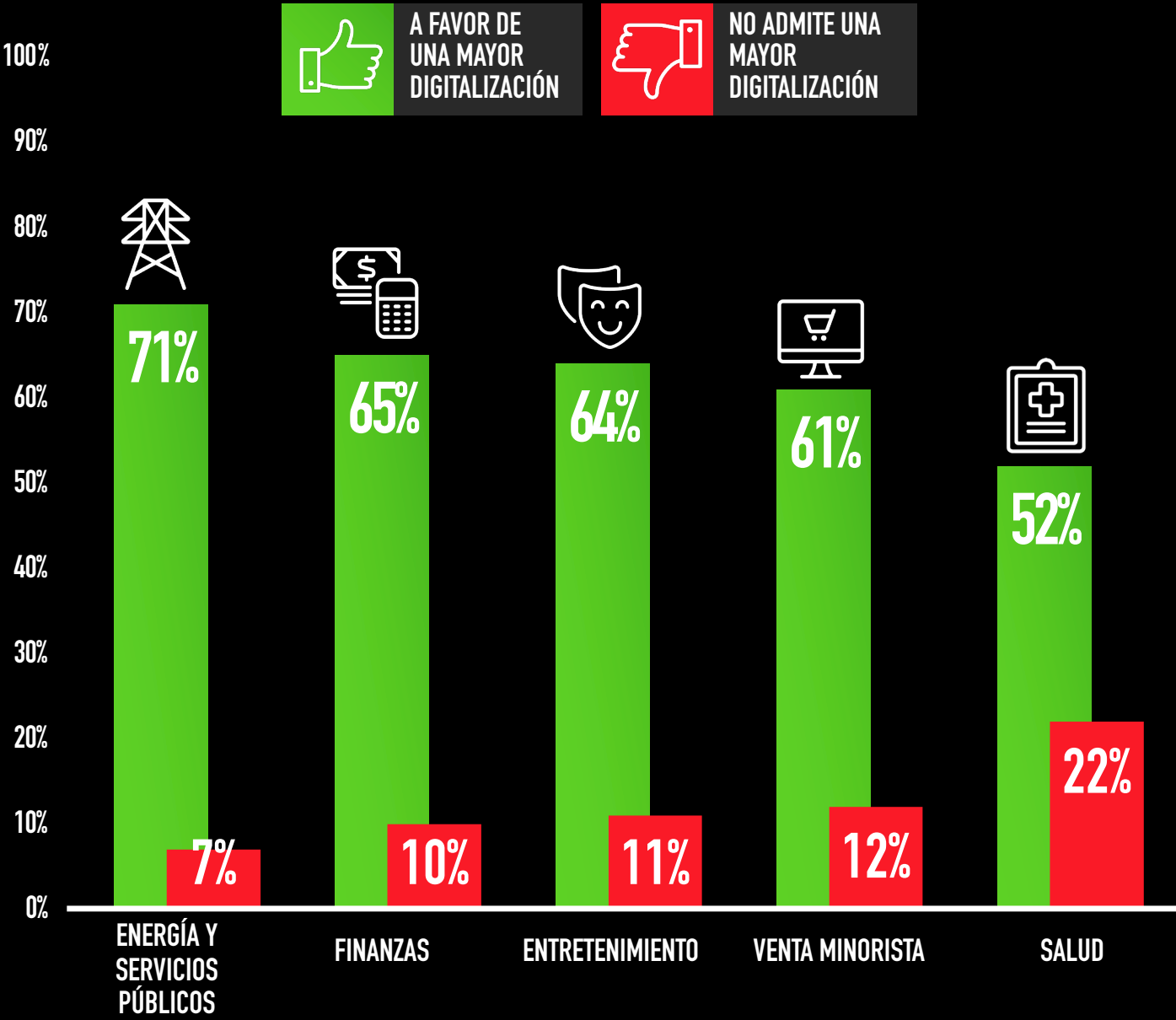
El apoyo a una mayor digitalización es más fuerte en el sector de la energía y los servicios públicos que en cualquiera de los sectores analizados. El 71 % de los encuestados declaró que estaría a favor de ampliar las tecnologías digitales en esta área, por ejemplo a través del pago de facturas por Internet o el despliegue de contadores inteligentes. Esta cifra multiplica por diez el número de personas que no están a favor de una mayor digitalización en el sector de la energía y los suministros públicos.

71%
DE LOS ENCUESTADOS
DECLARÓ QUE ESTARÍA A
FAVOR DE AMPLIAR LAS
TECNOLOGÍAS DIGITALES
EN ESTA ÁREA

ENTRETENIMIENTO Y OCIO

La mayoría de los europeos (64 %) está a favor de elevar el uso de las tecnologías digitales en el sector del entretenimiento, por ejemplo, a través del uso de los servicios de streaming y la asistencia a conciertos, actuaciones o exposiciones virtuales. Esta cifra multiplica por cinco el porcentaje de los encuestados que declararon no estar a favor de aumentar la digitalización en esta área. Los españoles y los italianos mostraron más apoyo, con un 76 % y un 72 % de los encuestados a favor del aumento de la digitalización en el sector del entretenimiento, respectivamente.

FIGURA 3 – RESPALDO A UNA MAYOR DIGITALIZACIÓN EN DIVERSOS SECTORES



Fuente: Opinium, análisis de Cebr

PREDISPOSICIÓN AL AUMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN

Las tecnologías digitales repercuten en las vidas de los europeos. La gran mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la digitalización tiene el potencial de hacer sus vidas más fáciles y sigue habiendo un considerable margen para que continúe creciendo el uso de estas tecnologías en varias áreas:

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Más de dos tercios de los encuestados (69 %) afirmaron que se sentirían muy cómodos (33 %) o bastante cómodos (36 %) interactuando con las administraciones públicas a través de plataformas electrónicas, por ejemplo para pagar impuestos, acceder a información o inscribirse en programas gubernamentales. Esta cifra contrasta con el apenas 11 % de encuestados que no se sentirían cómodos con ello.

SERVICIOS FINANCIEROS

La mayoría de los encuestados (61 %) indicaron que aceptarían realizar sus gestiones bancarias y de inversión a través de Internet, aunque menos de una quinta parte (17 %) afirmaron que no se sentirían cómodos con eso. Polonia, España y el Reino Unido son los países con los porcentajes más altos de encuestados que se sienten a gusto gestionando su dinero de forma electrónica. Entretanto, Alemania presenta el porcentaje más bajo: menos de la mitad de los participantes (48 %) indicaron que se sentirían cómodos realizando trámites bancarios y de inversión a través de Internet.

