

# NOTA DE PRENSA

1/06/2021

Fundación Telefónica presenta el Informe de la Sociedad Digital en España 2020-2021: El año en que todo cambió

## **DE LA DISRUPCIÓN A LA NORMALIDAD: LA DIGITALIZACIÓN ES YA UN HÁBITO MÁS DE LOS ESPAÑOLES Y PIEZA CLAVE PARA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA**

- España ha sido el único país que, estando entre los más castigados por la pandemia, no ha tenido problemas con la red. Ha hecho frente a un aumento de la demanda de ancho de banda, un crecimiento del tráfico móvil de datos, y de la voz móvil, espectacular.
- En el ámbito de la empresa se ha producido un crecimiento en tecnologías como la IA, el IoT, la robótica industrial o los servicios en la nube. Esta nueva era requiere una fuerza de trabajo digital. La Comisión Europea calculó que en 2020 el mercado europeo se enfrentaba a una carencia de 756.000 expertos TIC.
- En los hogares españoles, la pandemia ha contribuido a acelerar la digitalización en aspectos clave como la formación *on line*, el teletrabajo, las compras electrónicas, el incremento de las videollamadas o el aumento del consumo de contenido multimedia.
- La pandemia provocó que en el mes de abril de 2020 se cerraran las escuelas en 188 países, dejando afectados a 1.500 millones de alumnos a nivel global. El 34,4% de los usuarios de internet accedió a formación online durante 2020.
- Las dos principales actividades realizadas en Internet en 2020 están vinculadas al consumo de contenidos digitales de ocio. El 62,3% de los usuarios de internet han visualizado contenido multimedia en 2020 y el 60,6% ha escuchado música, programas de radio o podcasts online.

- **La recuperación de la crisis sin duda será digital, pero la pandemia también ha traído consigo la necesidad de alcanzar un acuerdo fundamental sobre los principios éticos y valores comunes para un mundo digital. Un acuerdo colectivo sobre cómo asegurar la sostenibilidad de la digitalización para que la sociedad no funcione a dos velocidades, con ganadores y perdedores.**

**Madrid, 1 de junio de 2021.-** El estado de alarma decretado el 14 de marzo de 2020 y la posterior pandemia pusieron en evidencia que en España vivimos en una sociedad en red y que, gracias a la digitalización, los españoles pueden desarrollar la capacidad de resiliencia necesaria para seguir adelante en las situaciones más adversas. En solo unas semanas, la pandemia consiguió acelerar cinco años la adopción de hábitos digitales de los españoles en el hogar y las empresas. La normalización de la digitalización en la sociedad española y en todos los sectores productivos ha hecho que en este 2020 se produzca un avance imparable del papel de la tecnología, según *La Sociedad Digital en España 2020-2021: El año en que todo cambió*, el informe editado por Fundación Telefónica, que recoge los indicadores sociales más relevantes que conforman el panorama de la sociedad digital en España.

### **La resiliencia de las infraestructuras de banda ancha y el 5G**

La crisis sanitaria, producida por la pandemia de la COVID-19, ha provocado cambios importantes en los hábitos de los españoles, incrementando el tiempo que dedicamos a actividades digitales. Todo ello ha sido posible gracias a que las redes de comunicaciones han superado en 2020 uno de los desafíos probablemente más importantes de este siglo, demostrando una gran resiliencia y facilitando a los usuarios trasladar al universo digital buena parte de su actividad diaria, tanto personal como profesional.

España ha sido el único país que, estando entre los más castigados por la pandemia, no ha tenido problemas con la red. Ha hecho frente a un aumento de la demanda de ancho de banda, un crecimiento del tráfico móvil de datos, y de la voz móvil, espectacular. Tras cuatro años de estabilidad, se ha producido un incremento interanual del 20% en el tráfico de voz, alcanzando el pico el 13 de marzo, día de inicio del confinamiento. España ha sido capaz de soportar este tráfico porque lleva años invirtiendo en lo que ahora es la red de fibra más extensa de Europa, y una de las más avanzadas de comunicaciones móviles, destacando que a finales del 2020 el 76% de la población ya disponía de tecnología 5G de Movistar.

