

I Barómetro de la Digitalización 2026

Análisis de cómo han evolucionado las
gestiones habituales gracias a la innovación
digital.



linea directa

Contenido

Carta de Patricia Ayuela, Consejera Delegada de Línea Directa	3
Cómo han cambiado las gestiones cotidianas en España	5
Resumen ejecutivo	7
Cifras clave del Barómetro	8
01/La nueva forma de hacer gestiones	10
1.1/ Nueve de cada diez españoles realizan gestiones digitales cada semana	10
1.2/ La experiencia pesa más que la edad	11
1.3/ Qué gestiones forman ya parte de nuestra rutina	13
1.4/ Un país que quiere seguir simplificando sus gestiones	4
02/El valor de las gestiones digitales	15
2.1/ Lo que ganamos cuando una gestión funciona	15
2.2/ Cuando ahorrar tiempo también significa ahorrar dinero	17
2.3/ Quién aprovecha mejor estas ventajas	17
03/Las gestiones que más han cambiado	28
3.1/ Seguros: tecnología para lo cotidiano, personas para lo importante	28
3.2/ Banca: la gestión cotidiana ya es digital	30
3.3/ Administración pública: del papel al trámite online	32
3.4/ Retail: comprar, comparar y decidir	34
3.5/ Cuatro sectores, cuatro velocidades	35
04/Lo que todavía nos frena	40
4.1/ Qué buscamos en una buena experiencia digital	40
4.2/ Los miedos y barreras que siguen presentes	43
05/La siguiente evolución de las gestiones	47
5.1/ La IA ya entra en nuestra vida cotidiana	47
5.2/ Una tecnología que se acepta, pero con condiciones	49
5.3/ Cuando la IA ayuda a resolver problemas	52
06/Cómo imaginamos las gestiones del futuro	53
07/El mapa de las gestiones digitales en España	57
7.1/ El ahorro también depende del código postal	57
7.2/ Radiografía autonómica	60
Anexos	95
00/ Ficha técnica	95
01/ Bases Muestrales	96
02/ Impulsadores del canal digital: usuarios frente a no usuarios	97
03/ MaxDiff	99



Carta de Patricia Ayuela, Consejera Delegada de Línea Directa

Hay una escena que a muchos les resultará familiar: salir de casa con prisa, recordar una gestión pendiente y resolverla en unos segundos desde el móvil. Una transferencia, una cita médica, la compra semanal, un billete, una consulta bancaria o un trámite con el seguro. Gestiones que hoy hacemos casi sin pensar y que, no hace tanto tiempo, exigían desplazamientos, esperas, ventanillas, papeles y horarios.

La **digitalización** ha transformado, casi sin darnos cuenta, nuestra forma de vivir, de trabajar y de relacionarnos con las empresas. Pero, sobre todo, **ha cambiado la manera en que gestionamos nuestro tiempo**. Detrás de cada trámite que se simplifica hay mucho trabajo de investigación y análisis que se traduce en minutos recuperados y una experiencia más sencilla para las personas.

Hoy, la **innovación digital** reside en eliminar fricciones, anticipar necesidades y ofrecer soluciones que permitan dedicar menos esfuerzo a gestiones rutinarias. En una sociedad en la que el tiempo es uno de los bienes más valiosos, la rapidez, la sencillez y la capacidad de respuesta son una expectativa básica, un beneficio al que nos hemos acostumbrado en todos los sectores y en todas las compañías.

En el sector asegurador, esta evolución tiene un significado especial. El seguro está ligado a la confianza, la protección y la capacidad de respuesta en momentos importantes.

Línea Directa nació hace ya más de tres décadas con el propósito de **“proteger, innovar y acercar”** y la voluntad de hacer las cosas de otra manera. Nuestro modelo directo contribuyó a acercar el seguro a los ciudadanos y a simplificar muchos procesos que hasta entonces resultaban complejos. En pleno 2026 ese espíritu de mejora continua sigue guiando nuestra forma de entender el negocio. Con esa convicción, este año hemos dado un nuevo paso renovando nuestros activos digitales (app y web para clientes) e introduciendo capacidades de inteligencia artificial que nos permiten ser aún más rápidos y certeros en el servicio que prestamos.

El **I Barómetro de la Digitalización de Línea Directa** surge precisamente de la investigación realizada para poner esos activos en marcha. Queríamos medir algo que forma parte de nuestra vida cotidiana, pero sobre lo que pocas veces nos detenemos a reflexionar: cuánto tiempo y cuánto dinero nos ahorra la digitalización en actividades tan habituales como realizar una transfe-

rencia, pedir una cita, hacer una compra o gestionar un siniestro.

El resultado es una radiografía de la digitalización en España que permite entender mejor cómo han evolucionado nuestros hábitos, qué diferencias existen entre generaciones y comunidades y cuál es el papel que la **innovación** puede desempeñar **para seguir simplificando la vida de las personas**. Analiza el impacto en las gestiones cotidianas y cuantifica cuánto tiempo y cuánto dinero dedicaríamos a ellas si tuviéramos que realizarlas como antes.

El Barómetro profundiza en las gestiones de nuestro sector, el asegurador, y en las habituales de consumo, banca e incluso de la administración; y es, también, una

invitación a reflexionar sobre el valor del tiempo y sobre el papel que la tecnología debe desempeñar en una sociedad que exige respuestas cada vez más rápidas, pero también más humanas, seguras y confiables.

Para nosotros no es un punto de llegada, es un punto de partida para comprender mejor los retos que aún tenemos por delante y para seguir avanzando en un modelo de compañía capaz de acompañar al cliente con el mismo propósito con el que nacimos: “proteger, innovar, acercar”. En definitiva, conseguir hacer, cada día, las cosas mejor.

Patricia Ayuela,
Consejera Delegada de Línea Directa

Cómo han cambiado las gestiones cotidianas en España

Una rutina cada vez más digital

La digitalización se ha integrado en la vida de los españoles con una velocidad asombrosa. En un breve periodo de tiempo hemos pasado de los grandes ordenadores y el ruidoso router al smartphone y los clicks. Según datos del INE, hace apenas 20 años, menos de la mitad de la población española (48%) reconocía haberse conectado a internet en los últimos tres meses. Ahora, ese porcentaje alcanza el 96,3%. Un 92,5% se conecta a diario a internet.

Pero el verdadero cambio no ha sido conectarse, sino **ser capaces de resolver la vida desde la pantalla**; comprar, pagar, consultar, contratar o hacer un trámite a través de un canal digital. Ahora mismo se compra por internet seis veces más que hace veinte años, ocho de cada diez personas se relacionan ya con la Administración por internet y tres de cada cuatro gestionan su dinero desde la banca online. Un cambio que se traduce en **tiempo que se recupera, desplazamientos que se evitan y gestiones que se resuelven al momento**.

El seguro no ha quedado al margen de esta evolución. Según la última edición del Eurobarómetro de la Autoridad Europea de Seguros y Pensiones (EIOPA), **más de un tercio de los españoles (35%) ha contratado algún seguro por internet en los últimos dos años**: un 20% lo hizo solo online y un 15% combinó el canal digital con el presencial o telefónico. Aun así, el 45% sigue contratando exclusivamente en persona o por teléfono con un agente o corredor. Una muestra de que, en el seguro, **la confianza y el contacto humano siguen teniendo mucho peso**.

Los datos dejan una conclusión clara: **España ya es un país digital**. Pero detrás de esa transformación queda una pregunta sin responder: **¿Qué ha cambiado realmente en la vida de las personas? ¿Qué hay detrás de todas estas gestiones digitales?**

Las estadísticas oficiales nos dicen cuántos usan los canales digitales y con qué frecuencia, pero no qué les aportan ni qué les frena. Sabemos que la mayoría de los españoles compra, gestiona su dinero o hace trámites por internet. Lo que no sabemos es cuánto tiempo recuperan con ello, cuánto dinero se ahorran, qué les lleva a elegir lo digital y por qué otros todavía no dan el paso.

Este barómetro nace para **arrojar luz sobre el impacto real de la digitalización en el día a día del consumidor**. Para ello, elaboramos una radiografía completa de lo que llamamos **gestión digital**, entendiéndose estas como aquellas acciones cotidianas que tienen una finalidad concreta, **como consultar el banco, comprar algo o hacer un trámite, realizada desde el móvil o el ordenador y sin contar con mensajería, redes sociales ni entretenimiento**. El objetivo detrás de este trabajo es triple: medir cuánto tiempo y dinero ahorra realmente lo digital a los españoles, identificar los motivos que impulsan su uso y entender las barreras que todavía lo frenan.

Porque digitalizar no es solo cambiar la cola y la ventanilla por unos minutos frente al móvil. Es conseguir que **cada persona, tenga la edad que tenga, pueda resolver su día a día con confianza**, sin depender de horarios ni desplazamientos, pero también sin sentirse sola cuando algo falla. Para que ese cambio llegue a todos, el primer paso es entender cómo impacta en cada consumidor. Y eso es lo que pretende exponer nuestro estudio.

Fuentes: INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares (2006-2025); EIOPA, Flash Eurobarómetro “Consumer trends in insurance and pension services” (2025).

Resumen ejecutivo

La digitalización ha dejado de ser una promesa para convertirse en una rutina. **Nueve de cada diez españoles resuelven ya alguna gestión digital cada semana**, y lo hacen porque les compensa: **ahorran tiempo, ganan comodidad y mantienen el control de sus asuntos**.

El Barómetro de Digitalización en España, elaborado sobre 1.584 entrevistas representativas de la población residente de 18 o más años, mide ese valor real y, sobre todo, identifica las palancas que impulsan a quienes todavía no han dado el paso. El análisis recorre cuatro sectores de la vida cotidiana: **banca, seguros, administración pública y retail**.

94,6%

realiza alguna gestión digital cada semana

82,2%

ya ha utilizado herramientas de inteligencia artificial

~33-40 min

de ahorro por gestión frente al canal presencial

Principales conclusiones:

España ya es digital. Un 94,6% de la población realiza alguna gestión digital cada semana, sobre todo desde el móvil, y un 57,7% prefiere el canal digital frente al presencial o telefónico. Esa preferencia supera la mitad de la población en todos los tramos de edad entre los 18 y los 64 años.

Lo digital ahorra tiempo y dinero. Cada gestión digital ahorra entre 33 y 40 minutos frente a la vía presencial. Teniendo en cuenta la frecuencia con la que se realizan estas gestiones, ese tiempo suma unas 177 horas al año por persona y equivale a un valor medio de 178 euros al mes y unos 2.140 euros al año. El ahorro varía según el territorio: va de los 259 euros mensuales de Canarias a los 102 del Principado de Asturias.

La seguridad es la condición de partida. Los tres atributos más valorados de una gestión digital tienen que ver con la seguridad: que nadie opere sin verificar la identidad, recibir avisos ante un problema y proteger la confidencialidad. La percepción de riesgo sigue siendo alta, ya que un 58,2% cree que operar por internet es más arriesgado que hacerlo en persona. La confianza también se resiente cuando algo falla: quienes se ven capaces de gestionar por sí mismos pasan del 68,5% al 49,0% cuando la gestión se complica. Contar con protección visible y con ayuda en esos momentos es la vía más clara para ampliar el uso.

En seguros, el trato humano marca la diferencia.

Banca es el sector más digitalizado (94,1%), y en seguros tres de cada cuatro personas (77,0%) ya gestionan en digital con su aseguradora. Lo que más valoran los asegurados es poder hablar con una persona en los momentos críticos: un 36,9% lo prefiere ante un problema con la póliza. Un modelo híbrido, digital para lo rutinario y humano cuando la situación lo requiere, aparece como una de las principales oportunidades de crecimiento digital del sector.

La inteligencia artificial ya forma parte del día a día.

Un 82,2% ha utilizado alguna herramienta de IA, con usos que cambian según el momento vital: trabajo y estudios entre los jóvenes, vida cotidiana a partir de los 65. La visión es favorable y exigente a la vez: la postura mayoritaria (37,4%) reconoce sus ventajas y pide regulación y control. La confianza en la IA crece cuanto menor es el coste de un posible error.

El futuro que se espera es práctico.

Un 69,4% cree que sus gestiones se digitalizarán todavía más. Las expectativas son concretas: tener todos los documentos en formato digital (53,3%), pagar sin tarjeta ni efectivo (43,2%) e identificarse con la cara, la voz o la huella (40,5%).

Cifras clave del Barómetro



95%

Personas que realizan alguna **gestión de forma digital cada semana.**



El teléfono móvil es el rey

El **91% de las personas** usan el smartphone para sus gestiones cotidianas, frente al 70% del ordenador



5,4

gestiones digitales a la semana

Ahorro medio de tiempo de 38 minutos por gestión



177 h/año

Tiempo medio estimado en digital vs presencial. Equivalente a más de una semana completa.



2.140€ al año

Ahorro medio al gestionar los servicios de forma digital.



35-54 años

El perfil que hace gestiones digitales con más frecuencia es un adulto residente en ciudad



Las bancarias, las gestiones más digitalizadas

En seguros, el 77% opera por digital: consultar la póliza y abrir partes son las gestiones más digitalizadas.



El acompañamiento importa

Contar con apoyo en los momentos de dificultad (especialmente tareas más complejas) marca la diferencia.



01/

La nueva forma de hacer gestiones

1.1/ Nueve de cada diez españoles realizan gestiones digitales cada semana

Por gestión digital entendemos cualquier operación cotidiana con una finalidad concreta, como consultar el banco, comprar algo o hacer un trámite, realizada desde el móvil o el ordenador; no incluye mensajería, redes sociales ni entretenimiento.

Bajo esta definición, solo un 5,3% de la población española queda al margen y no realiza ninguna gestión digital, ni por móvil ni por ordenador, en una semana normal. Entre quienes sí las hacen, el móvil es claramente el canal preferido, con un 39,3% que lo usa seis o más veces por semana para este fin. El ordenador, en cambio, ha pasado a un segundo plano, ya que un **30,1% no lo usa nunca** para este tipo de gestiones.

Intensidad de uso por dispositivo

La **gestión digital constituye una rutina semanal consolidada y de predominio móvil**. El teléfono concentra la alta frecuencia, con un **39,3% de la población que accede seis o más veces por semana**, mientras que el **ordenador queda como canal secundario**: un 30,1% no lo utiliza nunca para este fin. **La brecha por edad es real y afecta sobre todo a la población mayor**, ya que **el 23,8% de las personas de 75 o más años no emplea el móvil para gestiones digitales**.

¿Cuántas veces a la semana entras a hacer una gestión digital a través de los dispositivos que se presentan a continuación? Por gestión digital nos referimos a operaciones con una finalidad concreta (ej. Banca online, compras, trámites), no a mensajería, entretenimiento ni comunicación con amigos/familia.