En cuanto a las apps de pago a través del móvil, la mayoría de los europeos (54 %) se sentirían cómodos realizando pagos superiores a 100 euros a través de uno de estos sistemas. Sin embargo, los niveles de confianza disminuyen considerablemente cuando aumenta el tamaño de la operación. Únicamente el 37 % de los encuestados afirmaron que se sentirían cómodos realizando un pago de más de 1.000 euros a través de una aplicación de pago a través del móvil, frente al 40 % que reconoció que se sentirían incómodos. Existe una aparente brecha entre sexos en lo que respecta a la disposición a utilizar las aplicaciones de pago a través del móvil para transacciones de más de 1.000 euros. Entre los encuestados varones, el porcentaje de quienes se sentirían cómodos con eso (40 %) supera el porcentaje de los que se sentirían incómodos (35 %). Entre las mujeres encuestadas, el porcentaje de quienes se sentirían cómodas realizando un pago de más de 1.000 euros a través de una aplicación de pago a través del móvil (33 %) es claramente inferior al porcentaje de quienes se sentirían incómodas (45 %).

VENTA MINORISTA

En un contexto en el que las compras por Internet ya están consolidadas, la mayoría de los encuestados (65 %) señalaron que se sentirían cómodos comprando por Internet en lugar de acudir a una tienda física. Entretanto, tan solo el 12 % de los participantes declararon que no se sentirían cómodos con eso. En Italia, las ventas por Internet representaron el 12 % de las ventas minoristas totales en 2019, el segundo porcentaje más bajo de todos los países analizados⁵. Un aspecto interesante es que casi tres cuartas partes de los italianos encuestados (73 %) afirmaron que se sentirían cómodos realizando sus compras en Internet, lo que supone el segundo porcentaje más alto de los países analizados. Eso sugiere que existe un interés de los ciudadanos por realizar más compras en línea en Italia, a pesar de la tasa de penetración relativamente baja hasta ahora.

44%

SE SENTIRÍAN CÓMODOS REALIZANDO CONSULTAS ORDINARIAS CON SU MÉDICO A TRAVÉS DE UNA VIDEOLLAMADA EN LUGAR DE EN PERSONA

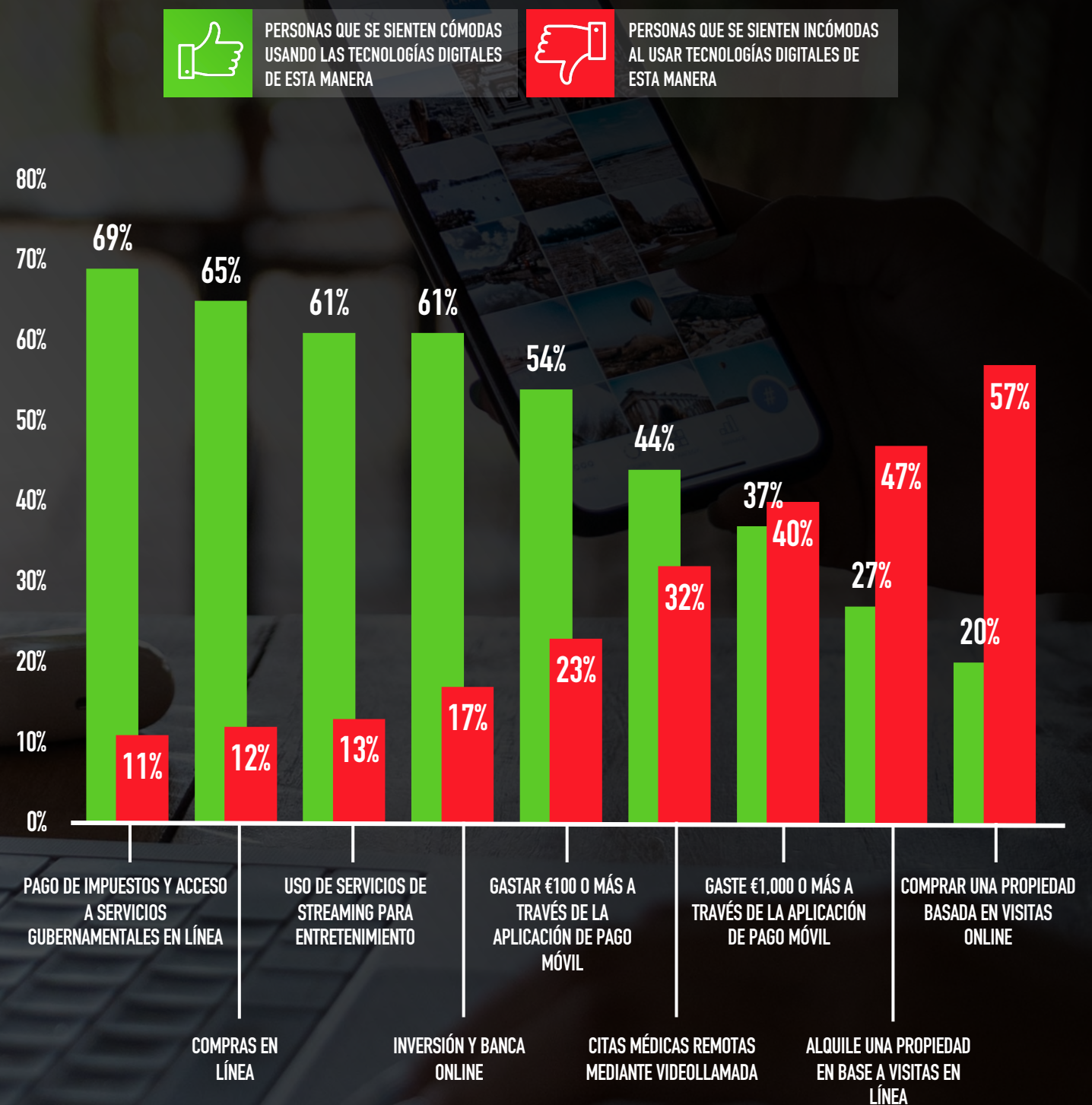
SANIDAD

Las actividades descritas hasta ahora son las que ya se realizan en gran medida a través de plataformas digitales. Los europeos expresan una mayor incomodidad cuando se les plantea utilizar soluciones digitales que actualmente están menos consolidadas. Por ejemplo, una minoría de los encuestados (44 %) se sentirían cómodos celebrando consultas ordinarias con su médico a través de una videollamada en lugar de en persona. Entre las personas de 55 años o más (el grupo de edad que interactúa de forma más frecuente con los profesionales sanitarios), tan solo el 39 % de los participantes se sentirían cómodos con este cambio en la prestación de servicios sanitarios.