### **El papel de la tecnología: de la disrupción a la normalización**

La ciencia y la tecnología cada vez van más unidas para aportar soluciones a los grandes problemas. La inteligencia artificial ha contribuido en la lucha por controlar la pandemia:

desde el control de la expansión de la enfermedad y su rápido diagnóstico, a la investigación en nuevos fármacos contra el virus. Con la IA surgen nuevas perspectivas que conciben espacios de convivencia de trabajo entre humanos y máquinas para generar fortalezas y que requerirán de un nuevo tipo de habilidades denominadas *fusion skills*. Sin embargo, la implantación de esta tecnología entre la empresa europea es todavía baja y España se encuentra por debajo de la media en este campo.

Otra de las tecnologías que avanza lentamente, pero con paso firme, en España es el blockchain, solo una de cada diez empresas tiene proyectos en este campo, pero las perspectivas apuntan que entre 2020 y 2023 superará a la media europea. Y en 2030 el blockchain habrá producido un aumento del PIB español de 24.000 millones de dólares y habrá creado un total de 227.000 puestos de trabajo.

Dos de las tecnologías que siguen creciendo en 2020 son la IoT, en el ámbito de la empresa, y la robótica en el industrial. De acuerdo con el INE, el IoT es la tecnología de vanguardia más utilizada por las empresas en España. Las compañías de mayor tamaño son las que hacen más uso de esta tecnología, en concreto, una tercera parte de las de más de 250 empleados, frente al 25% de las que tienen entre 50 y 250 trabajadores, y el 14% de las de menos de 50.

Y donde se abre una nueva etapa es en el mundo de la robótica industrial. Comienza una migración de la robótica desde los entornos controlados a los espacios libres, y desde los sectores especializados al resto del tejido productivo. España se encuentra entre los quince primeros países en términos de instalaciones anuales de robots industriales.

Uno de los ámbitos en los que más se ha notado la aceleración de los procesos de digitalización ha sido el empresarial. Durante el confinamiento, las empresas se vieron en la necesidad de seguir prestando servicio en un entorno en el que había que minimizar el contacto físico con empleados, proveedores y clientes. Casi el 70% de los gerentes españoles afirma haber acometido algún tipo de transformación digital en su negocio como respuesta a la COVID-19, según un informe de Salesforce.

Esta nueva era digital requiere una fuerza de trabajo digital y la Comisión Europea establece que la demanda de trabajadores formados en informática y telecomunicaciones crece un 4% anual, de forma que calculó que en 2020 el mercado europeo se enfrentaba a una carencia de 756.000 expertos TIC.

La COVID-19 ha hecho que las compañías den un impulso por subirse al *cloud*, casi una tercera parte del tejido productivo hace uso de algún tipo de servicios en la nube; el teletrabajo ha venido para quedarse y se han automatizado algunos procesos corporativos. Cuando se desató la crisis sanitaria, el porcentaje de trabajadores impulsado a teletrabajar pasó del 5% al 34% de la noche a la mañana y, a pesar de lo inesperado, solo un 23,8% de los usuarios del teletrabajo declaró haber experimentado alguna dificultad al realizar una labor desde casa. El 66% de las empresas españolas opina que el trabajo en remoto ha mejorado la productividad corporativa.

A pesar de la importancia de las competencias tecnológicas -las denominadas *hard skills*, cada vez hay más expertos que destacan el papel relevante que van a adquirir las *soft*

*skills*, es decir, aquellas más relacionadas con la personalidad y no tanto con los conocimientos técnicos. El perfil del profesional del siglo XXI deberá combinar de forma equilibrada las competencias digitales con una serie de habilidades más asociadas al carácter humano y a las formas de relacionarnos y comunicarnos con los demás.

### **La vida cotidiana en un país en red**

El confinamiento durante la pandemia hizo también que esta aceleración digital se trasladase a los hogares de los españoles y, como con el teletrabajo, cambiase sus hábitos diarios de consumo y de ocio. Los usuarios que utilizan internet varias veces al día han pasado del 74,9% en 2019 al 81% en 2020. El incremento del uso de internet se ha apreciado entre las personas de más edad, que han aprovechado su conexión para mantener el contacto con sus familiares y amigos durante las etapas de aislamiento y acceder a contenidos de ocio y entretenimiento. Una de las actividades que más creció en 2020 fue el uso de internet para realizar consultas vinculadas con la salud. Más de dos tercios de los españoles (67%) usaron su conexión para informarse sobre temas de salud, 7 puntos más que en 2019.