Frecuencia semanal	Móvil (web o app)	Ordenador
Nunca	9,3%	30,1%
1 a 2	26,9%	34,3%
3 a 5	24,5%	16,8%
6 a 10	16,0%	8,9%
Más de 10	23,3%	9,9%

Tabla 14

> EL NO USO TAMBIÉN APARECE ENTRE LOS MÁS JÓVENES

La lectura de la brecha digital como un fenómeno exclusivo de la población mayor resulta incompleta. Entre los 18 y los 24 años, un **11,1%** no utiliza el móvil para gestiones ninguna vez por semana,

una cifra muy próxima a la del tramo de 65 a 74 años (11,5%). El máximo de uso móvil se sitúa en el tramo de **35 a 44 años**, donde el no uso desciende al 2,5%.

1.2/ La experiencia pesa más que la edad

La **preferencia por resolver las gestiones** de forma digital, en lugar de en persona o por teléfono, supera la mitad de la población en todos los tramos de edad desde los 18 hasta los 64 años. Va del 55,4% entre los más jóvenes al 68,1% entre los 35 y los 44 años, que es el punto más alto de todo el estudio, y se mantiene en el 61,1% entre los 55 y los 64. A partir de los 65 **desciende** al 45,1% y entre los mayores de 75 cae hasta el 37,0%.

> ÓPTICA CONDUCTUAL

La preferencia no depende de la edad, sino del **Coste de Oportunidad del tiempo**. En los **tramos de edad de 35 a 44 años y de 45 a 54, el tiempo es un recurso escaso**, así que ir a una gestión presencial se percibe como una gran inversión del tiempo y lo digital

se convierte en la opción por defecto. Además, el resultado es coherente con su momento vital y con que vivieron gran parte de su vida adulta en un entorno digital. Cuando esa elección se repite lo suficiente, se convierte en hábito.

Preferencia por el canal digital

La **preferencia por el canal digital es mayoritaria**, con un 40,9% que lo prefiere por norma general y un 16,8% lo prefiere siempre, **lo que suma un 57,7%**. En sentido contrario, un 8,0% no lo prefiere nunca, porcentaje que se eleva hasta el 18,0% entre las personas de 75 o más años.

Cuando tienes que resolver una gestión, ¿con qué frecuencia prefieres hacerlo de forma digital en lugar de en persona o por teléfono?

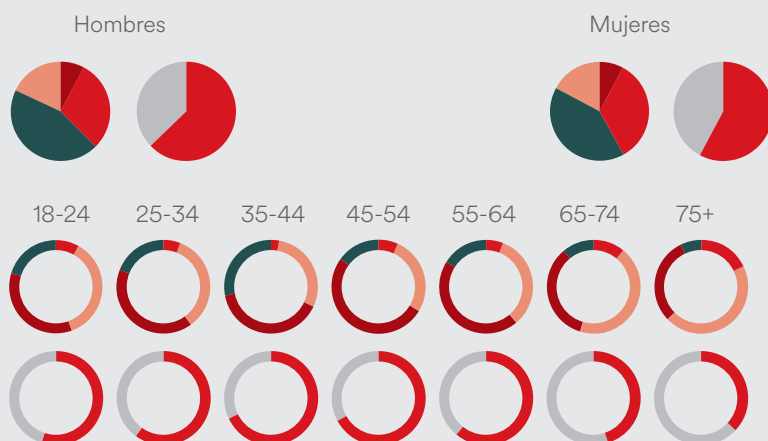
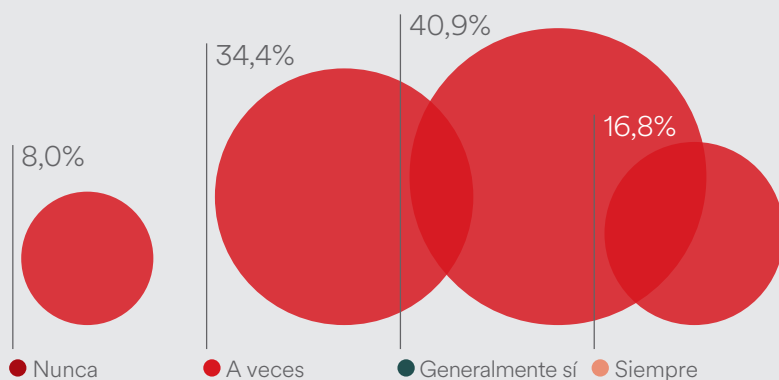


Tabla 16.

*La columna "Prefiere digital" agrega las respuestas "generalmente sí" y "siempre". Las tres primeras filas recogen el total y el desglose por sexo.

> LA PREFERENCIA DIGITAL SUPERA EL 55,4% EN LOS TRAMOS MENORES DE 65 AÑOS

La preferencia por el canal digital alcanza su máximo en el tramo de **35 a 44 años, con un 68,1%**, y en los jóvenes entre 18 y

24 años la preferencia por el canal digital es del **55,4%**.

1.3/ Qué gestiones forman ya parte de nuestra rutina

La digitalización se ha instalado sobre todo en las gestiones que se repiten con frecuencia. **Un 86,8% de la población busca información o compara precios por internet antes de comprar**, ya sea de forma habitual u ocasional, y un 84,9% gestiona su banca de la misma manera. En el lado opuesto se sitúan las gestiones más esporádicas, como consultar, contratar o gestionar un seguro, donde un 23,0% de la población declara no usar nunca el canal digital, el porcentaje más alto de no uso entre todas las gestiones estudiadas.

Esta **búsqueda de información cada vez pasa más por la inteligencia artificial**. Un **69,4% de la población considera cierto que la mayoría confía en las opiniones de internet o de la IA antes de comprar**.

Gestiones que se realizan por canal digital

Al ordenar las gestiones según la intensidad de uso digital aparece el patrón que sostiene la hipótesis del estudio: **las gestiones recurrentes se resuelven de forma natural por canal digital, mientras que las puntuales concentran el no uso**. La búsqueda de información previa a una compra alcanza un **86,8% de uso digital habitual u ocasional y las gestiones bancarias un 84,9%**. En el extremo contrario, la consulta o gestión de seguros registra la mayor proporción de población que nunca emplea el canal digital, con un 23,0%, seguida de la gestión de suscripciones del hogar, con un 15,7%.

Pensando en tu vida cotidiana, ¿usas los canales digitales (web o app) para cada una de estas gestiones?



*"Uso digital" agrega las respuestas "A veces" y "Siempre"

1.4/ Un país que quiere seguir simplificando sus gestiones

La **percepción de que las gestiones se digitalizarán todavía más** en los próximos años **es mayoritaria**. Un 45,9% considera que probablemente será así y un 23,5% que ocurrirá con seguridad, lo que suma un 69,4%. En sentido contrario, solo un 7,8% lo descarta, mientras que un 22,7% no lo tiene claro. La digitalización se percibe por tanto como una tendencia predecible.

Del 1 al 5, ¿en qué medida crees que tus gestiones se digitalizarán aún más en los próximos años?

Respuesta	Total	Hombre	Mujer
Seguro que no	2,70%	2,20%	3,10%
Probablemente no	5,10%	4,70%	5,60%
No lo tengo claro	22,70%	20,30%	25,00%
Probablemente sí	45,90%	46,20%	45,70%
Seguro que sí	23,50%	26,60%	20,60%
Espera mayor digitalización	69,40%	72,80%	66,30%

> LA EXPECTATIVA AUMENTA CON LA EDAD EN LUGAR DE DISMINUIR

El resultado más contraintuitivo del bloque es que la población joven es la **menos convencida** de que la digitalización siga avanzando. La expectativa pasa del **52,2% en el tramo de 18 a 24 años al 78,7% en el de 55 a 64 años**. La certeza plena sigue el mismo patrón: solo un 10,5% de los más jóvenes responde “seguro que sí”, frente a un 31,9% en el

tramo de 35 a 44 años. Los jóvenes concentran además la mayor indefinición, con un 34,1% que no lo tiene claro, frente al 17,2% del tramo de 55 a 64 años. Quienes han vivido el cambio de canal en primera persona proyectan su continuidad con más convicción que quienes no han conocido otra cosa.

02/ El valor de las gestiones digitales

2.1/ Lo que ganamos cuando una gestión funciona

Los usuarios estiman que, de media, **una transferencia se resuelve en unos 9 minutos por internet frente a los 49 que exige la oficina**. En la Administración Pública, un 57,7% realiza estas gestiones digitalmente en menos de quince minutos, mientras que por ventanilla un 58,2% dedica entre media hora y dos horas.

¿Cuáles son las gestiones que realizas de manera digital (web o app) con tu banco / tu aseguradora / la administración pública / tiendas o comercios?

Sector de la gestión	Gestiones / semana	Canal digital	Canal presencial	Ahorro	Ahorro € mensual por persona	Multiplicador
Banca	2,57	9,1 min	48,5 min	39,4 min	88,5 €	×5,3
Seguros	0,98	25,6 min	64,3 min	38,7 min	33,1 €	×2,5
Administración pública	0,82	27,9 min	65,9 min	38 min	27,2 €	×2,4
Retail	1,04	37,1 min	69,7 min	32,6 min	29,6 €	×1,9

Tabla 3

Ese promedio, sin embargo, no se reparte por igual. El tiempo que exige una gestión digital es prácticamente el mismo en un pueblo que en una gran ciudad, de modo que lo que cambia es el coste de la alternativa presencial. Una cita previa con la Administración **lleva 75,7 minutos en una gran ciudad frente a 62,6 en un municipio pequeño**, y el ahorro por gestión crece en consecuencia hasta 13,3 minutos más.

El patrón se repite en banca y en retail. **El seguro es la excepción:** su ahorro se mantiene entre los 35,8 y los 41,0 minutos en los cuatro entornos, porque la gestión presencial ya resulta larga en cualquier lugar, lo que convierte al ahorro de tiempo en un argumento válido en todo el territorio.

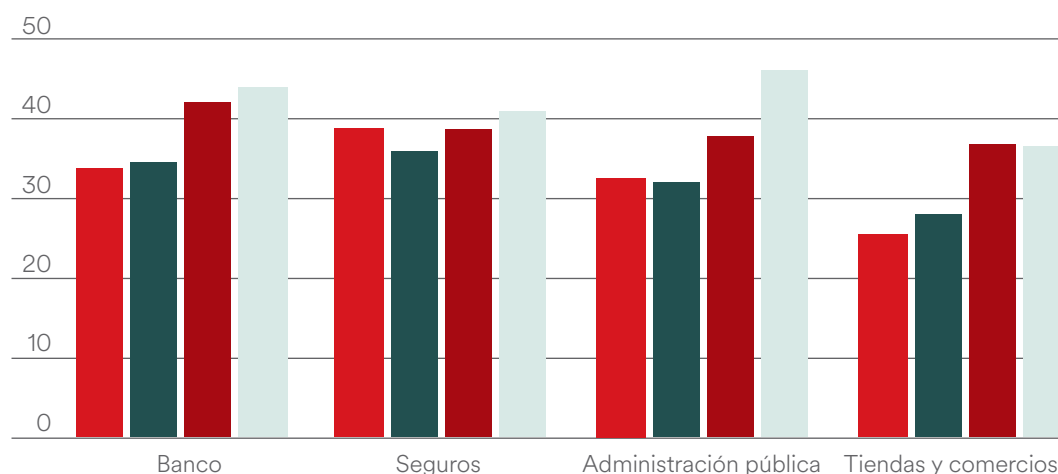
La edad marca la otra diferencia, y lo hace en sentido contrario al esperado. **Los usuarios de 18 a 24 años estiman un ahorro de 21,5 minutos, la mitad que el tramo de 55 a 64 años, que lo sitúa en 42,0.** Estimar un ahorro exige conocer las dos alternativas, y quien nunca resolvió sus gestiones en una ventanilla carece de la referencia con la que comparar.

> ÓPTICA CONDUCTUAL — EL AHORRO DE TIEMPO DEPENDE DEL CONTEXTO

El tiempo que exige la gestión digital es constante en los cuatro entornos, de modo que toda la diferencia de ahorro procede del canal presencial. Entre un municipio pequeño y una gran ciudad, el ahorro crece

13,3 minutos en administración pública, 10,6 en retail y 10,3 en banca, en torno a un 40% más en los tres casos. **El seguro se mueve en apenas 5,2 minutos** entre su valor más alto y el más bajo.

Ahorro de tiempo por sector y tamaño del entorno (P1)



Entorno (de menor a mayor)

- Pueblo o municipio pequeño (<10.000 hab.)
- Municipio mediano (10.000–50.000 hab.)
- Ciudad (50.000–250.000 hab.)
- Ciudad grande / área metropolitana (>250.000 hab.)

Acumulado a lo largo del año, ese ahorro suma **unas 177 horas por persona**. Un español realiza de media 5,4 gestiones digitales a la semana, de modo que el tiempo recuperado asciende a 3,4 horas semanales y 14,7 horas al mes. Son más de **22 jornadas laborales de ocho horas, el equivalente a un mes de trabajo**.

3,4h

de ahorro medio por persona y semana

14,7h

de ahorro medio por persona al mes

177h

de ahorro medio anual por persona por año

2.2/ Cuando ahorrar tiempo también significa ahorrar dinero

Un español resuelve de **media 5,4 gestiones digitales por semana y ahorra unos 38 minutos en cada una frente a la vía presencial**. Ese tiempo recuperado, unas 3,4 horas semanales, equivale a 41,2 euros por persona* y semana al valorarlo económicamente, lo que asciende a **178 euros al mes y unos 2.140 euros al año**.



5,4

gestiones digitales por semana (media)



178€/mes - 2.140€/año

de ahorro medio por utilizar los canales digitales

*Nota metodológica: 12,1 euros por hora, procede del Handbook on the External Costs of Transport de la Comisión Europea, la referencia estándar en la UE para asignar valor monetario al tiempo.

2.3/ Quién aprovecha mejor estas ventajas

El comportamiento digital no depende de una sola causa. Este bloque aplica el **modelo COM-B** creado por Michie, van Stralen y West, según el cual una conducta requiere tres condiciones simultáneas: **capacidad, oportunidad y motivación**. Si falta una, la conducta no se produce por muy sólidas que sean las otras dos. Su utilidad es que permite señalar dónde está el punto débil en lugar de tratar la digitalización como un problema difuso. Traducido al Barómetro, el bloque responde a tres preguntas.