INMUEBLES

Otra área donde las personas podrían sentirse menos dispuestas a cambiar a soluciones digitales es el sector inmobiliario. Algo más de una cuarta parte de los encuestados (27 %) señalaron que se sentirían cómodos alquilando un inmueble basándose en visualizaciones o visitas virtuales, mientras que únicamente una quinta parte (20 %) se sentirían cómodos comprando un inmueble basándose únicamente en visitas virtuales. No obstante, los confinamientos generalizados y las restricciones a las visitas inmobiliarias que han entrado en vigor durante la pandemia hacen que millones de personas se hayan habituado a recurrir a las plataformas digitales en el sector inmobiliario. Los resultados de la encuesta sugieren que los jóvenes podrían impulsar un trasvase continuo hacia las tecnologías digitales en esta área. De hecho, más de un tercio de los encuestados (34 %) con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años se sentirían cómodos alquilando un inmueble basándose en visitas virtuales, frente a tan solo el 18 % de los encuestados de 55 años o más.

FIGURA 6 – PORCENTAJE QUE SE SIENTE CÓMODO CON UN MAYOR USO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES



PREOCUPACIONES EN TORNO A LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES

Aunque la mayoría de los europeos coinciden en que las tecnologías digitales facilitan la vida y, en general, están a favor de reforzar la digitalización en toda la economía, existe un desacuerdo sobre el ritmo y la escala de la transformación digital que es apropiada a partir de ahora. La encuesta identifica varias inquietudes de diversa índole y generalizadas que, si no se abordan, podrían lastrar considerablemente la expansión futura de las tecnologías digitales.

RIESGOS DE CIBERDELINCUENCIA

La inmensa mayoría de los encuestados (97 %) señalaron que les preocupaban los riesgos de la ciberdelincuencia a medida que más datos y actividades se transfieren a Internet y dentro de este grupo, una cuarta parte (27 %) afirmaron estar sumamente preocupados. El porcentaje de encuestados que están sumamente preocupados por los riesgos de la ciberdelincuencia llega hasta el 35 % en España y el 31 % en Rumanía. El despliegue de las tecnologías digitales en sectores como la sanidad y la educación supondrá que un volumen cada vez mayor de información se trasladará a Internet. Los resultados de la encuesta indican que estos movimientos se toparán con resistencias a la vista de las profundas preocupaciones en torno a la ciberseguridad.

27%

AFIRMARON ESTAR SUMAMENTE PREOCUPADOS POR LOS RIESGOS DE LA CIBERDELINCUENCIA A MEDIDA QUE MÁS DATOS Y ACTIVIDADES SE MUEVEN EN INTERNET

DIFUSIÓN DE NOTICIAS FALSAS

Al 96 % de los europeos les preocupa el mal uso de las tecnologías digitales para difundir noticias engañosas o incorrectas. En el pasado, el consumo de noticias de la población se concentraba en un número relativamente pequeño de medios. Sin embargo, las personas recurren cada vez más a las redes sociales y los medios alternativos como fuente de información. Eso ha colocado a las empresas tecnológicas y a las autoridades en un dilema ético, ya que tienen que equilibrar metas a menudo opuestas como la libertad de expresión y la presentación de información precisa. Los resultados de la encuesta sugieren que, en opinión de muchos europeos, no se ha hecho lo suficiente para abordar el segundo objetivo: garantizar que la información que recibe la población es precisa. Lo anterior se observa especialmente entre los grupos de mayor edad: más de un tercio de los encuestados (37 %) de 55 años o más señalan que están sumamente preocupados por el uso de las tecnologías digitales para diseminar noticias falsas. Aunque la posibilidad de que las tecnologías digitales contribuyan a la difusión de noticias engañosas es una preocupación importante en todos los países analizados, esta inquietud es más notoria en España, donde el 40 % de los encuestados declararon estar sumamente preocupados por esta cuestión.

96%

DE LOS EUROPEOS LES PREOCUPA EL MAL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA DIFUNDIR NOTICIAS ENGAÑOSAS O INCORRECTAS

BRECHAS DIGITALES

Las implicaciones sociales de la tecnología digital también pesan en las mentes de muchos europeos. De hecho, el 95 % afirma estar al menos ligeramente preocupado por la creciente «brecha digital», fenómeno por el que las personas sin acceso a las tecnologías digitales quedan excluidas. Eso pone de relieve que fomentar un acceso equitativo a las tecnologías digitales podría ser clave para que las personas apoyen un uso más amplio de la tecnología. La posible aparición de una brecha digital preocupa especialmente a los encuestados en España y Rumanía; así, el 23 % indicó que es algo que les preocupa enormemente. Por el contrario, en los Países Bajos y Dinamarca tan solo el 14 % de los encuestados afirmaron estar sumamente preocupados por esta cuestión. Un ejemplo de cómo la difusión de las tecnologías digitales podría agravar las desigualdades existentes lo encontramos en el sector educativo. A medida que los materiales de aprendizaje se desplazan cada vez más a Internet, el acceso a portátiles y software se ha vuelto indispensable. Garantizar que estas tecnologías llegan a todos los niños será clave para prevenir que surja una brecha entre los que tienen acceso a la tecnología y los que no.