Otro de los aspectos que más cambios ha sufrido en nuestros hábitos en 2020 ha sido la manera de relacionarnos. Nuestros contactos han sido en gran parte virtuales y se ha producido un boom de la videollamada. Estas han pasado del 55,1% en 2019 al 77,7% en 2020 convirtiéndose en un recurso fundamental para el teletrabajo, las clases online y la comunicación de las familias. Además, España es uno de los países de Europa occidental, solo superado por Italia y Finlandia, donde más ha aumentado el uso de mensajería instantánea a causa de la pandemia. El número de usuarios de este tipo de apps aumentó un 6,6% respecto de 2019 y hasta el 92,3% de los usuarios de smartphone hace uso de aplicaciones de mensajería por lo menos una vez al mes.

Nos encaminamos hacia una sociedad *contactless*. Durante la pandemia, el 77% de los encuestados globalmente por CapGemini manifestó su voluntad de incrementar el número de interacciones sin contacto a través de asistentes de voz, tecnologías de reconocimiento facial o apps. Una tendencia que también se ha visto afianzada en favor de los pagos electrónicos. Los españoles somos de los europeos- por detrás de Eslovaquia, Grecia y Eslovenia- más dados a usar métodos de pago con tarjeta *contactless*, un 66% de las transacciones se hacen sin insertar la tarjeta en un terminal.

El confinamiento ha supuesto también una oportunidad de afianzar la tendencia creciente que lleva experimentando el comercio electrónico en los últimos años. Durante el estado de alarma, el 52,8% de la población española, con edades entre los 16 y los 74 años, había comprado a través de internet en los últimos 3 meses. Este porcentaje es 6,9 puntos superior al alcanzado en 2019, lo que la convierte en la mayor subida interanual de la historia. La mitad de las personas que compraron on line durante el confinamiento afirman que seguirán haciéndolo en el futuro.

2020 ha supuesto un cambio radical en nuestra forma de disfrutar del tiempo libre, situando a los contenidos digitales en el centro de nuestra actividad de ocio. Internet se

ha consolidado como la principal vía de entrada a un universo amplio de contenidos para todos los públicos, a través de múltiples dispositivos y mediante diferentes fórmulas de acceso adaptadas a los diversos perfiles socioeconómicos. Las dos principales actividades realizadas en Internet en 2020 están vinculadas al consumo de contenidos digitales de ocio. El 62,3% de los usuarios de internet han visualizado contenido multimedia en 2020 y el 60,6% ha escuchado música, programas de radio o podcasts online. En el primer caso, el crecimiento respecto a 2019, 10,4 puntos, ha sido muy notable, convirtiendo el visionado de contenido multimedia como la principal actividad de ocio que los españoles realizan a través de internet. Un dato destacable ha sido el fuerte incremento de personas mayores de 65 años accediendo a contenido multimedia a través de internet. Pasa pasan del 15,8% en 2019 al 35,4% en 2020. Entre los 55 y los 64 años el crecimiento es de 17,6 puntos (del 26,5% al 44,1%).

La tercera gran actividad vinculada al ocio digital, el juego online, también ha experimentado un destacado avance. Casi 1 de cada 4 internautas (23,9%) jugó a videojuegos online en 2020, 5,8 puntos más que en 2019. El porcentaje de mujeres que juega online ha crecido 8,4 puntos en 2020, el de hombres solo aumentó 3,1 puntos.

### **Retos y oportunidades para una humanidad conectada. El desafío de la educación digital**

Las habilidades digitales de los españoles se han visto reforzadas en 2020. El confinamiento obligó a todos los ciudadanos, en mayor o menor medida, a utilizar herramientas digitales en múltiples actividades. Según el DESI, el 41,1% de los españoles cuenta con habilidades digitales avanzadas, 5 puntos más que en 2019.

La pandemia provocó que en el mes de abril de 2020 se cerraran las escuelas en 188 países, dejando afectados a 1.500 millones de alumnos a nivel global. En España alrededor de 10 millones de estudiantes dejaron de asistir físicamente a los centros educativos en el mes de marzo para frenar la expansión de la pandemia provocada por el coronavirus. El 34,4% de los usuarios de internet accedió a formación online durante 2020. Durante los meses de confinamiento, el 54,5% de los usuarios de internet que utilizó su conexión para acceder a servicios de formación asistió a clases online de educación reglada.

Pero este aumento de la digitalización ha hecho que los ciudadanos estén más expuestos a las *ciberamenazas*, ya que el teletrabajador no se encuentra protegido por los cortafuegos de las empresas y la formación relacionada con la ciberseguridad se ha vuelto indispensable. Y otro aspecto negativo que ha traído consigo esta exposición a la digitalización ha sido la desinformación. El desconcierto y el miedo han hecho que la población asuma noticias falsas como reales e ignore, en ocasiones, los consejos científicos y gubernamentales. Según un estudio de la Universitat Ramon Llull, la crisis sanitaria aumentó la demanda de información y el 80% de los encuestados reconoció haber recibido noticias falsas o de dudosa veracidad sobre el coronavirus y a casi el 65% le habían llegado a través de las redes sociales o servicios de mensajería instantánea.

