

Madrid, 10 de junio de 2021

## NOTA DE PRENSA

### OBSERVATORIO CETELEM CONSUMO EUROPA 2021

*14 200 personas encuestadas en 15 países europeos*

## *Teletrabajo, formación a distancia, telemedicina: la «vida sin contacto», una realidad que divide a los europeos*

- Para prácticamente la mitad de los europeos (46%), la "vida sin contacto" está simbolizada sobre todo por la Covid-19; siendo un 39% los que opinan que además ha actuado como acelerador en su aplicación.
- 8 de cada 10 europeos (9 de cada 10 españoles) consideran que las prácticas sin contacto forman ya parte de su vida cotidiana, y sólo el 45% de ellos aprecia esta nueva forma de vida. En el caso de España este porcentaje aumenta hasta el 55%.
- El medio ambiente es el principal beneficiario de la transición a un estilo de vida sin contacto (54%), por delante de la salud y la seguridad (44%), y sobre todo de los individuos y la sociedad en general (29% en ambos casos), con una proporción mucho menor que cree que los vínculos familiares (27%) o las relaciones sentimentales (18%) se benefician de este cambio.
- Las relaciones humanas siguen siendo el talón de Aquiles de facto de la falta de contacto: tres cuartas partes de los encuestados creen que las degrada. Este distanciamiento es una fuente de insatisfacción, ya que sólo el 44% de los europeos cree que este tipo de relación funciona bien.
- 8 de cada 10 europeos prevén una sociedad dentro de 10 años que dará cada vez más cabida a la tecnología sin contacto. Sin embargo, confían en que las empresas (61%) y los ciudadanos (61%) apoyen estos nuevos estilos de vida, por delante de las autoridades locales y los poderes públicos (57% y 54% respectivamente).

Para casi la mitad de los europeos (46%), la "vida sin contacto" está simbolizada por la crisis de la Covid-19, por delante del pago sin contacto (37%), las comunicaciones virtuales (35%) o el teletrabajo (33%). Esta percepción es más alta entre los españoles (52%) que, tras la crisis sanitaria, sitúan el teletrabajo en segunda posición (41%) por delante del pago sin contacto (29%).

La vida sin contacto despierta sentimientos encontrados, con un claro predominio de las emociones negativas: casi tres cuartas partes de los europeos (73%) citan al menos un término negativo para describirla, sobre todo la soledad (43%), término citado en primer lugar en todos los países excepto en Hungría. Sin embargo, el 58% de los europeos también utiliza términos positivos como practicidad (20%) y facilidad (17%).

Los españoles se encuentran entre los países que ven con más dureza la vida sin contacto (80%), siendo los términos negativos más mencionados la soledad (43%) y la tristeza (41%). Sin embargo, el 48% de españoles también utiliza términos positivos como la practicidad o la libertad (14%).

### La crisis sanitaria como acelerador del estilo de vida sin contacto

Casi tres cuartas partes de los europeos (73%) creen que las prácticas sin contacto existían antes de la crisis. En cambio, sólo una pequeña mayoría de españoles (56%) apoya esta opinión.

Sin embargo, casi 4 de cada 10 europeos (39%) creen que la crisis sanitaria ha acelerado las prácticas sin contacto. La crisis ha jugado incluso un papel revelador para algunos países latinos como España y Portugal.

### El uso de la tecnología *contactless* en la vida cotidiana no es aceptado de manera unánime

8 de cada 10 europeos consideran que las prácticas sin contacto forman ya parte de su vida cotidiana. Aunque este sentimiento es bastante compartido, su aceptación puede variar según la zona geográfica. Una gran mayoría (60%) experimenta esta nueva situación como una limitación.

España se sitúa por encima de la media, con un 63%. El nivel de aceptación también varía según la edad y el nivel de ingresos: los jóvenes y los hogares con mayores ingresos lo aceptan más fácilmente (45% para los de 18 a 24 años, 46% para los de 25 a 34 años), frente a los mayores y los hogares con ingresos modestos (65% para los de 50 a 64 años, 63% para los de 65 años o más).

### Una evolución con beneficios reconocidos, pero no para todos y no todo el tiempo

El medio ambiente es el principal beneficiario del cambio a un estilo de vida sin contacto (54%), muy por delante de los individuos y la sociedad en general (ambos con un 29%). La seguridad y la salud también se benefician de este gran cambio (44%), mientras que los europeos están mucho menos convencidos de los vínculos familiares (27%) o de las relaciones sentimentales (18%).

Las relaciones humanas siguen siendo el talón de Aquiles de la falta de contacto: tres cuartas partes de los encuestados creen que las degrada. Estos porcentajes son más elevados en los países de Europa Central (entre 6 y 9 puntos en comparación con la media), y más bajos en países del norte de Europa. Entre ambos, se encuentran los países latinos que tienen opiniones más cercanas a la media europea, entre los que se encuentra España con un 78% de menciones. Este distanciamiento es una fuente de insatisfacción, ya que sólo el 44% de los europeos considera que este tipo de relación funciona bien.

### Teletrabajo, formación a distancia, telemedicina: vivir la experiencia sin contacto día a día

#### Teletrabajo

El teletrabajo se ha convertido en una práctica habitual para muchos empleados. Y mientras algunos países como Suecia y el Reino Unido tenían esta práctica bien establecida antes de la crisis, otros como España e Italia eran menos partidarios de ella. Por tanto, no es de extrañar

que los dos primeros países (79% y 72% respectivamente) estén muy por encima de la media: 67%. Esto es aún más cierto en vista del entusiasmo de España y Portugal (73% para cada uno), donde es más bien una novedad. Como opción, el 41% de los trabajadores encuestados preferiría un sistema híbrido, es decir, trabajar alternativamente en su lugar de trabajo y desde casa. El 44% de los trabajadores españoles prefiere repartir el trabajo entre la oficina y su casa, el 32% prefiere trabajar únicamente en la oficina y compartir y 1 de cada 4 (24%) prefiere trabajar sólo desde casa.