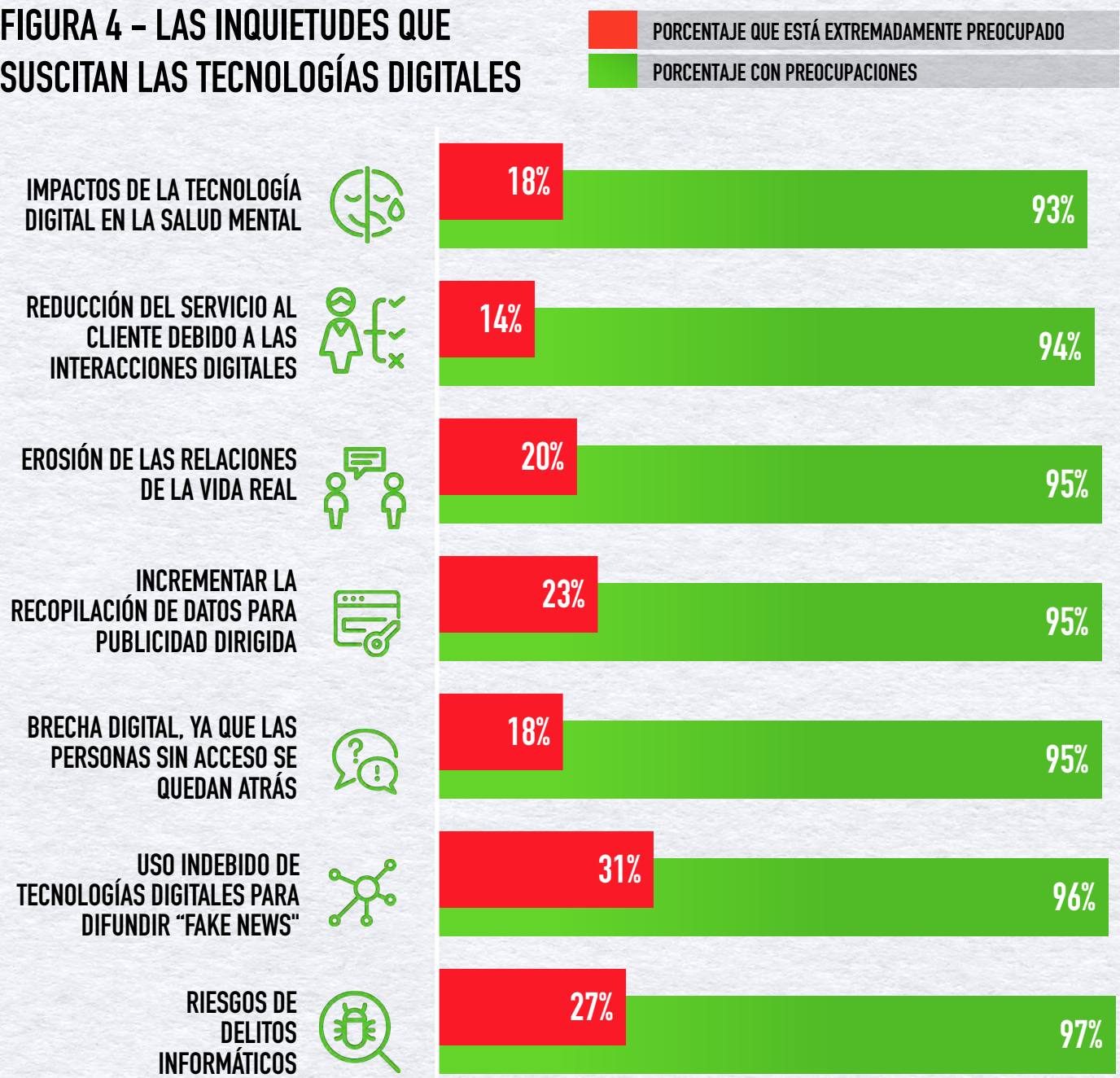
EROSIÓN DE LAS RELACIONES EN LA VIDA REAL

Uno de cada cinco encuestados (20 %) afirmaron estar sumamente preocupados por la erosión de las relaciones en la vida real a consecuencia de las tecnologías digitales. Estas preocupaciones se observan en todos los grupos de edad, aunque están ligeramente más extendidas entre las generaciones más mayores. Por el contrario, las inquietudes sobre el impacto de las tecnologías digitales en la salud mental son más acusadas entre las generaciones más jóvenes. De hecho, el 19 % de los encuestados de entre 18 y 34 años declararon estar sumamente preocupados por esta cuestión, frente al 16 % de las personas de 55 años o más. Por países, los polacos mostraron las mayores tasas de preocupación por la erosión de las relaciones en la vida real debido a las tecnologías digitales, con más de una cuarta parte de encuestados (28 %) que afirman estar sumamente preocupados.

CONSECUENCIAS PARA LA SALUD MENTAL

Another common concern regarding the spread of digital technologies is the impact on mental health. 93% of survey respondents said that this issue was of some concern to them, including nearly one in five (18%) that said they were extremely concerned. The impacts of digital technologies on mental health is a particular concern for women, with 21% of female survey respondents listing this issue as extremely concerning compared to 14% of male survey respondents.

FIGURA 4 – LAS INQUIETUDES QUE SUSCITAN LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES



Fuente: Opinium, análisis de Cebr

A consecuencia de estas preocupaciones, más de dos de cada cinco europeos (41 %) piensan que las tecnologías digitales están extendiéndose demasiado rápido, mientras que casi el mismo porcentaje (39 %) indica que el ritmo del cambio les sobrepasa. Al desglosar estos resultados por sexo, se aprecia que el ritmo de la transformación digital preocupa más a las mujeres que a los hombres. De hecho, el 44 % de las mujeres encuestadas afirmaron que las tecnologías digitales están propagándose con demasiada rapidez, frente al 38 % de los hombres encuestados.

La mayoría de los encuestados (52 %) coinciden en que las tecnologías digitales no reguladas, como las redes sociales, son una amenaza para la sociedad y la idea de que el gobierno endurezca la normativa en este ámbito concita un amplio apoyo. De hecho, casi tres cuartas partes de los encuestados (72 %) afirmaron que los gobiernos deberían ser más activos a la hora de regular las tecnologías digitales. Entre los encuestados italianos, el 82 % (el porcentaje más alto entre los países analizados) estuvo de acuerdo en que el gobierno debería hacer más para regular las tecnologías digitales.

En conjunto, los europeos han abordado activamente sus inquietudes en el ámbito digital. De hecho, únicamente el 7 % de las personas preocupadas por las tecnologías digitales no han tomado medidas para resolverlas. La mayoría (53 %) asegura que sus ordenadores, portátiles o smartphones están protegidos por contraseñas o códigos de acceso, mientras que un porcentaje similar (49 %) limita sus compras en Internet a establecimientos conocidos y consolidados. Esta conclusión pone de relieve las dificultades a las que se enfrentan los comercios más pequeños a la