Pregunta	Componente	Qué mide
¿Pueden?	Oportunidad	Que el entorno lo permita: medios, herramientas usables y apoyo de otras personas
¿Saben?	Capacidad	Que la persona se vea con los conocimientos y recursos para hacerlo, también cuando algo falla
¿Quieren?	Motivación	Que prefiera el canal digital frente a la alternativa presencial

Tabla 5

¿Pueden?

Oportunidad

Los factores externos que hacen posible la conducta

P6. A continuación, te mostramos una serie de frases sobre cómo haces tus gestiones por internet en la vida cotidiana (por ejemplo: consultar tus cuentas, contratar un servicio, comprar algo o hacer un trámite). Indica cuánto de acuerdo estás con cada una de ellas.

Enunciado	Acuerdo	Neutra	Desacuerdo
Dispongo de los medios necesarios (dispositivo, conexión y tiempo)	74,2%	17,9%	7,9%
Las páginas y aplicaciones me resultan amigables y fáciles de usar	55,8%	31,2%	13,0%
Si algo se dificulta, tengo a alguien de mi entorno que puede ayudarme	50,6%	25,0%	24,4%

Tabla 6

Escala de cinco puntos. Acuerdo suma “bastante” y “totalmente de acuerdo”; desacuerdo suma “nada” y “poco de acuerdo”. La posición neutra recoge “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Las tres columnas suman 100%.

Lo material está resuelto, **tres de cada cuatro personas disponen de medios** y el desacuerdo se queda en el 7,9%, el más bajo de la batería. El margen está en los otros dos frentes, la usabilidad percibida (55,8%) y sobre todo el apoyo del entorno, que registra el **mayor desacuerdo de todo el bloque, un 24,4%**.

Contar con alguien cercano no solo resuelve el problema práctico, reduce el coste de reconocer que algo no se sabe hacer. Tiene que ver con la Seguridad Psicológica: la certeza de que pedir ayuda o equivocarse no tiene un coste personal. Y ese apoyo no es exclusivo de la gente mayor, el **acuerdo alcanza el 57,5% entre los jóvenes y el 65,0% entre los mayores de 75 años**. La oportunidad está en explorar opciones de acompañamiento para estos momentos de dificultad.

¿Saben?

Capacidad

Los conocimientos y recursos mentales para llevar a cabo la conducta

P6. A continuación, te mostramos una serie de frases sobre cómo haces tus gestiones por internet en la vida cotidiana (por ejemplo: consultar tus cuentas, contratar un servicio, comprar algo o hacer un trámite). Indica cuánto de acuerdo estás con cada una de ellas.

Enunciado	Acuerdo	Neutra	Desacuerdo
Tengo las habilidades para hacer por mí mismo la mayoría de las gestiones digitales	68,50%	20,70%	10,80%
Cuando una gestión digital se complica o algo falla, sé cómo resolverlo	49,00%	31,00%	20,00%

Tabla 7. Escala de cinco puntos. Acuerdo suma “bastante” y “totalmente de acuerdo”; desacuerdo suma “nada” y “poco de acuerdo”. La posición neutra recoge “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Las tres columnas suman 100%.

Aquí está el hallazgo central del bloque ya que la capacidad **se parte en dos según el escenario**. En condiciones normales, un 68,5% se ve capaz de gestionar por sí mismo; en cuanto algo se complica, ese porcentaje cae al 49,0% y el desacuerdo se duplica. Entre los mayores de 75 años el acuerdo desciende hasta el 34,5%.

La **posibilidad de cometer un error difícil de revertir introduce Aversión a la Incertidumbre** y puede reducir el atractivo de beneficios como el ahorro de tiempo o la comodidad. Este patrón se repite en el bloque sectorial: el principal freno en banca es **el miedo a equivocarse y no poder deshacerlo, con un 29,4%**. La oportunidad está en hacer visible que toda gestión tiene marcha atrás: confirmar antes de ejecutar, permitir deshacer y dejar constancia.

¿Quieren?

Motivación

Los procesos internos que llevan a preferir esta conducta frente a otras.

P6. A continuación, te mostramos una serie de frases sobre cómo haces tus gestiones por internet en la vida cotidiana (por ejemplo: consultar tus cuentas, contratar un servicio, comprar algo o hacer un trámite). Indica cuánto de acuerdo estás con cada una de ellas.

Enunciado	Acuerdo	Neutra	Desacuerdo
Hacer mis gestiones de forma digital me aporta ventajas claras: me ahorra tiempo, es más cómodo y tengo más control	68,30%	21,50%	10,30%

Tabla 8. Escala de cinco puntos. Acuerdo suma “bastante” y “totalmente de acuerdo”; desacuerdo suma “nada” y “poco de acuerdo”. La posición neutra recoge “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Las tres columnas suman 100%.

Es el componente más sólido y, sobre todo, el más transversal. Un 68,3% percibe ventajas claras y, a diferencia de los otros dos, no se deteriora en los perfiles menos digitalizados: alcanza su **máximo entre los 18 y los 24 años, con un 74,6%**, y sigue siendo mayoritario entre los mayores de 75 (54,5%). Este resultado refuerza lo observado en el apartado 3 sobre los beneficios percibidos al realizar gestiones digitales.

Las **personas reconocen los beneficios del canal digital**, por lo que las palancas para potenciar su comportamiento en esta vía recaen en **mejorar específicamente las oportunidades y capacidades** relacionadas con **el miedo a los errores (Aversión a la incertidumbre y Seguridad Psicológica)**.

La capacidad, la oportunidad y la motivación impulsan la digitalización

Los tres componentes no solo describen la relación con lo digital, también la anticipan. **Las personas con mayor capacidad, oportunidad o motivación estiman más ahorro de tiempo, usan más el canal a diario y desean más digitalización, y las tres relaciones apuntan en la misma dirección sin excepción.**

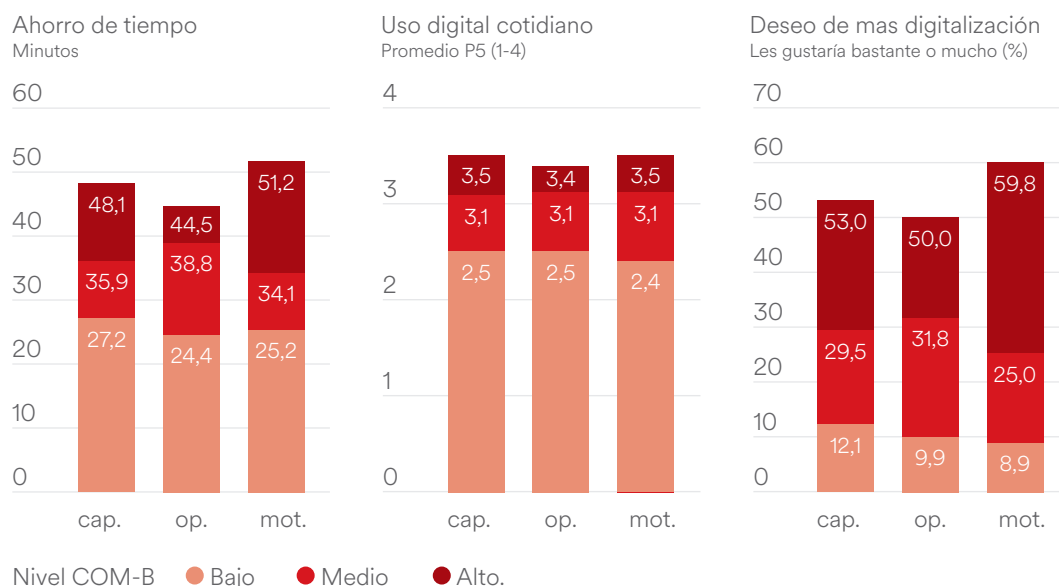
El contraste es grande: quienes están mejor situados **perciben el doble de ahorro por gestión** (unos 50 minutos frente a 25) y llegan **a desear más digitalización en un 50% a 60% de los casos**, frente a menos del 12% entre quienes puntúan bajo.

La lectura es que el **rechazo a lo digital no es una preferencia fija, sino la consecuencia de no contar con las condiciones para usarlo**. La palanca, por tanto, está en actuar antes sobre las condiciones que hacen posible la conducta: reforzar las capacidades y el entorno de apoyo que hoy escasean en los perfiles menos digitalizados, de modo que el resto llegue por añadidura.

Si la pregunta es **qué reforzar para que quienes hoy usan poco el canal digital pasen a usarlo de forma habitual**, la motivación y la capacidad son los componentes que más **separan a ambos grupos** (1,7 y 1,6 puntos de diferencia en una escala de 5), por delante de la oportunidad (1,1). Como la motivación crece con el propio uso, **la capacidad aparece como el punto de entrada más claro**, en especial la de resolver incidencias.

El efecto de la Capacidad, Oportunidad y Motivación (COM-B) sobre el uso, el beneficio percibido y el deseo

El apartado anterior mide el nivel de cada componente en el conjunto de la población. Este comprueba si esos componentes **se relacionan con el comportamiento**: para cada persona se construye una puntuación de capacidad, oportunidad y motivación a partir de los ítems de la batería, se clasifica en nivel bajo, medio o alto, y se cruza con tres resultados independientes del bloque: el **ahorro de tiempo estimado por gestión** frente al canal presencial, la **intensidad de uso digital cotidiano** y el **deseo de mayor digitalización**.



Cruce de los tres componentes COM-B con tres indicadores de resultado. Base: 1.584 entrevistas.

Tabla 19. Cada componente COM-B (capacidad, oportunidad y motivación) se calcula como el promedio de los ítems de la batería P6 correspondientes a esa dimensión, sobre una escala de 1 a 5. A partir de ese promedio, cada persona se clasifica en nivel bajo (≤ 3), medio (> 3 y ≤ 4) o alto (> 4). El “uso digital cotidiano” es el promedio de la batería de gestiones habituales (P5), en una escala de 1 a 4. El “ahorro de tiempo” es la estimación declarada de minutos ahorrados por gestión frente al canal presencial, y el “deseo de más digitalización” agrupa las respuestas “me gustaría bastante” y “me gustaría mucho”. Base: 1.584 entrevistas.

Los tres componentes se relacionan con el comportamiento, y en la misma dirección

En los nueve cruces se observa una **relación ascendente, sin una sola excepción**: a mayor nivel de capacidad, oportunidad o motivación, mayor es el ahorro percibido, el uso cotidiano y el deseo de digitalización. Cada componente aparece vinculado por sí solo a los tres resultados, lo que encaja con la idea de que el modelo recoge tres condiciones que operan a la vez y que ninguna resulta prescindible. La lectura práctica es que las personas mejor situadas en cualquiera de los tres frentes muestran un comportamiento más digital, y que el diagnóstico del apartado anterior sobre dónde está el punto débil tiene un correlato medible.

El beneficio percibido casi se duplica entre los extremos

El dato más relevante del apartado está en la primera columna. Quienes puntúan bajo en motivación estiman un **ahorro de 25,2 minutos por gestión**, mientras que quienes puntúan alto lo sitúan en **51,2 minutos**, algo más del doble. La misma relación aparece en capacidad (27,2 frente a 48,1) y en oportunidad (24,4 frente a 44,5). Conviene recordar que se trata de una **estimación declarada**: la misma transferencia bancaria se percibe como un ahorro muy distinto según la relación previa de cada persona con el canal digital.

> EL BENEFICIO DEL CANAL DIGITAL SE APRENDE USÁNDOLO

El ahorro de tiempo se comporta como un beneficio de experiencia, ya que solo se percibe en su magnitud real después de haberlo comprobado. Quien apenas usa el canal digital estima la mitad de ahorro que quien lo domina, de modo que la ventaja objetiva llega distorsionada precisamente a quien más margen tiene para aprovecharla. Esto cierra un **círculo que se refuerza a sí mismo**: menor capacidad y oportunidad conducen a menor uso, el menor uso man-

tiene baja la estimación del beneficio y esa estimación reduce el deseo de dar el paso. La consecuencia operativa es que un mensaje del tipo “ahorras cuarenta minutos” aterriza mal en el perfil que estima veinticinco. La palanca está **en retirar primero la barrera de capacidad y oportunidad** identificada en el apartado 2.1, de manera que el beneficio se compruebe en primera persona y la comunicación llegue después a confirmar una experiencia ya vivida.

Las personas con más capacidad y oportunidad usan más el canal a diario

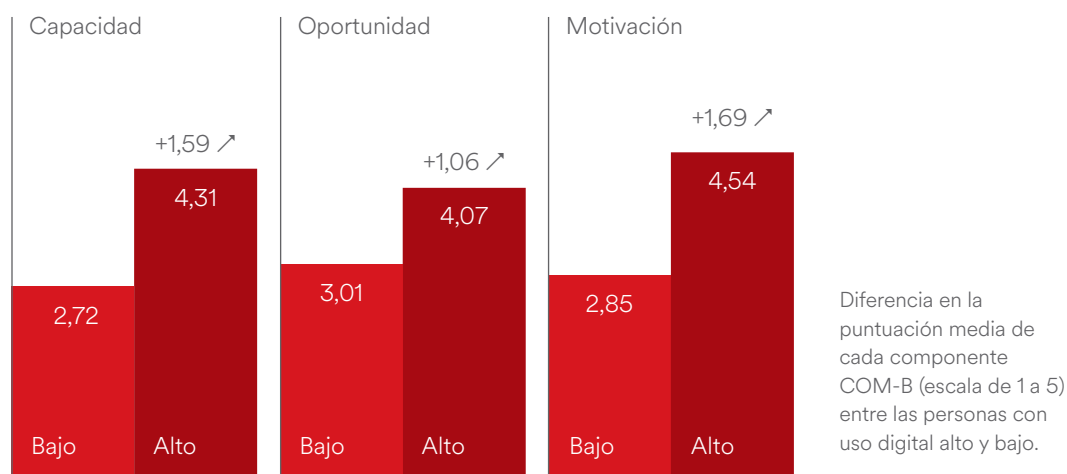
En la intensidad de uso cotidiano, quienes puntúan bajo en cada componente se sitúan en torno a **2,5 sobre 4**, y quienes puntúan alto llegan a **3,4 o 3,5**. En la escala original de la pregunta, esa diferencia equivale a pasar de usar el canal digital **a veces** a usarlo **casi siempre** para resolver las gestiones del día a día. Es el indicador donde los tres componentes se comportan de forma más parecida entre sí, con recorridos casi idénticos.

Para activar a quienes usan poco el canal digital, la capacidad y la motivación son las palancas con más recorrido

El cruce anterior muestra que los tres componentes acompañan a un comportamiento más digital. Este análisis responde a una pregunta distinta: qué componente conviene priorizar para que quienes hoy usan poco el canal digital lo incorporen a su día a día. Para ello se compara la puntuación media de cada componente entre las personas con uso digital alto y las de uso bajo. **La motivación (1,69 puntos de diferencia) y la capacidad (1,59) son las que más separan a ambos grupos**, y la oportunidad queda claramente por detrás (1,06).