Este proceso de digitalización también ya está en marcha en la prestación de la asistencia sanitaria. El uso intensivo del dato y la aplicación de tecnologías relacionadas

con las redes y la inteligencia artificial están dándole forma a la salud del futuro. Las principales tendencias parten de la implicación del paciente en el cuidado de su salud y de la aplicación de la telemedicina. Una tendencia que poco a poco también deberá afectar a las ciudades que deberán volverse más inteligentes para dar respuesta y predecir las alertas sanitarias. Deberán desarrollar la resiliencia que les permita seguir funcionando y prestando servicios al ciudadano en medio de una emergencia global.

### **La recuperación económica será digital**

La aportación de la actividad digital a la economía española se aproxima ya al 19% del PIB, por encima de la media de los países de las Naciones Unidas y la digitalización se presenta como la palanca necesaria para llevar a cabo la recuperación de esta crisis económica sin parangón. En el ámbito de la empresa se ha producido un crecimiento en tecnologías como la inteligencia artificial, el IoT, la robótica o los servicios en la nube y, en los hogares españoles, la pandemia ha contribuido a acelerar la digitalización en aspectos clave como la formación on line, el teletrabajo, las compras electrónicas, el incremento de las videollamadas o el aumento del consumo de contenido multimedia.

Unos cambios en los hábitos de los españoles que han hecho que sean más digitales, pero a la vez, que estén más expuestos a las *ciberamenazas* y a la desinformación. Una digitalización que resulta esencial para la recuperación económica, pero que, a la vez, ha puesto de relieve la brecha preexistente entre los que están integrados en la sociedad digital y los que no. Por ello, es necesario que la sociedad alcance un acuerdo fundamental sobre los principios éticos y valores comunes para un mundo digital, que sitúe al ser humano en el centro de todas las cosas para no derivar en una sociedad a dos velocidades, con ganadores y perdedores.

### **La necesidad de un nuevo contrato social**

La pandemia ha abierto una brecha entre aquellas compañías que antes de la crisis ya habían realizado una transición hacia un nuevo modelo de negocio híbrido, y las que no. Esta brecha también se produce en la población: a la brecha preexistente entre aquellos integrados en la sociedad digital y los que no, la crisis económica ha añadido la brecha entre los trabajadores de sectores dinámicos, cuyos modelos de negocio están adaptados a la economía digital, y los ocupados en aquellas actividades más dañadas por los efectos del virus. Si no se pone remedio a esta situación, derivará en una sociedad a dos velocidades, con ganadores y perdedores.

Es el momento en que la sociedad debe alcanzar un acuerdo fundamental sobre los principios éticos y valores comunes para un mundo digital. Un acuerdo colectivo sobre cómo asegurar la sostenibilidad de la digitalización a base de mejorar la inclusividad, la transparencia y la capacidad de elección, la rendición de cuentas, la responsabilidad y la equidad y no discriminación. El Gobierno de España publicó en noviembre de 2020 el primer borrador del texto Carta de Derechos Digitales en el que se pretenden recoger los derechos más importantes en el entorno digital. Y, por otro lado, desde el sector privado, Telefónica ha propuesto un Pacto Digital para reconstruir mejor nuestras sociedades y economías después de la crisis de la COVID-19, una oportunidad para

definir nuevas reglas, basadas en valores, que tendremos que escribir entre todos, y que deben plasmarse en un pacto –un nuevo contrato social- para gestionar la transición digital poniendo a las personas en el centro.

Un enfoque colaborativo entre el sector público y el privado, para alcanzar un Pacto Digital, debe basarse en un nuevo modelo de gobernanza que sea capaz de combinar los aspectos sociales, ambientales y económicos y asegurar al mismo tiempo una transición digital sostenible a largo plazo. La recuperación de la crisis sin duda será digital, hay que repensar el modelo de futuro que queremos: una sociedad digital humanista basada en una ética y en unos valores, que sitúe al ser humano en el centro de todas las cosas.

**Para más información. Descarga gratis el informe:** [Sociedad de la información | Fundación Telefónica España \(fundaciontelefonica.com\)](#)