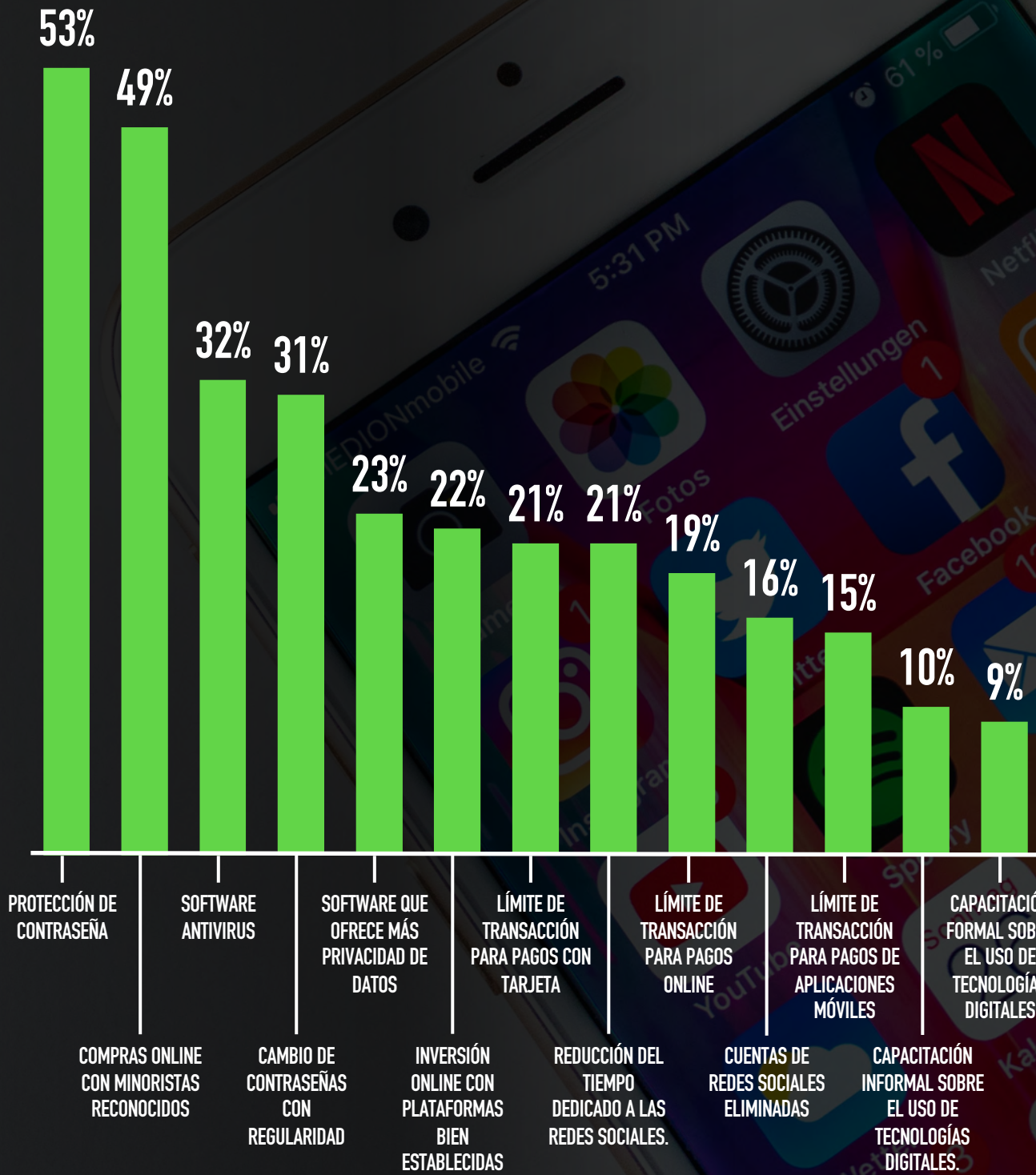
hora de luchar por una porción del creciente mercado electrónico y las persistentes inquietudes de seguridad hacen que muchos consumidores opten por acudir a las cadenas más grandes.

El software es otra pieza importante del puzzle, con casi un tercio de los encuestados (32 %) que aseguran haber invertido en programas antivirus para abordar las inquietudes en relación con las tecnologías digitales. Entretanto, el 23 % trata de utilizar software (p. ej., navegadores web o plataformas de correo electrónico) que ofrezca más privacidad en relación con los datos.

También son importantes los límites de las operaciones de pago, que restringen las pérdidas potenciales derivadas de un fallo de seguridad. Alrededor de uno de cada cinco encuestados (21 %) han instaurado límites a las operaciones de pago mediante tarjeta, mientras que el porcentaje de personas que tiene instaurados estos límites para pagos en línea y pagos a través de apps para móviles es del 19 % y el 15 %, respectivamente.

Ante la intranquilidad generalizada que suscita el posible papel de las tecnologías digitales en la difusión de noticias falsas, la erosión de las relaciones en la vida real y la recopilación de datos personales, muchos europeos han dado el paso de borrar algunas o todas sus cuentas en redes sociales. Alrededor de uno de cada seis encuestados (16 %) señalaron que han tomado esta medida a raíz de sus inquietudes por las tecnologías digitales. Un aspecto interesante es que los jóvenes están optando por salir de las redes sociales a un ritmo más rápido que las generaciones más mayores. Uno de cada cinco encuestados (20 %) de entre 18 y 34 años de edad afirmaron que habían borrado algunas de sus cuentas, frente a un porcentaje de tan solo el 12 % entre las personas de 55 años o más.

FIGURA 5 – PASOS DADOS PARA ABORDAR LAS PREOCUPACIONES GENERADAS POR LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES



Fuente: Opinium, análisis de Cibr



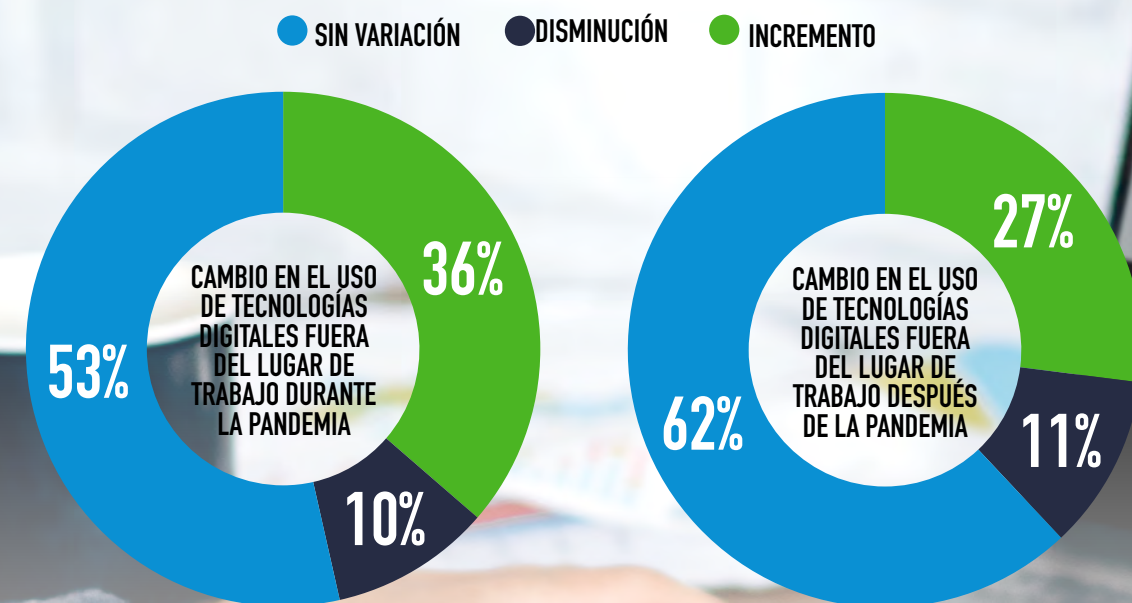
REPERCUSIONES DE LA COVID-19 EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La pandemia y los confinamientos asociados han suscitado cambios económicos y sociales a una escala sin precedentes. Con millones de personas confinadas en sus casas y el cierre generalizado de los centros de trabajo, las tiendas, los restaurantes y otros espacios, los europeos se han enfrentado a unos cambios repentinos y dramáticos en sus vidas. Más de un tercio de los encuestados (36 %) indicaron que su uso de las tecnologías digitales fuera del trabajo había aumentado desde el estallido de la pandemia, comparado con tan solo uno de cada diez participantes (10 %) que afirmaron haberlo reducido. En España e Italia, el porcentaje de encuestados que han aumentado su uso de las tecnologías digitales fuera del lugar de trabajo durante la pandemia es del 49 %. Estos resultados reflejan los cambios generalizados en el ocio y el entretenimiento que han sufrido las sociedades europeas, donde muchas personas han pasado de los teatros y las salas de cine a los servicios de streaming y desde las compras en grandes calles comerciales al comercio electrónico. Los resultados de la encuesta aportan nuevas pruebas de que estos cambios de conducta han provocado alteraciones a largo plazo en las preferencias y hábitos de los consumidores que probablemente perduren incluso después de la pandemia. Algo más de una cuarta parte de los encuestados (27 %) afirmaron que esperaban utilizar más las tecnologías digitales fuera del trabajo después de la pandemia que antes de ella. Esta situación probablemente se dé con más fuerza en Polonia, donde el 37 % de los encuestados esperan que su uso de las tecnologías digitales fuera del trabajo sea mayor después de la pandemia que antes.