Qué componente COM-B distingue más el uso digital alto del bajo

Puntuación media ponderada (1-5)



La oportunidad sigue siendo una condición necesaria, como muestra el cruce anterior, aunque en este paso concreto pesa menos. Los medios materiales están extendidos en casi toda la población y el apoyo del entorno está presente incluso entre los mayores de 75 años, por lo que **lo que diferencia a quien usa poco de quien usa mucho está sobre todo en la propia persona**. En el caso de la motivación, parte de la distancia puede ser consecuencia del uso, ya que el beneficio del canal digital se percibe con más claridad después de haberlo comprobado. **La prioridad se sitúa así en la capacidad**, y en particular en la de resolver incidencias, que registra el acuerdo más bajo de la batería (49,0%). Al tratarse de un análisis de asociación, los resultados indican dónde se concentran las diferencias y sirven como orientación para priorizar; la dirección causal queda por confirmar.

El deseo de más digitalización es lo que más varía según el nivel COM-B

De los tres resultados, la predisposición a que las gestiones se digitalicen aún más es la que más cambia entre un nivel y otro. Entre quienes puntúan bajo en motivación, solo un **8,9%** desea más digitalización; entre quienes puntúan alto, la cifra sube al **59,8%**, más de seis veces más. Capacidad y oportunidad muestran recorridos parecidos (del 12,1% al 53,0% y del 9,9% al 50,0%). Como referencia, el deseo del conjunto de la población es del 29,9% (bloque 4), una cifra muy próxima a la del nivel medio de los tres componentes. El **deseo mayoritario aparece solo en el nivel alto**: en ningún nivel bajo supera el 12,1%.

> LA RESISTENCIA A LA DIGITALIZACIÓN ES UNA CONSECUENCIA, NO UN PUNTO DE PARTIDA

El bloque 4 describe una distancia de 39,5 puntos entre lo que la población espera y lo que desea. Este cruce sugiere dónde se concentra esa distancia: en los perfiles con capacidad y oportunidad limitadas, que dan por hecho el cambio sin sentirlo como algo propio. Visto así, el rechazo a más digitalización aparece

más ligado al nivel de competencia y de entorno favorable que a una postura de fondo: las personas con mejores condiciones para usar el canal son también las que más piden avanzar. Mejorar cualquiera de los dos frentes se asocia a multiplicar por cinco la proporción de población que desea más digitalización.

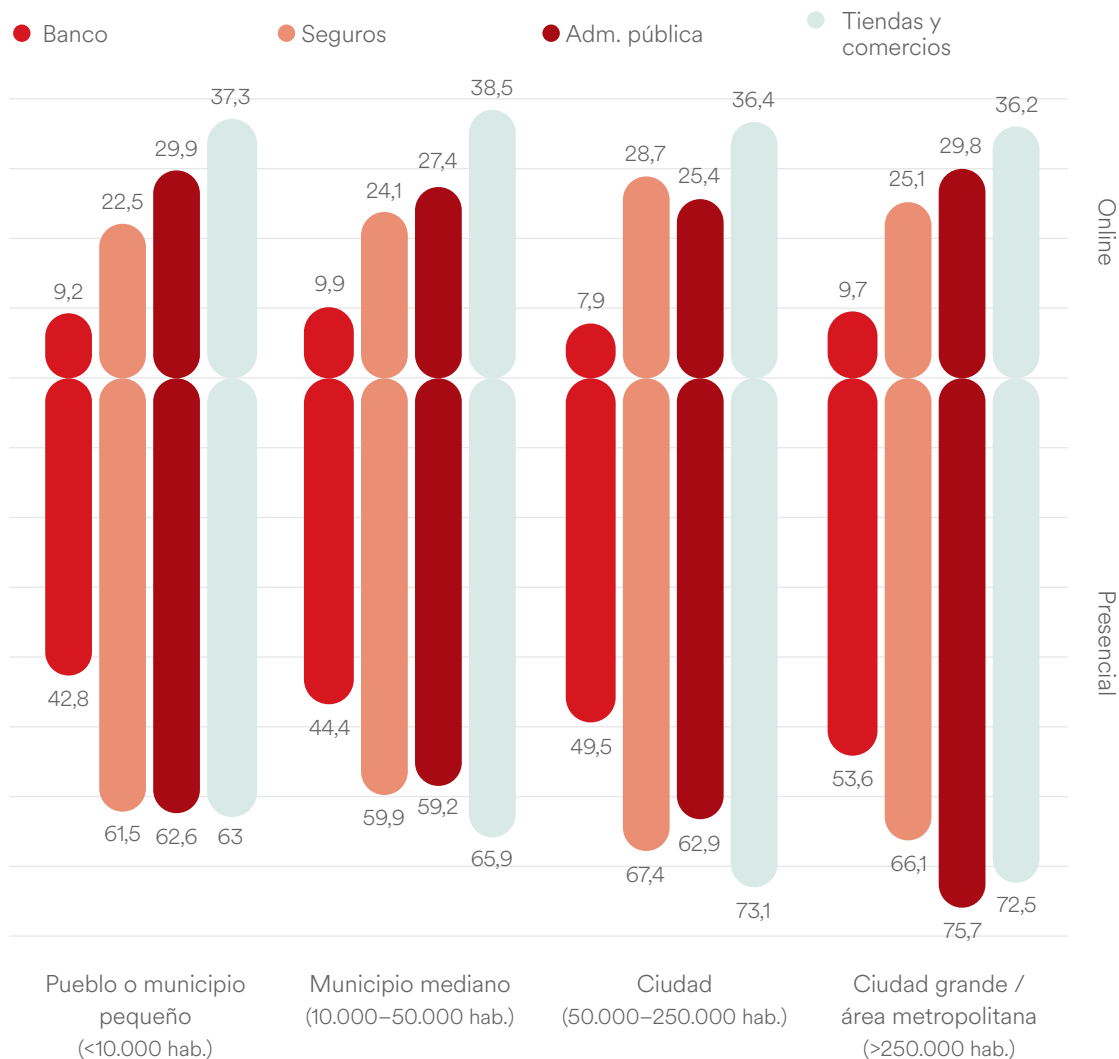
El ahorro de tiempo y dinero en detalle

El ahorro de tiempo es el beneficio más citado por los usuarios y la cifra que mejor resume el valor del canal digital. El apartado anterior lo utiliza como uno de los tres resultados del cruce con el COM-B, y el bloque 3 lo detalla gestión a gestión en cada sector, con un ahorro medio que oscila entre los 33 y los 40 minutos. **Ese promedio esconde diferencias considerables**, y este apartado lo desagrega en dos cortes que responden a lógicas distintas: el entorno en el que se vive y la edad.

El tiempo digital es estable y el presencial depende de dónde se viva

Tiempo estimado por canal, sector y tamaño del entorno (P1)

Tiempo estimado (minutos)



Tiempo medio estimado por gestión, en minutos, según el tamaño del municipio de residencia. Gestiones de referencia: transferencia bancaria, parte de siniestro, cita previa con la Administración y compra de supermercado. Bases por celda entre 214 y 503 entrevistas.

La comparación entre los dos paneles arroja el hallazgo principal del apartado. **El tiempo que exige una gestión digital apenas varía con el tamaño del municipio.** Una transferencia bancaria se mueve entre los 7,9 minutos de las ciudades intermedias y los 9,9 de los municipios medianos, y una compra de supermercado entre 36,3 y 38,5 minutos. La experiencia digital es, en este sentido, homogénea en todo el territorio.

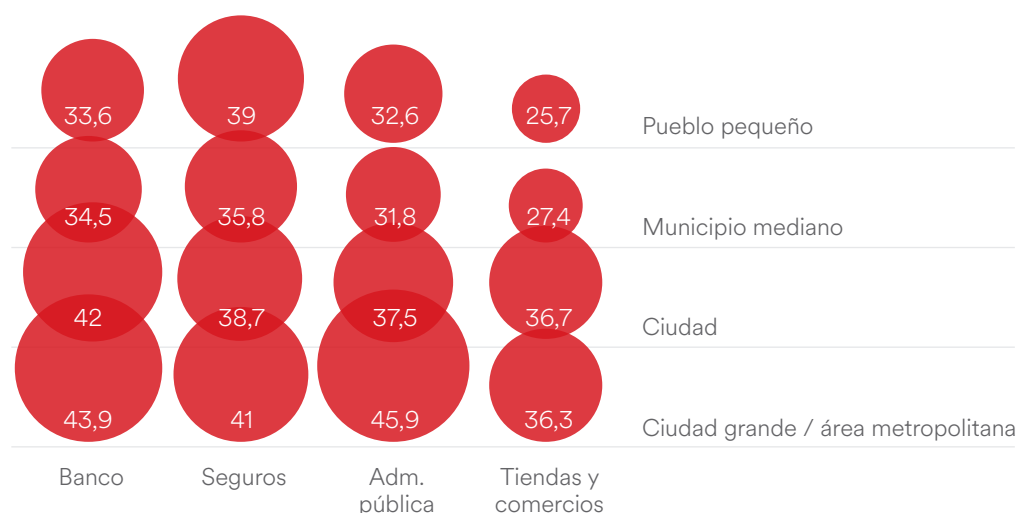
El canal presencial se comporta de forma muy distinta. En banca, su duración crece de forma sostenida con el tamaño del municipio, de **42,8 minutos en un pueblo a 53,6 en una gran ciudad**. En administración pública el salto es todavía mayor y se concentra en el último tramo, de en torno a 60 minutos en los municipios de hasta 50.000 habitantes a **75,7 minutos en las grandes ciudades**. El retail sigue el mismo patrón, de 63,0 a 72,5 minutos.

La excepción es el sector asegurador, cuyo tiempo presencial se mantiene entre los 59,9 y los 67,4 minutos sin relación clara con el tamaño del entorno.

El ahorro crece con el tamaño del municipio, con una excepción

Ahorro de tiempo por sector y tamaño del entorno (P1)

Subtítulo: Ahorro estimado (minutos presencial – digital)



Diferencia entre el tiempo estimado por canal presencial y por canal digital, en minutos.

Como el tiempo digital permanece estable, **el ahorro percibido depende casi por completo de cuánto empeora la alternativa presencial**. En banca crece de **33,6 minutos en los municipios pequeños a 43,9 en las grandes ciudades**, en administración pública de **32,6 a 45,9 minutos**, el valor más alto de toda la tabla, y en retail de 25,7 a 36,3. En los tres casos el salto se produce al pasar de los municipios de menos de 50.000 habitantes a las ciudades. El multiplicador de eficiencia se comporta igual: una transferencia bancaria es 4,6 veces más rápida por vía digital en un pueblo y **6,4 veces más rápida en una ciudad intermedia**.

El sector asegurador es la excepción y merece una lectura propia. Su ahorro se mantiene entre los 35,8 y los 41,0 minutos en los cuatro entornos, con una diferencia de apenas cinco minutos entre el valor más alto y el más bajo, y es el único sector donde los municipios pequeños registran una cifra elevada (39,0 minutos), por encima incluso de los medianos y las ciudades intermedias. El motivo está en el gráfico anterior: la gestión aseguradora presencial ya resulta larga en cualquier entorno, sin la dependencia del desplazamiento urbano que muestran los otros tres. **El argumento del ahorro de tiempo viaja bien por todo el territorio en seguros**, mientras que en banca, administración y retail pierde fuerza en los entornos rurales.

> EL ENTORNO MUEVE EL AHORRO HASTA TRECE MINUTOS

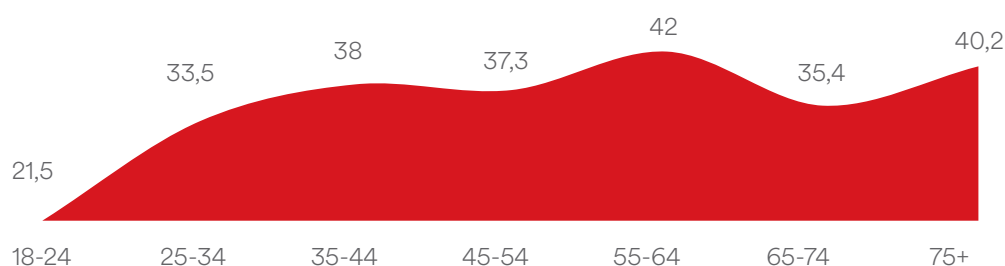
El tiempo de la gestión digital es constante en los cuatro entornos, de modo que las diferencias de ahorro proceden por completo del canal presencial. Entre un municipio pequeño y una gran ciudad, el ahorro crece **13,3 minutos en administración pública, 10,6 en retail y 10,3**

en banca, un aumento de en torno al 40% en los tres casos. **El sector asegurador se mueve en apenas 5,2 minutos** entre su valor más alto y el más bajo, con un ahorro equivalente en el pueblo y en la gran ciudad.

Los más jóvenes son quienes menos ahorro perciben

Ahorro medio por tramo de edad

Ahorro medio en los sectores observados (minutos)



Ahorro medio estimado por gestión, calculado sobre los cuatro sectores observados. Base: 1.584 entrevistas.

El corte por edad sigue una lógica propia que no coincide con la del uso digital. **Los usuarios de 18 a 24 años estiman el ahorro más bajo del estudio, con 21,5 minutos**, frente a los **42,0 minutos del tramo de 55 a 64** y los 40,2 de las personas de 75 o más años. A partir de los 25 años la estimación se estabiliza entre los 33 y los 42 minutos, con un descenso puntual en el tramo de 65 a 74 (35,4).

Una explicación posible es que **estimar un ahorro exige conocer las dos alternativas**, y quien resolvió durante años sus gestiones en una ventanilla conserva una referencia concreta del tiempo que aquello exigía. Entre los más jóvenes esa referencia es mucho más difusa, porque buena parte de esas gestiones nunca las han hecho de otra manera. La consecuencia práctica es que **el argumento del ahorro de tiempo pierde fuerza precisamente en el perfil más digitalizado**, donde funcionan mejor palancas como el precio, la variedad o la resolución inmediata.

Los dos cortes coinciden en lo mismo. El ahorro de tiempo es un beneficio real y sostenido, **pero se percibe de forma muy desigual**, y esa desigualdad depende de lo costosa que resulte la alternativa presencial para cada persona, ya sea por el entorno en el que vive o por la experiencia previa que le permite comparar.

Ahorro de tiempo y dinero

Combinando la frecuencia con la que los españoles hacen gestiones digitales, el tiempo que ahorran en cada una y el valor económico de ese tiempo, **el ahorro medio supera los 178 euros por persona y mes**. En términos **anuales, equivale a unos 2.140 euros por persona**.