### Formación a distancia

Garantizar la continuidad de las clases, así como alguna forma de cohesión social, en tiempos de confinamiento ha sido uno de los principales retos de 2020. La experiencia del aprendizaje a distancia es inédita para muchos, pero en general ha sido desigual, ya que menos de 1 de cada 2 europeos (45%) cree que funciona bien. Suecia, donde esta práctica ya estaba muy extendida, es de nuevo el país más convencido (68%). Los demás países del norte y España le siguen a distancia.

### Telemedicina

El 45% de los europeos también cree que la telemedicina funciona bien, aunque hay grandes diferencias entre países. Existe una clara división entre los países nórdicos y Francia (53%), que lo ve con buenos ojos, y los países de Europa Central, que son mucho más críticos. Bulgaria, por ejemplo, sólo tiene un 17% de opiniones positivas. Esta práctica podría generalizarse en los próximos años, ya que casi 6 de cada 10 europeos dicen haberla probado ya o estar tentados de hacerlo. Los españoles están entre los más proclives a esta práctica con un 66% de menciones.

### Mañana, ¿nuestra vida sin contacto?

8 de cada 10 europeos prevén una sociedad dentro de 10 años que dependerá cada vez más de la tecnología sin contacto. Una visión compartida por casi todos, excepto por Rumanía, que está ligeramente por detrás (72%). Pero, ¿es éste un futuro deseable? Entre los aspectos prácticos de la vida sin contacto y las frustraciones sociales que genera, los europeos están más indecisos sobre si quieren que se desarrolle este estilo de vida, con una pequeña mayoría (53%) que se declara a favor. Los más reacios son los rumanos, búlgaros, italianos y franceses (44%, 45%, 45% y 47%). Los españoles son los más positivos (63%), al igual que los británicos (60%).

Los actores de esta sociedad sin contacto en evolución, las empresas y los ciudadanos, cuentan con la confianza de los europeos para apoyar estos nuevos estilos de vida (61% en ambos casos), por delante de las autoridades locales y los poderes públicos (57% y 54% respectivamente).



[Descargar el estudio completo](#)



**1. La ausencia de contacto a través del prisma de la crisis de la COVID-19**



[Descargar infografía](#)

## Metodología

La encuesta cuantitativa a los consumidores fue realizada por Harris Interactive del 27 de noviembre al 8 de diciembre de 2020 en 15 países: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Eslovaquia, España, Francia, Hungría, Italia, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa y Rumanía. Se entrevistó a un total de 14.200 personas en línea (modo de recogida CAWI). Estas personas, con edades comprendidas entre los 18 y los 75 años, se extrajeron de muestras nacionales representativas de cada país. La representatividad de la muestra está garantizada por el método de las cuotas (sexo, edad, región de residencia y nivel de ingresos/SPC). Se realizaron 3.000 entrevistas en Francia y 800 en cada uno de los demás países.

## Sobre BNP Paribas Personal Finance en España

BNP Paribas Personal Finance, conocida en el mercado español a través de su marca comercial Cetelem, es especialista en crédito al consumo, préstamos personales y gestión de tarjetas. Opera en España desde 1988, donde cuenta actualmente con más de 1.500 empleados y 3,5 millones de clientes. Partner financiero de importantes empresas de distribución de bienes de consumo duradero y concesionarios de automóviles, es además un referente de información y análisis de su mercado gracias al estudio El Observatorio Cetelem.

BNP Paribas Personal Finance se sitúa en el área de International Financial Services, dentro de área de banca minorista de BNP Paribas. BNP Paribas Personal Finance cuenta con 19.500 empleados y 27 millones de clientes a los que da servicio en 33 países en cuatro continentes.

BNP Paribas Personal Finance es socio de la AEB (Asociación Española de Banca), y forma parte activa de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF), de la Asociación de Empresas Españolas Contra el Fraude (AEECF) y de la Asociación para el desarrollo de la experiencia cliente (DEC). Por séptimo año consecutivo, BNP Paribas Personal Finance ha sido distinguida con el certificado "Top Employer España" en este 2021, por el que se acredita a la entidad como una empresa que promueve condiciones óptimas para el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

## El Observatorio Cetelem

El Observatorio Cetelem ([@Obs\\_Cetelem\\_ES](#) en Twitter) ha cumplido recientemente su vigésimo aniversario, convirtiéndose en un referente del análisis del consumo y la distribución en España con más de 80 estudios a lo largo de estos 20 años.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado con cuatro importantes informes anuales (Motor, Consumo Europa, Consumo España y e-Commerce), ediciones mensuales, y estudios temáticos específicos y estacionales.

El Observatorio Cetelem es una herramienta informativa de gran calado social; seguido por empresas, asociaciones, consumidores y medios de comunicación.

## Contacto

Liliana Marsán  
Responsable El Observatorio Cetelem  
BNP Paribas Personal Finance  
[observatorio@cetelem.es](mailto:observatorio@cetelem.es)



Maribel Silva  
Responsable Comunicación Externa  
BNP Paribas Personal Finance  
[prensa@cetelem.es](mailto:prensa@cetelem.es)