18% DE LOS ENCUESTADOS DE ENTRE 18 Y 34 AÑOS ESPERAN REDUCIR SU USO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES DESPUÉS DE LA PANDEMIA

Sin embargo, se detectan ciertas señales de hastío tecnológico entre los europeos, ya que el 11 % señaló que esperaba hacer un menor uso de las tecnologías digitales después de la pandemia que antes. Existe una importante variación en este resultado entre los grupos de edad; así, el 18 % de los encuestados de entre 18 y 34 años esperan reducir su uso de las tecnologías digitales después de la pandemia, frente a tan solo el 6 % de las personas de 55 años o más. Entre países, la variación es menos pronunciada: entre los encuestados polacos, el 9 % espera que su uso de las tecnologías digitales fuera del trabajo sea menor después de la pandemia que antes, mientras que entre los españoles encuestados esta cifra es del 14 % (la mayor de los países analizados).

FIGURA 7 – CAMBIOS EN EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES FUERA DEL TRABAJO DURANTE Y DESPUÉS DE LA PANDEMIA



Han surgido tendencias similares dentro de los centros de trabajo. El uso del software de videollamadas se ha disparado durante los últimos meses después de que millones de trabajadores de oficinas se hayan pasado al teletrabajo a consecuencia de las restricciones de las autoridades y las inquietudes sanitarias en torno a la COVID-19. Eso se refleja en la encuesta, donde casi un tercio de los participantes (30 %) ha aumentado el uso de las tecnologías digitales en el trabajo durante la pandemia. Esta cifra varía considerablemente entre países. Entre los encuestados de Alemania, únicamente el 19 % ha aumentado su uso, frente al 42 % de los encuestados en España. Estos resultados son coherentes con los diferentes grados de gravedad del brote de coronavirus y las restricciones asociadas en cada país.

Muchos de los nuevos hábitos laborales desarrollados durante la pandemia parece que perdurarán: más de uno de cada cinco encuestados (22 %) espera hacer un mayor uso de las tecnologías digitales en el trabajo después de la pandemia que antes. Una implicación importante de este resultado es que la frecuencia de los viajes de trabajo probablemente no recupere los niveles anteriores a la crisis, incluso después de que la pandemia quede controlada y se levanten las restricciones. La consiguiente reducción de los trayectos diarios a los centros de trabajo podría tener graves repercusiones para las empresas y sectores que dependen del movimiento de los trabajadores a y desde las oficinas, como los proveedores de transporte, las promotoras de inmuebles terciarios y los comercios, restaurantes y cafeterías en los centros urbanos.

La encuesta abordó las actividades específicas que han sufrido un mayor desplazamiento desde el ámbito físico al digital durante la pandemia y la probable duración de estos cambios. Los resultados revelan que el uso de plataformas electrónicas se ha generalizado en todas las actividades consideradas. Sin embargo, existe una importante variación en la medida en que las personas han dado el salto a las plataformas electrónicas y el grado en el que estos cambios perdurarán tras la pandemia:

SERVICIOS FINANCIEROS

Incluso antes del estallido de la pandemia, el uso de plataformas digitales estaba generalizado en diversas actividades financieras. De hecho, casi cuatro de cada cinco encuestados (79 %) utilizaban Internet al menos alguna vez para concertar una cita con el banco. Entretanto, solo el 12 % de los encuestados dijeron que recurrían exclusivamente a oficinas físicas para invertir en acciones ante de la pandemia. Dado que la interacción con las plataformas digitales ya era alta cuando se desató la pandemia, existe menos margen para cambios importantes en el comportamiento en el sector financiero que en otros sectores donde el uso de las tecnologías digitales antes de la pandemia era más limitado. No obstante, el 83 % de los encuestados esperan utilizar Internet al menos alguna vez para concertar citas con su banco después de la pandemia, lo que supone cuatro puntos porcentuales más que el nivel anterior a la pandemia.

Uno de cada diez encuestados (10 %) afirmaron que habían invertido más en acciones durante la

pandemia que antes. Entretanto, un porcentaje similar (9 %) afirmó haber invertido menos en acciones que antes de la pandemia. Estos resultados ponen de relieve la naturaleza altamente heterogénea de la respuesta ante la volatilidad bursátil derivada del coronavirus. Aunque muchos inversores minoristas afrontaron la caída de las bolsas al comienzo de la pandemia como una oportunidad para invertir, otros desistieron de invertir debido a la volatilidad y los riesgos percibidos. Más de uno de cada siete encuestados (15 %) prevén invertir más en acciones después de la pandemia que antes de ella. Eso sugiere que, con independencia de las diferentes reacciones de las personas ante la incertidumbre y la volatilidad bursátil durante la pandemia, los sucesos de 2020 han suscitado un mayor interés en los mercados financieros en un gran número de europeos. Este efecto parece ser más fuerte en Italia, donde el 20 % de los encuestados prevén invertir más en acciones después de la pandemia que antes.