El punto de partida es cuántas gestiones digitales resuelve una persona en una semana normal. A partir de la distribución de frecuencia, tomando el punto medio de cada tramo y un valor de 10 para el tramo de “más de 10”, la media se sitúa en 5,4 gestiones semanales, incluyendo al 5,4% que no realiza ninguna.

Frecuencia semanal	% población	Punto medio	Gestiones aportadas
Nunca	5,4%	0	0,00
1 a 2 veces	25,1%	1,5	0,38
3 a 5 veces	25,7%	4	1,03
6 a 10 veces	18,7%	8	1,50
Más de 10 veces	25,1%	10	2,51
Media semanal			5,41

Tabla 20

Cada gestión ahorra, de media, unos 38 minutos frente al canal presencial, según las cuatro gestiones de referencia del apartado 3 (banca, seguros, administración y retail). Multiplicando las 5,4 gestiones por esos 38 minutos, un español recupera unas 3,4 horas cada semana, 14,7 horas al mes y 176,9 horas al año.

Aplicando un valor del tiempo de 12,1 euros por hora, ese tiempo recuperado equivale a 41,2 euros por persona y semana. Extrapolando al mes con un factor de 4,33 semanas mensuales, el ahorro asciende a 178 euros por persona y mes, unos 2.140 euros al año.



Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,4 h	41,2 €
Mes	14,7 h	178 €
Año	176,9 h	2.141 €

Tabla 21

Nota metodológica: el valor del tiempo aplicado, 12,1 euros por hora, procede del Handbook on the External Costs of Transport de la Comisión Europea, la referencia estándar en la UE para asignar valor monetario al tiempo, y corresponde al tiempo de los usuarios en entornos urbanos en España. Se trata de una estimación conservadora, situada por debajo del coste laboral medio por hora en España. Las horas ahorradas son una estimación media por persona, ponderada por sexo, edad y comunidad autónoma. El ahorro por gestión de cada sector pesa según su frecuencia de uso, lo que sitúa la media en 37,8 minutos, ligeramente por encima de los 37,2 minutos del análisis por comunidad autónoma, que da el mismo peso a los cuatro sectores. Para ello, las 5,4 gestiones semanales se reparten entre banca, seguros, administración pública y retail en proporción a la frecuencia de uso declarada en cada sector. En seguros se toma, para cada persona, la mediana de la frecuencia de los ramos que tiene contratados, con valor cero si no los gestiona por vía digital o no tiene ninguno. El mes equivale a 4,33 semanas y el año a 12 meses, y la proyección supone que la actividad y el ahorro por gestión se mantienen constantes.

03/ Las gestiones que más han cambiado

3.1/ Seguros: tecnología para lo cotidiano, personas para lo importante

Tres de cada cuatro españoles (77,0%) ya realizan gestiones digitales con su aseguradora. Es la cifra más baja de los cuatro sectores, algo que **responde sobre todo a la naturaleza del producto**: la relación con el seguro es esporádica y se activa en momentos concretos. Cuando existe un motivo recurrente para interactuar, el uso crece. **Salud alcanza un 17,7% de uso habitual**, casi el doble que hogar (9,8%) y automóvil (9,3%).

Las gestiones más extendidas son consultar la póliza o las coberturas (48,0%), dar un parte (37,9%) y hacer seguimiento de un siniestro (35,8%). **La experiencia de uso acompaña**: las dificultades de acceso (9,5%) y de comprensión (9,6%) tienen un peso reducido, y el ahorro es claro, con un parte que se resuelve en **25,6 minutos por vía digital frente a 64,3 en persona**.

Lo que más valoran los asegurados es saber que hay una persona disponible cuando la situación lo requiere. Un **36,9% prefiere que le atienda una persona ante un problema con la póliza** y un 30,3% ante un siniestro o una urgencia, la demanda de trato humano más alta de los cuatro sectores. Esta demanda refleja lo que está en juego en esos momentos: un siniestro implica incertidumbre y, con frecuencia, un impacto emocional, y la cercanía de una persona aporta tranquilidad. Seguros es además el sector con una relación más abierta con la IA: es donde más se valora como ayuda (6,3%) y donde la desconfianza es menor que en banca (14,4% frente a 25,9%).

> EN SEGUROS, EL TRATO HUMANO FORMA PARTE DE LA PROPUESTA DE VALOR DIGITAL

El reto del sector es la frecuencia: un 11,8% utiliza el canal tan poco que no le compensa la web o la aplicación. Esto abre dos oportunidades. La primera, **dar motivos recurrentes para entrar en el canal** más allá del siniestro. La segunda, **diseñar el canal digital como puerta de acceso a una persona** en los momentos que importan. Saber que alguien

responde cuando algo se complica reduce la **Aversión a la Incertidumbre** y aporta **Seguridad Psicológica**. Por eso, un modelo híbrido, en el que lo digital resuelve lo rutinario y garantiza el contacto con una persona cuando hace falta, **convierte el principal freno del sector, la necesidad de trato humano, en una ventaja competitiva**.

77,0%realiza gestiones digitales
con su aseguradora**26,8%**de quienes tienen seguro
de automóvil nunca usa el
canal digital**x2,5**multiplicador de eficiencia
frente al canal presencial

El **comportamiento cambia según el tipo de póliza. Salud es el ramo con mayor uso habitual**, con un 17,7%, casi el doble que hogar (9,8%) y automóvil (9,3%). La diferencia no responde al producto en sí, sino a la frecuencia con la que el asegurado tiene un motivo real para interactuar con su aseguradora: una consulta médica se repite de forma mucho más natural que un siniestro de coche, que para la mayoría es, en el mejor de los casos, un evento excepcional.

¿Con qué frecuencia realizas gestiones digitales (web o app) con cada uno de los siguientes tipos de seguro?

Tipo de seguro	Habitualmente	De vez en cuando	Solo puntualmente	Nunca
Salud	17,70%	23,70%	35,40%	23,10%
Hogar	9,80%	16,90%	47,50%	26,00%
Automóvil	9,30%	16,00%	47,90%	26,80%

Tabla 25. Datos recalculados sobre la base de quienes declaran tener cada tipo de seguro (78,7% para automóvil, 81,3% para hogar y 63,2% para salud).

Gestiones que se realizan

No existe ninguna gestión claramente mayoritaria, lo que diferencia al sector del resto. **La más frecuente es la consulta de la póliza o de las coberturas**, con un 48,0%, seguida de **dar un parte o declarar un siniestro** (37,9%), hacer seguimiento de un siniestro o de su resolución (35,8%) y recibir avisos o notificaciones (35,7%). La gestión menos realizada por canal digital es la resolución de incidencias o el contacto con atención al cliente, con un 18,2%, el valor más bajo entre las gestiones planteadas.

Impulsadores

Los factores que impulsan el uso del canal digital se relacionan con la comodidad, el ahorro y la flexibilidad. Entre quienes ya lo utilizan destaca el ahorro de tiempo (32,1%), seguido del ahorro en desplazamientos y dinero (28,7%) y de la disponibilidad horaria (28,3%). Entre quienes nunca lo utilizan, los tres primeros incentivos son el ahorro en desplazamientos y dinero (27,8%), el ahorro de tiempo (24,6%) y la disponibilidad en cualquier momento (24,6%).

La distancia entre usuarios y no usuarios es en este sector la más reducida de los cuatro, lo que indica que el no usuario de seguros no percibe el canal digital de forma sustancialmente distinta a quien ya lo emplea. La diferencia relevante se localiza en el respaldo humano, que pasa del 2,6% entre usuarios al 9,3% entre no usuarios.

Frenos

El principal freno no guarda relación con la dificultad de uso sino con la necesidad de mantener contacto humano en situaciones de mayor complejidad o sensibilidad.

La preferencia por ser atendido por una persona ante un problema con la póliza alcanza el 36,9%, seguida de la necesidad de trato humano ante un siniestro o una urgencia (30,3%). La preocupación por la seguridad o el riesgo de fraude constituye la tercera barrera, con un 23,5%. Las dificultades de acceso (9,5%) y de comprensión del canal (9,6%) tienen un peso reducido.

Tiempo empleado

El ahorro de tiempo existe, pero su impacto percibido es más moderado que en otros sectores. La respuesta mayoritaria sitúa el ahorro semanal por debajo de los 15 minutos (32,2%). En la realización de un parte, el canal digital concentra los tiempos entre 5 y 15 minutos (35,9%) y entre 15 y 30 minutos (29,9%), mientras que el canal presencial se sitúa entre 30 minutos y una hora (34,2%) y entre una y dos horas (29,6%). El tiempo medio estimado es de 25,6 minutos por vía digital frente a 64,3 minutos por vía presencial.

> EL NO USO ALCANZA AQUÍ SU VALOR MÁS ALTO ENTRE LA POBLACIÓN MAYOR

La administración pública concentra la mayor brecha de edad de los cuatro sectores. El no uso del canal digital pasa del **6,9% en el tramo de 35 a 44 años al 33,2% entre las personas de 75 o más años.** También registra un valor elevado en el tramo de 18 a 24 años, con

un 19,5%, superior al de todos los tramos intermedios. La combinación de trámites poco frecuentes, identificación compleja y lenguaje administrativo penaliza de forma simultánea a los dos extremos de la pirámide de edad.

3.2/ Banca: la gestión cotidiana ya es digital

Es el sector más digitalizado del estudio. Un **94,1% opera digitalmente con su banco** y un 25,9% lo hace de forma habitual, el valor más alto de los cuatro. También es donde el canal digital resulta más eficiente: una transferencia se resuelve en **9 minutos frente a los 48,5 de la oficina**, un multiplicador de 5,3.

El uso se concentra en consultar (94,2%) y mover dinero (80,1%), mientras que las decisiones de mayor compromiso siguen siendo minoritarias por canal digital, como la contratación de productos (20,5%) o la solicitud de un préstamo (9,0%). El freno principal es el **miedo a**

equivocarse y no poder deshacerlo, con un 29,4%, que alcanza el 33,5% entre las mujeres frente al 25,1% entre los hombres.

94,1%

realiza gestiones digitales
con su banco

25,9%

lo hace de forma habitual,
el valor más alto de los
cuatro sectores

x 5,3

multiplicador de eficiencia
frente al canal presencial

Gestiones que se realizan

Las gestiones digitales bancarias se concentran en la consulta y el movimiento de dinero. La consulta de saldo y movimientos alcanza el 94,2% y la realización de transferencias o envíos el 80,1%. Un segundo grupo se sitúa en torno a la mitad de los casos: la gestión de tarjetas (55,8%), la recepción de avisos y notificaciones (52,0%) y el pago de recibos, impuestos o facturas (51,2%). **Las gestiones de mayor compromiso económico presentan porcentajes sensiblemente menores**, como la **contratación o baja de productos** (20,5%), la **gestión de inversiones** (17,7%) y la **solicitud de un préstamo**, que apenas alcanza el 9,0%.

La **resolución de incidencias o el contacto con atención al cliente por canal digital se sitúa en el 21,5%**, uno de los **valores más bajos del sector** pese a tratarse de la entidad con la que existe una relación más frecuente.

Impulsadores

El principal factor que impulsa el uso del canal digital bancario es la posibilidad de realizar la gestión a cualquier hora y todos los días, con un 49,4%, seguida de la comodidad de hacerlo desde cualquier lugar (38,4%) y del ahorro de tiempo (33,8%). Completan el grupo la resolución inmediata sin esperas ni colas (32,2%), el control permanente de la información (30,5%) y el ahorro en desplazamientos (29,3%).

Entre quienes nunca operan digitalmente con su banco el orden cambia. El principal incentivo sigue siendo la disponibilidad horaria (23,8%), pero le siguen el control de la información (20,9%) y, en tercer lugar, saber que detrás del canal digital hay una persona atendiendo (18,1%). Este último factor apenas alcanza el 1,9% entre quienes ya son usuarios.

Frenos

Los frenos al uso del canal digital bancario están diversificados, sin que exista un motivo claramente predominante. **Los más mencionados son el miedo a equivocarse y no poder corregir el error** (29,4%), la desconfianza a la hora de facilitar datos por internet (28,9%) y, con el mismo valor, la preferencia por el trato humano y la desconfianza hacia el asistente virtual (25,9% en ambos casos).

> LA BAJA RECURRENCIA FUNCIONA COMO BARRERA EN SÍ MISMA

Un 11,8% señala que utiliza el canal tan poco que no le compensa la web o la aplicación. Se trata de un freno que no aparece con esta formulación en banca y que en administración pública adopta la forma de tener que volver a aprender el funcionamiento en cada uso (10,8%).

El sector asegurador combina así los dos frenos con peor pronóstico: la baja frecuencia impide consolidar el hábito y las gestiones de mayor relevancia, el siniestro y la incidencia, son precisamente aquellas en las que se reclama atención humana.

Tiempo empleado

La banca es el sector donde el canal digital resulta más eficiente. Un 59,9% completa una transferencia en menos de cinco minutos por canal digital, mientras que por canal presencial el tiempo más frecuente se sitúa entre 30 minutos y una hora (39,2%). El tiempo medio estimado es de 9,1 minutos por vía digital frente a 48,5 minutos por vía presencial. **El ahorro semanal declarado se concentra mayoritariamente entre 30 minutos y una hora (25,7%).**

3.3/ Administración pública: del papel al trámite online

Un **85,7% realiza gestiones digitales con la Administración**, pero el uso es puntual en un 67,5% de los casos, el porcentaje más alto del estudio. Encaja con el carácter esporádico de este tipo de trámites.

Es también el **único sector donde el freno principal tiene que ver con la propia experiencia de uso.** Un 30,4% señala que las webs o aplicaciones fallan, van lentas o resultan difíciles de utilizar, y un 26,1% considera que los trámites emplean un lenguaje confuso. El desconocimiento sobre a quién acudir ante un problema alcanza aquí su valor máximo, un 24,0%. Y concentra la mayor brecha de edad: el no uso pasa del 6,9% entre los 35 y 44 años al 33,2% entre los mayores de 75.

85,7%

realiza gestiones digitales con la Administración

67,5%

lo hace solo de forma puntual

×2,4

multiplicador de eficiencia frente al canal presencial

Gestiones que se realizan

Las gestiones más habituales son pedir cita previa (65,1%), identificarse mediante Cl@ve, certificado digital o DNI electrónico (63,6%) y realizar gestiones relacionadas con la sanidad (56,9%). Les siguen la presentación de la declaración de la Renta o el pago de impuestos (52,7%) y la descarga de certificados o documentos (51,0%). La gestión menos

frecuente por canal digital es la resolución de incidencias o el contacto con atención al ciudadano, con un 10,7%, el valor más bajo registrado en todo el estudio.