SANIDAD

Antes de la pandemia, la mayoría de los europeos (54 %) recurrían exclusivamente a las citas presenciales con su médico. Las intensas presiones que ha ejercido la pandemia sobre los sistemas sanitarios, así como los riesgos asociados con las visitas personales a los centros de salud, han provocado una gran expansión de las plataformas digitales en el sector sanitario. De hecho, el 70 % de los encuestados que han acudido a una cita con su médico durante la pandemia han recurrido al menos en parte a las plataformas digitales. Además, el 60 % prevé recurrir al menos en parte a las plataformas digitales para las citas médicas en el futuro. Eso supone un incremento del 31 % con respecto al porcentaje anterior a la pandemia. En España, el país con el mayor número de fallecimientos por COVID-19 per cápita a finales de noviembre de 2020, una cuarta parte (25 %) de los que tenían una cita médica durante la pandemia utilizaron exclusivamente las plataformas electrónicas. El 5 % de los encuestados españoles esperan recurrir exclusivamente a plataformas electrónicas para acudir a sus citas con el médico después de la pandemia. En Italia (el país con la tasa de fallecimientos por COVID-19 más alta de los países analizados), este porcentaje se sitúa en el 6 %.

El cierre de los gimnasios durante periodos prolongados en muchos países ha alimentado la demanda de clases de fitness en línea. Incluso antes de la pandemia, la mayoría de los encuestados (59 %) recurrían a clases de fitness en línea al menos alguna vez. Durante la pandemia, este porcentaje se disparó hasta el 82 %, mientras que el 68 % espera usar las clases de fitness en línea en alguna medida después de la pandemia.

70%
DE LOS ENCUESTADOS
QUE HAN ACUDIDO A UNA
CITA CON SU MÉDICO
DURANTE LA PANDEMIA
HAN RECURRIDO AL
MENOS EN PARTE A LAS
PLATAFORMAS DIGITALES

VENTA MINORISTA

La pandemia parece que va a provocar un incremento menos notable a largo plazo en el uso de las plataformas digitales en el sector de la venta minorista. Antes del estallido de la COVID-19, la mayoría de los encuestados (56 %) no recurrían exclusivamente a las tiendas físicas para sus compras de alimentación. Para las compras de ropa, este porcentaje era del 80 %. Para las compras de alimentación y ropa, el uso de las compras electrónicas ha aumentado considerablemente durante la pandemia a consecuencia de los cierres de tiendas y la preocupación por la propagación del virus. Después de la pandemia, el 60 % de los encuestados esperan no recurrir exclusivamente a las tiendas físicas para sus compras de alimentación, frente al 56 % antes de la pandemia. Estos resultados sugieren que el impacto a largo plazo de la pandemia en los patrones de compra de ropa será limitado. El 80 % de los encuestados esperan hacer al menos algún uso de las plataformas electrónicas para comprar ropa después de la pandemia, lo que no supone ningún cambio con respecto al periodo anterior a la pandemia.