Impulsadores

Los impulsadores se vinculan al ahorro, la flexibilidad y la comodidad. Entre quienes ya utilizan el canal destacan el ahorro en desplazamientos y dinero (35,8%), la posibilidad de realizar la gestión en cualquier momento (32,1%) y la de resolver sin depender del horario de atención presencial (31,1%). Aparece además un motivo específico del sector: que quede constancia y se pueda hacer seguimiento del trámite, señalado por un 20,1%.

> EL AHORRO EN DESPLAZAMIENTOS IGUALA A USUARIOS Y NO USUARIOS

El ahorro en desplazamientos y dinero es el único impulsor del estudio que alcanza prácticamente el mismo valor en ambos grupos: un 35,8% entre los usuarios y un 35,2% entre los no usuarios, y es el primer motivo en los dos casos. A ello se suma evitar la dependencia del

horario presencial, con un 29,5% entre no usuarios. **En los entornos donde la alternativa presencial exige un desplazamiento, el canal digital opera como sustituto necesario más que como elección.**

Frenos

Es el único sector en el que el freno principal se relaciona con la experiencia de uso. Un 30,4% señala que las webs o aplicaciones fallan, van lentas o son difíciles de utilizar, y un 26,1% considera que los trámites son confusos o emplean un lenguaje difícil de entender. En tercer lugar, aparece el desconocimiento sobre a quién acudir cuando surge un problema, con un 24,0%, el valor más alto de los cuatro sectores para esta barrera. La complejidad de la identificación mediante Cl@ve, certificado digital o DNI electrónico afecta a un 18,0%.

En sentido contrario, **son pocos quienes evitan el canal digital por no tener acceso** (7,1%) o porque esperan tener que acudir después de forma presencial (7,5%).

Tiempo empleado

El canal digital genera un ahorro relevante y un 24,4% estima que ahorra entre 30 minutos y una hora semanal. La ventaja resulta especialmente evidente en la cita previa: un 57,7% la resuelve digitalmente en menos de 15 minutos, mientras que por canal presencial un 58,2% dedica entre 30 minutos y dos horas. El tiempo medio estimado es de 27,9 minutos por vía digital frente a 65,9 minutos por vía presencial.

> EL NO USO ALCANZA AQUÍ SU VALOR MÁS ALTO ENTRE LA POBLACIÓN MAYOR

La administración pública concentra la mayor brecha de edad de los cuatro sectores. El no uso del canal digital pasa del **6,9% en el tramo de 35 a 44 años al 33,2% entre las personas de 75 o más años**. También registra un valor elevado en el tramo de 18 a 24 años, con

un 19,5%, superior al de todos los tramos intermedios. La combinación de trámites poco frecuentes, identificación compleja y lenguaje administrativo penaliza de forma simultánea a los dos extremos de la pirámide de edad.

3.4/ Retail: comprar, comparar y decidir

Un **85,9% compra o gestiona digitalmente con tiendas y comercios**, con un uso mayoritariamente puntual (57,6%). Los frenos se desplazan por completo al terreno del producto: un **40,0% teme que no se corresponda con la fotografía** y un 36,0% prefiere verlo o probarlo antes de comprar, mientras que las dificultades de uso del canal registran el valor más bajo de los cuatro sectores (8,9%).

Es además el único sector donde la inteligencia artificial funciona como motivo de atracción hacia el canal digital, con un **23,1% entre los no usuarios de 18 a 24 años** frente al 3,7% del total de usuarios.

85,9%

compra o gestiona digitalmente con tiendas o comercios

40,0%

teme que el producto no se corresponda con la fotografía

x1,9

multiplicador de eficiencia frente al canal presencial

Gestiones que se realizan

Las gestiones están directamente ligadas al proceso de compra: comprar productos (69,3%), hacer seguimiento de un pedido o entrega (60,7%) y buscar productos o comparar precios antes de comprar (57,1%). A continuación, se sitúan la consulta de opiniones y reseñas (42,7%) y la gestión de una devolución o un cambio (35,3%). La suscripción a un servicio o la compra por suscripción presenta un uso muy reducido (8,7%).

Impulsadores

Los impulsadores incorporan motivaciones propias de la compra que no aparecen en el resto de los sectores. Entre los usuarios destacan recibir el pedido donde y cuando se desea (30,1%), poder comparar precios y encontrar mejores ofertas (29,7%), el ahorro en desplazamientos y dinero (27,8%) y disponer de mayor variedad y disponibilidad de productos (24,7%). Entre los no usuarios el principal incentivo es el ahorro en desplazamientos y dinero (26,7%), seguido del ahorro de tiempo (21,8%).

> EL RETAIL ES EL ÚNICO SECTOR DONDE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL APARECE COMO IMPULSADOR RELEVANTE EN UN SEGMENTO

El apoyo en herramientas de inteligencia artificial durante la gestión se sitúa en el 3,7% del total de usuarios, pero alcanza el **16,8% entre los usuarios de 18 a 24 años** y el **23,1% entre los no usuarios de esa misma edad**. Es el único caso del

estudio en el que la inteligencia artificial funciona como motivo de atracción hacia el canal digital y no como elemento de desconfianza, y se concentra por completo en el tramo más joven.

Frenos

Los frenos se localizan en la confianza sobre el producto y no en el funcionamiento del canal. La preocupación por que el producto no se corresponda con la fotografía alcanza el 40,0%, la preferencia por ver o probar el producto antes de comprarlo el 36,0% y la preocupación por la seguridad del pago o el riesgo de fraude el 26,8%. Le siguen la complejidad de las devoluciones y los cambios (24,1%) y los gastos o plazos de envío (20,6%).

Las dificultades de uso de las webs o aplicaciones tienen aquí el peso más bajo de los cuatro sectores, con un 8,9%, al igual que la desconfianza hacia el asistente virtual (9,9%). El obstáculo es la confianza en el producto y en la transacción, no la usabilidad del canal.

Tiempo empleado

Un 41,3% de los usuarios estima ahorrar entre 15 minutos y una hora semanal. La ventaja se aprecia con claridad en la compra de supermercado, donde un 60,3% estima realizarla digitalmente en menos de 30 minutos frente a un 68,0% que dedica entre 30 minutos y dos horas por canal presencial. El tiempo medio estimado es de 37,1 minutos por vía digital frente a 69,7 minutos por vía presencial, la diferencia relativa más reducida de los cuatro sectores.

3.5/ Cuatro sectores, cuatro velocidades

La lectura conjunta de los cuatro sectores permite identificar qué elementos son transversales y cuáles dependen del ámbito concreto de la gestión. **La conclusión principal es que la adopción del canal digital está resuelta en todos los sectores, que los motivos para usarlo son esencialmente los mismos y que lo que verdaderamente diferencia a unos de otros es la frecuencia de uso y la naturaleza del obstáculo.**

Adopción y recurrencia

¿Cuáles son las gestiones que realizas de manera digital (web o app) con tu banco / tu aseguradora / la administración pública / tiendas o comercios?

Sector	Uso habitual (Diariamente)	De vez en cuando (varias veces a la semana)	Uso puntual (pocas veces al mes)	No usa nunca
Banca	25,90%	39,20%	29,00%	5,90%
Seguros*	18,20%	24,10%	41,40%	16,30%
Administración pública	5,20%	13%	67,50%	14,30%
Retail	5,10%	23,20%	57,60%	14,10%

Tabla 26

*Nota metodológica: Para seguros se asigna a cada persona una única frecuencia de seguros según la mayor frecuencia declarada entre los productos que posee.

La banca multiplica por cinco el uso habitual de la administración pública y del retail, y presenta el menor no uso de los cuatro sectores. En el extremo contrario, el seguro registra el mayor porcentaje de personas que nunca emplean el canal digital pese a tener contratado el producto.

Naturaleza del freno principal

¿Qué es lo que más te frena o te genera dificultades al hacer gestiones bancarias / de seguros / con la administración pública / comprar o hacer gestiones de retail de forma digital?

Sector	Freno principal	Naturaleza
Banca	Miedo a equivocarse y no poder deshacerlo (29,4%)	Riesgo de error
Seguros	Preferencia por atención personal ante un problema con la póliza (36,9%)	Necesidad de contacto humano
Administración pública	Webs o apps que fallan, van lentas o son difíciles de usar (30,4%)	Experiencia de uso
Retail	El producto no se corresponde con la fotografía (40,0%)	Confianza en el producto

Tabla 27

Ninguno de los cuatro frenos principales se relaciona con la falta de acceso al canal digital, y en ningún sector la dificultad de acceso a la cuenta o a la aplicación supera el 9,5%. El obstáculo es de confianza y de resolución, no de disponibilidad, lo que resulta coherente con la jerarquía obtenida en el ejercicio MaxDiff.

Barreras presentes en los cuatro sectores

¿Qué es lo que más te frena o te genera dificultades al hacer gestiones bancarias / de seguros / con la administración pública / comprar o hacer gestiones de retail de forma digital?

Barrera transversal	Banca	Seguros	Admin.	Retail
No sé a quién acudir ante un problema	18,80%	15,20%	24,00%	12,30%
Prefiero el trato humano	25,90%	36,90%	22,90%	17,70%
No me fío de un asistente virtual	25,90%	14,40%	9,60%	9,90%

Tabla 28

Las dos primeras barreras remiten al mismo punto identificado en los bloques anteriores: la debilidad no está en el uso del canal sino en la gestión de la incidencia. Considerando el conjunto de gestiones sin distinguir por sector, la preferencia por el trato humano aparece en una de cada cuatro (25,1%). La tercera presenta un comportamiento propio, ya que la desconfianza hacia el asistente virtual alcanza su valor más alto precisamente en el sector más digitalizado, con un 25,9% en banca frente al 9,6% en administración pública.

> ÓPTICA CONDUCTUAL - LA AVERSIÓN AL ALGORITMO DEPENDE DE LA TAREA, NO DE LA TECNOLOGÍA

La investigación en economía del comportamiento muestra que las personas **aceptan un algoritmo en tareas percibidas como objetivas y lo rechazan en las que consideran sensibles**, aunque su desempeño sea mejor. Lo que discrimina no es la familiaridad con la herramienta, sino **la reversibilidad del error**.

Una transferencia mal hecha no se deshace, y por eso la banca concentra el rechazo. **La oportunidad para el sector asegurador** está en que su demanda no es menos automatización, sino **automatización con una persona accesible en el momento crítico**.

El respaldo humano como condición de entrada

¿Qué es lo que más te anima o animaría a hacer gestiones bancarias / de seguros / con la administración pública / comprar o hacer gestiones de retail de forma digital?

Sector	Usuarios	No usuarios
Banca	1,90%	18,10%
Retail	1,50%	8,70%
Administración pública	2,40%	9,60%
Seguros	2,60%	9,30%

Tabla 29

> EL ÚNICO ATRIBUTO QUE SE INVIERTE ENTRE USUARIOS Y NO USUARIOS

Prácticamente todos los impulsores puntúan más alto entre quienes ya utilizan el canal digital, lo que resulta esperable al tratarse de beneficios experimentados. **Saber que detrás del canal digital hay una persona atendiendo constituye la excepción sistemática en los cuatro sectores:** no supera el 2,6% entre usuarios y se sitúa entre el 8,7% y

el 18,1% entre no usuarios. Para el perfil no usuario no opera como una ventaja del canal, sino como la **condición que permitiría empezar a utilizarlo**. El resultado coincide con la cuarta posición del soporte accesible en el ejercicio MaxDiff y con el 49,0% de acuerdo registrado en la capacidad de resolver incidencias.

Tiempo por gestión y eficiencia relativa

¿Cuáles son las gestiones que realizas de manera digital (web o app) con tu banco / tu aseguradora / la administración pública / tiendas o comercios?

Gestión de referencia	Canal digital	Canal presencial	Ahorro	Multiplicador
Transferencia bancaria	9,1 min	48,5 min	39,4 min	×5,3
Parte de siniestro	25,6 min	64,3 min	38,7 min	×2,5
Cita previa con la Administración	27,9 min	65,9 min	38 min	×2,4
Compra de supermercado	37,1 min	69,7 min	32,6 min	×1,9

Tabla 30

Estimación calculada sobre el punto medio de cada intervalo de respuesta, asignando cuatro horas al tramo superior abierto. Los valores deben interpretarse como órdenes de magnitud comparables entre sí y no como mediciones exactas.

> EL AHORRO ABSOLUTO ES CONSTANTE Y EL RELATIVO NO

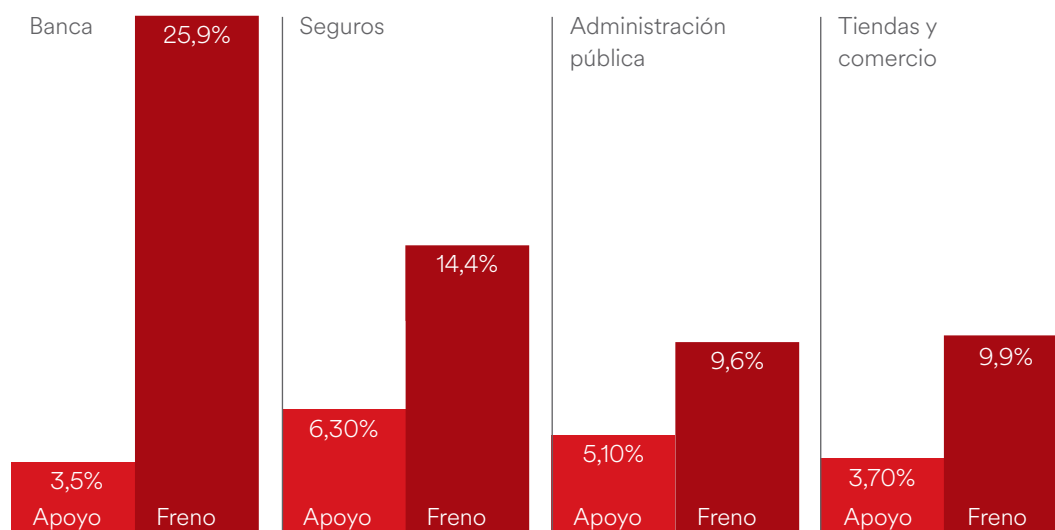
El tiempo que se ahorra por gestión resulta estable entre sectores, situado siempre entre 33 y 40 minutos, porque el canal presencial exige una dedicación similar en todos los casos, entre 49 y 70 minutos. Lo que varía es la duración de la propia gestión digital, que va de los 9 minutos de una transferencia bancaria a los 37 minutos de una compra de super-

mercado. El multiplicador de eficiencia oscila en consecuencia entre 5,3 y 1,9. La banca, sector de mayor recurrencia, es también aquel en el que la gestión digital resulta más rápida en términos absolutos, lo que **refuerza la relación entre frecuencia de uso y fricción percibida** que plantea la hipótesis del estudio.