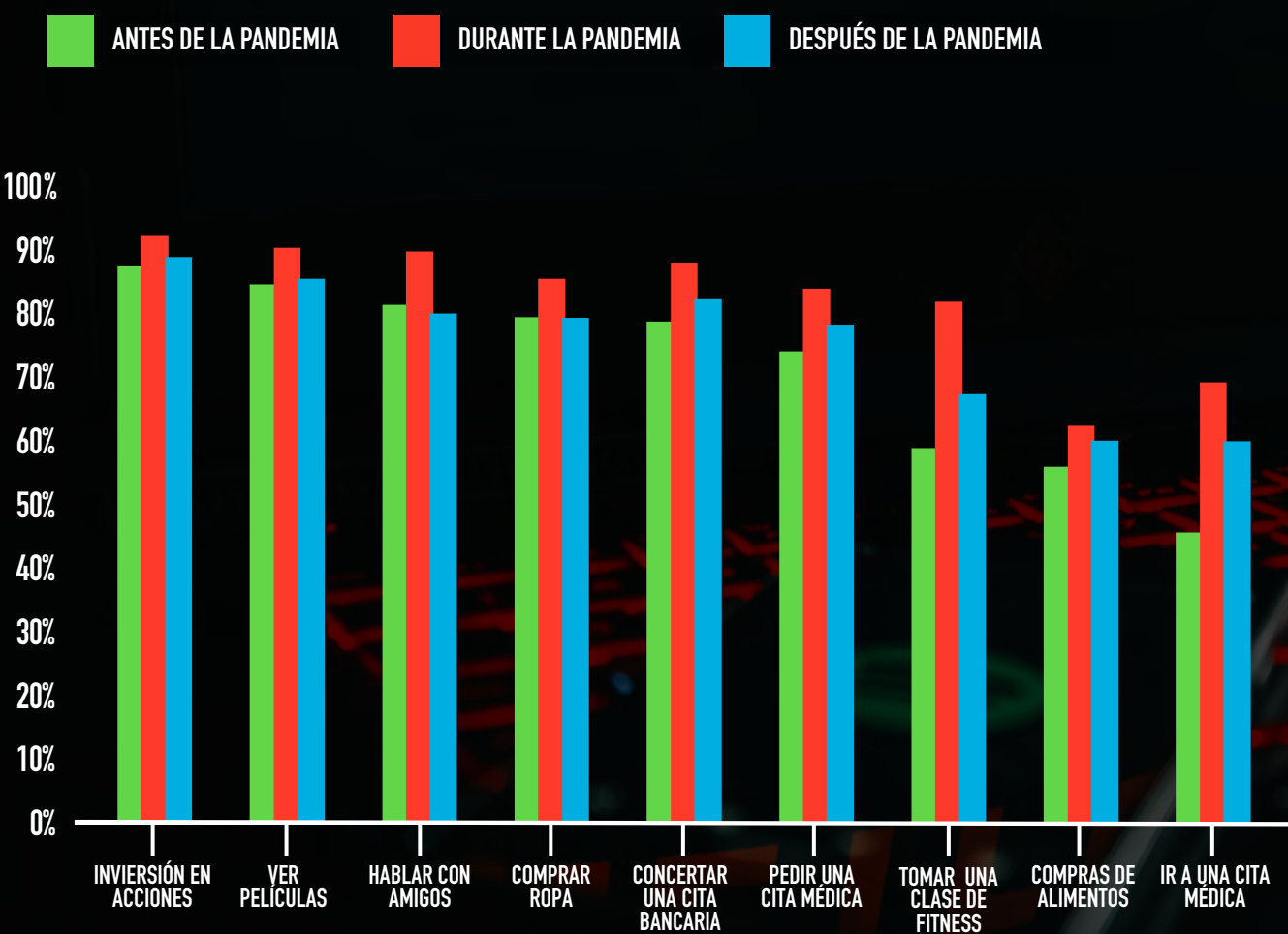
ENTRETENIMIENTO Y OCIO

Existe un área en la que la experiencia de la pandemia de COVID-19 probablemente aleje a los europeos de las tecnologías digitales. El 90 % de los encuestados utilizaron Internet para hablar con amigos durante la pandemia, frente al 82 % antes de la pandemia. Tras la pandemia, el 80 % de los encuestados esperan utilizar Internet para hablar con amigos, 10 puntos porcentuales por debajo de los niveles actuales y también 2 puntos porcentuales por debajo de los niveles anteriores a la pandemia. Aunque el descenso previsto en el uso de las tecnologías digitales para hablar con amigos es relativamente pequeño cuando se considera aisladamente, sí es destacable a la vista de los aumentos previstos en el uso de las tecnologías digitales que se prevé en la mayoría de las demás actividades. Eso sugiere que el distanciamiento social asociado a la pandemia ha provocado que muchas personas valoren más las interacciones personales.

Entre los europeos que han visto cómo aumentaba su uso de las tecnologías digitales durante la pandemia de coronavirus, la respuesta ha sido en su mayor parte positiva. De hecho, el 51 % señaló que el mayor uso de la tecnología les ha facilitado la vida, mientras que el 46 % afirmó que la experiencia les ha enseñado nuevas habilidades y una tercera parte (33 %) indicó que les había hecho querer probar nuevas tecnologías. Los efectos beneficiosos han sido especialmente marcados en las generaciones de mayor edad: el 55 % de los encuestados de 55 años o más señalaron que el mayor uso de la tecnología había mejorado sus vidas. Por países, esta acogida positiva ha sido más notoria en Polonia, donde el 65 % de los encuestados estuvieron de acuerdo en que el mayor uso de las tecnologías les había hecho la vida más fácil y el 61 % señaló que les había enseñado nuevas habilidades.

No obstante, la expansión de las tecnologías digitales no ha estado exenta de desventajas. Casi uno de cada cinco encuestados (19 %) que han hecho un mayor uso de la tecnología desde el inicio de la pandemia declararon que eso les había hecho querer pasar menos tiempo en línea en el futuro. En los Países Bajos y Rumanía este porcentaje llega casi a una cuarta parte (23 %). Sin embargo, en otras partes de Europa este efecto parece ser menos importante. Por ejemplo, únicamente el 16 % de los encuestados británicos y franceses señalaron que querían pasar menos tiempo en línea a consecuencia de la pandemia. Entretanto, únicamente un pequeño porcentaje (11 %) de los encuestados afirmaron que su mayor uso de las tecnologías digitales durante la pandemia les había hecho querer depender menos de la tecnología y tan solo el 7 % señaló que el mayor uso de las tecnologías digitales les había provocado confusión.

FIGURA 8 – PORCENTAJE DE ENCUESTADOS QUE LLEVAN A CABO ACTIVIDADES EN LÍNEA AL MENOS ALGUNA VEZ



CONCLUSIONES

72%

ESTÁ DE ACUERDO EN
QUE LAS TECNOLOGÍAS
DIGITALES HACEN SU
VIDA MÁS FÁCIL

Las tecnologías digitales repercuten en las vidas de los europeos. La mayoría de los europeos coinciden en que las tecnologías digitales tienen efectos beneficiosos generales, de tal modo que el 72 % estuvo de acuerdo en afirmar que hacían su vida más fácil.

Las conclusiones también son alentadoras en lo que respecta al margen de transformación digital en el futuro: la mayoría de los encuestados están a favor de una mayor digitalización en servicios financieros, sanidad, venta minorista, energía y entretenimiento. Sin embargo, este estudio pone de relieve que la adopción y el potencial de crecimiento de las tecnologías digitales distan de ser uniformes en Europa y, de hecho, en los diferentes sectores.

En el plano de la adopción, las interacciones con tecnologías digitales en el Reino Unido y Dinamarca (los países en los primeros puestos del índice de interacciones digitales) son considerablemente más altas que en Rumanía e Italia. Estas discrepancias se deben en parte a factores económicos; así, por ejemplo, el menor poder adquisitivo medio de Rumanía y Polonia se traduce en una capacidad más limitada de la población para invertir en tecnologías digitales. Los perfiles demográficos también podrían ser un factor importante, ya que los países con las poblaciones más envejecidas, como Italia y Alemania, generalmente se sitúan por detrás de otros países de Europa Occidental en lo que respecta a las interacciones digitales.

En cuanto al potencial de crecimiento, el panorama es muy diferente; así, Rumanía salta del último lugar en el índice de interacciones digitales a la primera posición en el índice de crecimiento de la digitalización. Esto demuestra que existe un fuerte interés y predisposición en la sociedad a un mayor grado de transformación digital, lo que indica que Rumanía podría perfectamente cerrar la brecha digital con otros países europeos siempre que sus empresas y administraciones públicas redoblen sus esfuerzos para brindar las infraestructuras y productos necesarios. A escala europea, la mayoría de los encuestados respaldan el desarrollo de la digitalización en todos los sectores de la economía. La perspectiva de una mayor transformación digital recibe una mejor acogida en los sectores de energía y servicios financieros, donde el 71 % y el 65 % de los europeos, respectivamente, están a favor de una mayor digitalización.

El estudio también revela el papel protagonista que la pandemia ha desempeñado a la hora de acelerar la transformación digital. El cierre de establecimientos físicos y las restricciones a los movimientos de la población han empujado este año a gran cantidad de europeos a buscar soluciones digitales en áreas que van desde la venta minorista hasta el ocio, pasando por los servicios financieros y la salud. Los resultados de la encuesta demuestran que para muchos europeos estos nuevos comportamientos y hábitos probablemente perduren después de que se desvanezca la pandemia. Este patrón es más evidente en el sector sanitario, donde la mayoría de los encuestados ahora prevén recurrir al menos en cierta medida a las citas médicas en línea.

Las tecnologías digitales serán el pilar sobre el que se asentarán las mejoras de la productividad durante la próxima década. Eso significa que el éxito de las economías europeas estará indisolublemente ligado a la efectividad de su transformación digital. Conseguir el respaldo y la confianza de los ciudadanos es un requisito previo esencial para cualquier transformación digital.

Los resultados de este estudio demuestran que estos factores podrían propiciar un vuelco a la jerarquía digital europea durante los próximos años.