La IA se percibe distinta según lo que hay en juego en cada gestión

Banca es el sector con más desconfianza hacia el asistente virtual (25,9%) y, a la vez, el que menos lo menciona como apoyo (3,5%). **Seguros muestra el patrón inverso: es el sector donde más se valora la IA como ayuda (6,3%)** y donde la desconfianza cae a casi la mitad que en banca (14,4%).

IA como apoyo o freno en la gestión digital



La diferencia no está en la confianza hacia la tecnología en sí, sino en lo que arriesga cada gestión: en banca casi cualquier interacción implica mover dinero de forma irreversible, mientras que en seguros las gestiones más digitalizadas son de naturaleza informativa (consultar la póliza, dar un parte), no económica. **La IA se acepta mejor cuanto menor es el coste de un posible error.**

04/

Lo que todavía nos frena

4.1/ Qué buscamos en una buena experiencia digital

Al elegir entre dieciséis atributos posibles, **los tres primeros puestos hablan de lo mismo:**

1. Saber que nadie puede operar en mis cuentas o datos sin verificar mi identidad. 47 puntos en **el best-worst score***
2. Que la entidad avise si detecta algún problema en mi cuenta o gestión. 27 puntos en **el best-worst score***
3. Que se mantenga la confidencialidad de mi información durante la gestión. 24 puntos en **el best-worst score***

La rapidez, la comodidad y la disponibilidad permanente quedan por detrás.

> LA SEGURIDAD COMO EL ATRIBUTO MÁS DESEADO - ÓPTICA CONDUCTUAL

La comodidad no queda por detrás porque no importe, sino porque ya se da por hecha, lo que funciona bien se vuelve invisible. La seguridad, en cambio, no

compite con las demás ventajas, es condición previa a todas ellas. **La oportunidad está en comunicarla como argumento comercial y propuesta de valor.**

En el **extremo opuesto del mismo ejercicio se sitúan tres mejoras que la población no considera prioritarias:**

14. Recibir la misma información sin importar el canal utilizado. -18 puntos en **el best-worst score***
15. Continuar una gestión iniciada en otro momento sin repetir mi información. -20 puntos en **el best-worst score***

*El **best-worst score** calcula la cantidad de veces que el ítem fue seleccionado como el más relevante (**best**) menos la cantidad de veces que fue seleccionado como el menos relevante (**worst**), dividido la cantidad de apariciones. La escala va de -100 a 100. Interpretación: Valores cercanos a 100 significan que el ítem fue seleccionado muchas veces como el más relevante y muy pocas veces como el menos relevante. Valores cercanos a -100 significan que fue seleccionado pocas veces como el más relevante y muchas veces como el menos relevante.

16. Continuar una gestión iniciada en otro canal sin repetir mi información. Es el último de los dieciséis atributos. -26 puntos en *el best-worst score**

Prioridades declaradas mediante MaxDiff

El ejercicio **MaxDiff obliga al entrevistado a seleccionar, dentro de cada bloque de atributos, el más importante y el menos importante**. A diferencia de una escala de valoración, en la que la mayoría de los enunciados tiende a obtener puntuaciones elevadas, este **método fuerza una elección excluyente y permite establecer una jerarquía real de prioridades**.

> CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO

El diseño aplicado distribuye dieciséis atributos en doce bloques de cuatro, aleatorizados en ocho versiones distintas del cuestionario. **Cada atributo aparece exactamente 4.752 veces, lo que suma 76.032 observaciones y confirma que ningún enunciado obtiene ventaja por su frecuencia de exposición.**

El ranking de atributos se ha calculado de dos formas: dando el mismo peso a

las 1.584 personas encuestadas, y aplicando la ponderación muestral por sexo, edad y comunidad autónoma. El resultado apenas cambia entre un método y otro: solo se intercambian las posiciones 12ª y 13ª, y el resto del orden se mantiene idéntico. La jerarquía de prioridades es, por tanto, robusta y no depende de cómo se agreguen las respuestas.

Score best-worst normalizado sobre el número de apariciones de cada atributo. Base: 1.584 entrevistas.

Jerarquía de prioridades

Los extremos del ranking son los que aportan la lectura más relevante, y ambos se concentran en un único bloque temático

Prioridad	Atributos que la componen	Agrupación
↑ Top 3	Saber que nadie puede operar en mis cuentas/ datos sin mi verificación de identidad	Confianza y seguridad
↑ Top 3	Que la entidad me avise si detecta algún problema en mi cuenta o gestión	Confianza y seguridad
↑ Top 3	Mantener la confidencialidad de mi información personal durante la gestión	Confianza y seguridad
↓ Bottom 3	Recibir la misma información sin importar el canal utilizado	Continuidad y omnicanalidad
↓ Bottom 3	Continuar una gestión iniciada en otro momento sin repetir mi información	Continuidad y omnicanalidad
↓ Bottom 3	Continuar una gestión iniciada en otro canal sin repetir mi información	Continuidad y omnicanalidad

Tabla 22. La jerarquía completa de los 16 atributos, con su puntuación, se recoge en el anexo.

> LA SEGURIDAD ENCABEZA LA JERARQUÍA CON AMPLIO MARGEN

El enunciado “saber que nadie puede operar en mis cuentas o datos sin mi verificación de identidad” obtiene un score normalizado del **46,8, un 73% superior al del segundo atributo**. Los tres pri-

meros puestos corresponden además al mismo concepto, ya que el aviso proactivo ante incidencias y la confidencialidad de la información completan la agrupación de confianza.

Atributos de umbral frente a atributos diferenciales

El **resultado más contraintuitivo es la posición que ocupan varios atributos que en la práctica sí generan fricción; la facilidad de acceso a la cuenta** obtiene un score del -13,5, **la posibilidad de resolver sin instalar una aplicación** del -17,5 y **la disponibilidad a cualquier hora** del -17,4. **La aparente contradicción se explica por la naturaleza de estos elementos, que funcionan como umbral mínimo y no como propuesta de valor.** Cuando operan correctamente resultan invisibles y ninguna persona los elige como lo más importante, pero cuando fallan impiden completar la gestión.

Autonomía y respaldo humano

Los atributos situados en cuarta y quinta posición resultan complementarios. La población **valora resolver por sí misma sin necesidad de contactar con nadie ni acudir a un punto presencial**, con un score del 7,3, y valora al mismo tiempo que resulte sencillo contactar con un soporte si surge un problema en ese momento, con un 16,6. El soporte accesible obtiene por tanto más del doble de prioridad que la autonomía plena. **Este resultado coincide con el punto débil identificado en el bloque COM-B, donde el enunciado sobre resolución de fallos registra un 49,0% de acuerdo**, y con lo observado entre los no usuarios de banca digital, que señalan saber que detrás del canal digital hay una persona atendiendo como uno de sus principales incentivos, con un 18,1.

> LA CONFIANZA COMO CLAVE POR SOBRE LA COMODIDAD

La confianza aparece como una prioridad por encima de la comodidad. Esta se articula en tres elementos concretos y comunicables: la verificación de identidad, el aviso proactivo ante incidencias y la disponibilidad de soporte accesible

cuando algo falla. **El resultado contrasta con la orientación habitual de la inversión sectorial hacia la continuidad entre canales, que es precisamente el conjunto de atributos que la población sitúa en último lugar.**

4.2/ Los miedos y barreras que siguen presentes

La población tiene las ideas más claras de lo que suele suponerse, aunque persisten algunas creencias erróneas concentradas en torno a la seguridad y el riesgo.

Ya superados:

- > **88,2%** sabe que contratar un seguro o un producto financiero online no sale más caro que hacerlo en una oficina.
- > **83,8%** tiene claro que los canales digitales no son cosa exclusiva de los más jóvenes.
- > **80,1%** sabe que un fraude con tarjeta no obliga a asumir la pérdida.
- > **74,9%** rechaza la idea de que ante un problema en un canal digital nadie vaya a ayudarle.

Estos cuatro mitos giran en torno a una misma idea: la **percepción del riesgo digital supera al riesgo real**. La población teme el fraude y desconfía de los canales online, cuando los datos muestran tasas de fraude bajas, mayores garantías para el consumidor y una España por encima de la media europea en servicios públicos digitales.

- > **68,2%** cree que España está por debajo de la media europea en servicios públicos digitales. Sin embargo, según el informe de la Comisión Europea, España tiene una puntuación mayor a la media europea en servicios públicos digitales para ciudadanos.
- > **65,4%** considera probable sufrir un fraude en transacciones digitales, mientras que la frecuencia de esos casos es baja en la población española (según INCIBE)
- > **58,2%** cree que comprar o hacer trámites por internet es más arriesgado que hacerlo en persona. Sin embargo, el canal digital tiene más garantías para el consumidor que en canal presencial.
- > **41,7%** no da por seguros los canales digitales, pese a que la mayoría sí los considera seguros. Los canales digitales son seguros al estar sujetos a procesos de identificación y registran muy baja tasa de fraudes (INE)

> LA SEGURIDAD COMO EL ATRIBUTO MÁS DESEADO - ÓPTICA CONDUCTUAL

Saber no basta si no se recuerda en el momento de decidir. Un 80,1% conoce que está protegido ante un fraude con tarjeta y, aun así, dos de cada tres lo temen. Y no es un problema generacio-

nal, porque la percepción de inseguridad es casi idéntica en todas las edades. **La oportunidad está en mostrar la protección en el momento exacto de la operación.**

Mitos y verdades sobre la digitalización

El último apartado del **bloque somete a valoración diez creencias extendidas sobre los canales digitales**. El **entrevistado las califica como verdaderas o falsas, y cada enunciado se ha contrastado después con datos oficiales o de organismos de referencia** (INE, INCIBE, Banco de España, Comisión Europea, entre otros) para determinar si es realmente cierto o falso. Los **resultados muestran un consenso amplio y acertado en los enunciados de carácter más factual**, y una **polarización acusada**, con la creencia mayoritaria equivocada, **en algunos de los enunciados relativos a la seguridad y a la confianza** en el canal digital.

Sobre el uso de internet y los canales digitales (webs y apps) circulan muchas ideas. Para cada una de las siguientes frases, dinos si crees que es verdadera o falsa según tu propia opinión.

Enunciado	Verdadero	Falso
La mayoría confía en las opiniones de internet o de la IA antes de comprar	69,4%	30,6%
Los canales digitales son seguros	58,3%	41,7%
Comprar o hacer trámites por internet es más arriesgado que en persona	58,2%	41,8%
Las gestiones presenciales se reciben con mayor seriedad	50,9%	49,1%
Es poco probable sufrir un fraude en transacciones digitales	34,6%	65,4%
España está por encima de la media europea en servicios públicos digitales	31,8%	68,2%
Si hay un problema en un canal digital, nadie me va a ayudar	25,1%	74,9%
Ante el robo de datos de la tarjeta, siempre asumo yo la pérdida	19,9%	80,1%
Los canales digitales solo sirven para los más jóvenes	16,2%	83,8%
Contratar un seguro o producto financiero online sale más caro	11,8%	88,2%

Tabla 23

Los enunciados marcados en **rojo** son aquellos en los que la respuesta mayoritaria de la población no coincide con el dato real verificado. Los marcados en **verde** son aquellos en los que la mayoría acierta. En **amarillo** se señalan los casos en los que, aunque la mayoría acierta o el reparto es prácticamente un empate, el porcentaje que sostiene la creencia errónea resulta llamativamente alto.

Una seguridad admitida en abstracto y cuestionada en lo personal

Los tres primeros enunciados relativos a la seguridad describen una posición ambivalente. Un 58,3% considera que los canales digitales son seguros y, de forma prácticamente idéntica, un 58,2% afirma que comprar o realizar trámites por internet resulta más arriesgado que hacerlo en persona. Ambas afirmaciones conviven en la misma población. La distancia

se acentúa al pasar del plano general al personal: únicamente un 34,6% considera poco probable sufrir un fraude, lo que implica que **dos de cada tres personas perciben ese riesgo como real para sí mismas**.

Dos enunciados merecen una lectura aparte por lo ajustado de su reparto. En **“los canales digitales son seguros”**, aunque el **58,3% acierta**, un **41,7% sigue percibiéndolos como inseguros**. Y en **“las gestiones presenciales se reciben con mayor seriedad”**, el reparto es prácticamente un empate (50,9% frente a 49,1%), lo que **indica que la ventaja de credibilidad de lo presencial sobre lo digital**, aunque objetivamente falsa, sigue estando muy extendida.

> LA PREOCUPACIÓN POR EL FRAUDE NO AUMENTA CON LA EDAD

La percepción de riesgo de fraude sigue una distribución que no responde al patrón habitual. Quienes consideran poco probable sufrirlo son sobre todo las personas de **75 o más años (43,4%)** y las de 65 a 74 años (39,4%), junto con el tramo de 18 a 24 años (38,4%). Los por-

centajes más bajos, es decir, los perfiles más preocupados, corresponden a los tramos de **35 a 44 años (28,3%) y 45 a 54 años (29,2%)**. La distribución reproduce la ya observada en la confianza hacia la inteligencia artificial, donde la población adulta de mediana edad también adopta la posición más cautelosa.

Las creencias erróneas se concentran en la población joven

Los **tres enunciados con contenido factual comprobable presentan un consenso mayoritario en el conjunto de la población**, pero **ese consenso se debilita de forma acusada en el tramo de 18 a 24 años**. El caso más relevante para el sector asegurador es la creencia de que contratar un seguro o un producto financiero online resulta más caro que hacerlo en oficina: solo un 11,8% de la población la considera cierta, pero el porcentaje se eleva al 32,9% entre los más jóvenes, casi el triple de la media.

Sobre el uso de internet y los canales digitales (webs y apps) circulan muchas ideas. Para cada una de las siguientes frases, dinos si crees que es verdadera o falsa según tu propia opinión.

Enunciado considerado verdadero	Total	18 a 24	45 a 54	75 o más
Contratar un seguro o producto financiero online sale más caro	11,80%	32,90%	7,80%	8,50%
Los canales digitales solo sirven para los más jóvenes	16,20%	31,80%	13,50%	19,20%
Ante el robo de datos de la tarjeta, siempre asumo yo la pérdida	19,90%	27,70%	12,00%	19,80%

Tabla 24

La concentración de **las tres creencias erróneas en el mismo tramo de edad es un hallazgo relevante que va más allá de un solo enunciado: afecta también a la percepción de precio y a la protección ante el fraude con tarjeta**, no solo a la idea de que los

canales digitales son cosa de jóvenes. **La población de 18 a 24 años combina un uso intensivo de los canales digitales con un menor conocimiento de sus condiciones económicas y de las garantías asociadas**, lo que resulta coherente con la menor preferencia por el canal digital identificado en el bloque de contexto y con la mayor tendencia a confiar en la inteligencia artificial sin contrastar sus respuestas.

Percepción del soporte y de la posición de España

Un 25,1% de la población considera cierto que ante un problema en un canal digital no recibirá ayuda, porcentaje que **se eleva por encima del 29% en todos los tramos a partir de los 55 años, hasta alcanzar el 31,0% entre las personas de 75 o más**. Este resultado enlaza directamente con las dos secciones anteriores: coincide con el 49,0% de acuerdo registrado en la capacidad de resolver fallos y con la cuarta posición que ocupa el soporte accesible en el ejercicio MaxDiff.

El enunciado sobre la posición de España en servicios públicos digitales registra el resultado más llamativo del apartado: un 68,2% considera que el país no se sitúa por encima de la media europea. **Esta percepción contrasta con los datos recogidos en este mismo estudio**, que sitúan el uso de canales digitales para gestiones con la Administración pública en el 85,7% de la población. **La valoración que la ciudadanía hace del desempeño digital del sector público es por tanto sensiblemente más baja que su propio comportamiento declarado**.

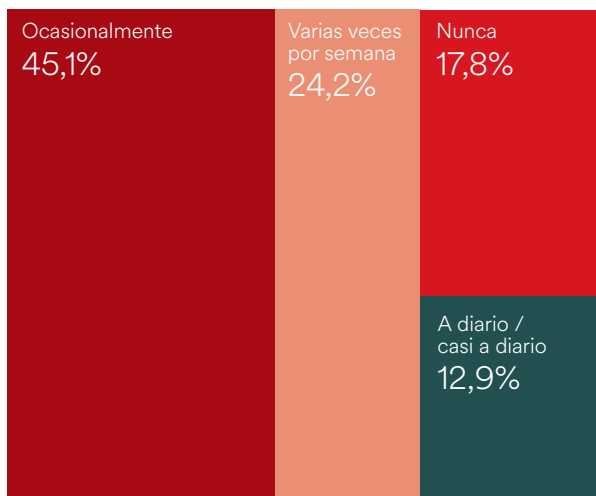
05/

La siguiente evolución de las gestiones

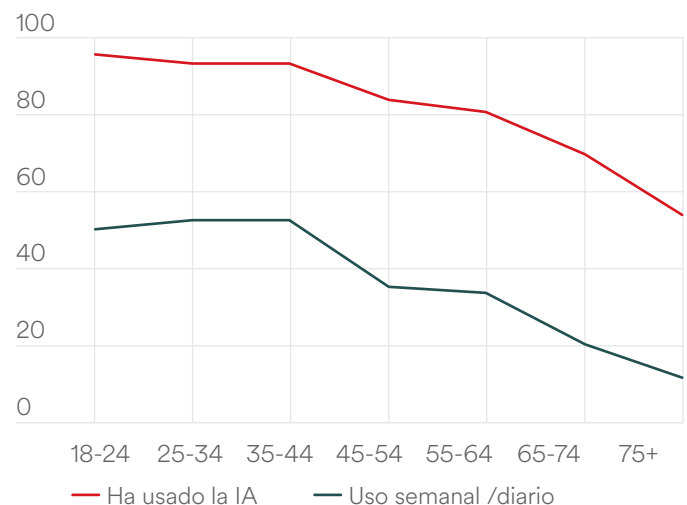
5.1/ La IA ya entra en nuestra vida cotidiana

Un **82,2% de los españoles ha utilizado alguna herramienta de inteligencia artificial**, aunque en **la mayoría de los casos de forma ocasional** (45,1%) y solo un 12,9% la usa a diario o casi a diario. **La adopción de la IA desciende de forma progresiva con la edad**, con una caída especialmente marcada a partir de los 45 años, mientras que el uso semanal o diario se mantiene relativamente estable entre los tramos más jóvenes antes de reducirse con más fuerza en los tramos de mayor edad.

Frecuencia de uso de herramientas de IA



Adopción de IA por edad



Lo interesante no es solo cuántos la usan, sino que **cada tramo de edad le ha encontrado una utilidad propia, ligada a su momento vital**: entre los 18 y los 24 años predomina el uso para el trabajo o los estudios (61,8%), mientras que, a partir de los 65 años, ya en la jubilación, se emplea casi por completo para el día a día (94,1%). **La IA no pierde terreno entre los mayores, solo cambia de función.**

> LA IA COMO ATAJO MENTAL - ÓPTICA CONDUCTUAL

Kahneman describe dos formas de pensar: un Sistema 1, rápido e intuitivo, y un Sistema 2, lento y costoso. La IA empieza a funcionar como un **“Sistema 3”**, una capa externa que compara, resume y propone por nosotros.

Como el esfuerzo mental tiene un coste, delegar resulta cada vez más cómodo. El riesgo es pasar de usarla como apoyo a dejar que piense en nuestro lugar, lo que se conoce como **cognitive surrender**. A ello se suma el **poder del experto**: una

respuesta rápida y bien presentada se percibe como autoridad y tiende a aceptarse sin comprobarla.

La confianza, sin embargo, depende de lo que hay en juego. Las personas aceptan el algoritmo en tareas que perciben como objetivas y lo frenan **cuando un error sería difícil de deshacer**. Por eso la relación con la IA se construye tarea a tarea, y por eso la población pide garantías para las decisiones de más riesgo

Uso de inteligencia artificial

El **uso de herramientas de inteligencia artificial está generalizado**: un 82,2% las ha utilizado en alguna ocasión, si bien el uso dominante es muy ocasional (45,1%). El no uso, que afecta al 17,8% de la población, se concentra en los tramos de mayor edad, con un 45,6% entre quienes tienen 75 o más años, y desciende hasta el 3,7% entre los 18 y los 24 años. El cruce de la frecuencia de uso con el tipo de uso declarado revela dos matices relevantes.

> LA CONFIANZA EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SE CONCENTRA EN LOS EXTREMOS DE EDAD

La proporción de personas que declara confiar en las respuestas de la inteligencia artificial sin contrastarlas no sigue una progresión lineal. **Alcanza el 24,1% entre los 18 y los 24 años y el 28,3% entre quienes tienen 75 o más años**, frente a

un mínimo situado entre el 14% y el 16% en los tramos intermedios. El perfil que verifica con mayor frecuencia la información obtenida corresponde a la población adulta de mediana edad.

Tipo de uso de la inteligencia artificial por tramo de edad

Pensando en cómo usas la IA normalmente, ¿con cuál de las siguientes frases te identificas más?

Edad	Sobre todo trabajo o estudios	Sobre todo día a día	Confía sin contrastar
18 a 24	61,80%	17,80%	24,10%
25 a 34	46,30%	35,70%	14,50%
35 a 44	41,80%	43,40%	16,90%
45 a 54	35,60%	47,50%	14,30%
55 a 64	23,00%	65,00%	16,10%
65 a 74	4,80%	94,10%	24,00%
75 o más	2,80%	94,80%	28,30%

Tabla 34

> LA FUNCIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SE ADAPTA AL MOMENTO DE CADA TRAMO DE EDAD

El destino del uso varía con la edad, y buena parte de esa variación responde al momento vital de cada tramo más que a una diferencia generacional en sí. Entre los 18 y los 24 años, en plena etapa de estudios o primeros años de vida laboral, predomina la aplicación al trabajo o los estudios (61,8%). A partir

de los 65 años, coincidiendo con la edad de jubilación, el uso se concentra casi por completo en el día a día (94,1% y 94,8%). La inteligencia artificial no pierde terreno entre la población mayor, simplemente cambia de función, de herramienta de productividad a asistente cotidiano.

5.2/ Una tecnología que se acepta, pero con condiciones

La opción mayoritaria, con un 37,4%, considera que la IA ofrece grandes ventajas pero que necesita una regulación clara y mecanismos de control adecuados. No hay rechazo al desarrollo tecnológico, sino una demanda razonada de que avance con garantías, especialmente cuando pueda afectar a decisiones que importan.

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones está más de acuerdo respecto al desarrollo de la Inteligencia Artificial?

Afirmación	Total
Ofrece ventajas pero necesita regulación y control	37,4%
Preocupa que se use para manipular o perjudicar	22,7%
Hay ámbitos donde no debería sustituir a las personas	16,6%
Lo esencial es la transparencia sobre quién está detrás	9,1%
Debería desarrollarse libremente si aporta beneficios	7,3%
No tengo una opinión formada	7,0%

Tabla 10

5.2 Posición ante el desarrollo de la inteligencia artificial

La visión sobre el desarrollo de la inteligencia artificial es favorable, pero con algunos matices. **La opción mayoritaria, con un 37,4%, considera que ofrece grandes ventajas, aunque necesita una regulación clara y mecanismos de control adecuados**, tanto por parte de las empresas como de los gobiernos. Le sigue la preocupación por su posible uso para manipular, influir o perjudicar a las personas, con un 22,7%, y la consideración de que existen ámbitos en los que no debería sustituir nunca las decisiones humanas, con un 16,6%. Solo un 7,3% defiende un desarrollo sin restricciones y un 7,0% no tiene una opinión formada.

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones está más de acuerdo respecto al desarrollo de la Inteligencia Artificial?

Afirmación	Total	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 a 74	+ 75
Ofrece ventajas pero necesita regulación y control	37,40%	40,60%	37,20%	44,50%	39,70%	38,50%	36,20%	22,20%
Preocupa que se use para manipular o perjudicar	22,70%	17,70%	15,40%	14,80%	22,30%	28,60%	26,00%	33,30%
Hay ámbitos donde no debería sustituir a las personas	16,60%	8,90%	15,00%	14,80%	18,20%	18,40%	15,00%	22,80%
Lo esencial es la transparencia sobre quién está detrás	9,10%	14,40%	7,80%	12,20%	8,70%	7,30%	5,90%	8,70%
Debería desarrollarse libremente si aporta beneficios	7,30%	10,10%	17,00%	8,70%	4,70%	4,80%	5,00%	2,80%
No tengo una opinión formada	7,00%	8,20%	7,60%	5,10%	6,30%	2,40%	11,90%	10,00%

Tabla 35

> LA DEMANDA DE CONTROL CAMBIA DE FORMA SEGÚN LA EDAD

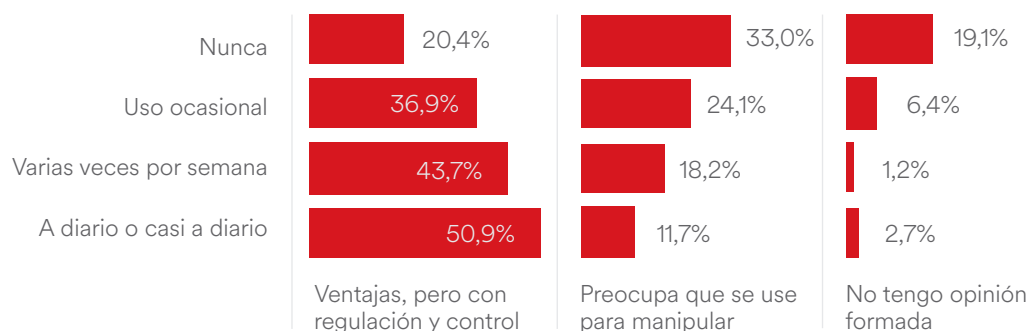
La petición de regulación es mayoritaria en todos los tramos salvo en el de 75 o más años, donde cae al **22,2%** y es superada por la preocupación ante un uso perjudicial, que alcanza el **33,3%**. Esa preocupación crece de forma sostenida con la edad, desde el 14,8% del tramo de

35 a 44 años. En el extremo opuesto, la defensa de un desarrollo libre se concentra en el tramo de **25 a 34 años, con un 17,0%**, más del doble del valor general. La población más joven pide transparencia y la mayor pide límites, dos formas distintas de reclamar control.

Quien más usa la IA es quien más pide regularla

Los españoles que más usan la Inteligencia Artificial son también los que con más claridad piden que se regule. Conocerla no reduce la exigencia de garantías, la vuelve más informada.

Cuanto más se usa la IA, más se pide regulación y menos se teme



Posición ante el desarrollo de la inteligencia artificial (P35) según frecuencia de uso.

Pedir ventajas con regulación y control pasa del 20,4% entre quienes nunca han usado IA al 50,9% entre quienes la usan a diario. En paralelo, la **preocupación de que se use para manipular cae del 33,0% al 11,7%**, y quienes no tienen opinión formada pasan del 19,1% al 2,7%. El uso no genera permisividad: transforma un deseo genérico en una demanda concreta de reglas.

> ÓPTICA CONDUCTUAL – PODER DEL EXPERTO

Las personas **tendemos a confiar más en aquello que percibimos como una fuente de autoridad o conocimiento.**

La IA puede adquirir ese papel porque responde rápido, maneja mucha información y presenta sus respuestas de forma convincente. Esto puede hacer que aceptemos una recomendación no

porque la hayamos comprobado, sino porque “la IA lo dice”.

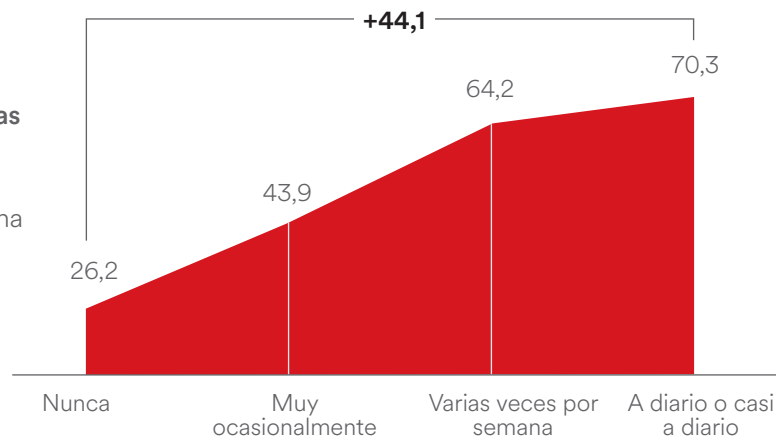
Desde una óptica conductual, **la IA puede convertirse así en un nuevo atajo mental para tomar decisiones.** Sin embargo, **para que siga sintiéndose como autoridad, es necesaria una regulación adecuada.**

5.3/ Cuando la IA ayuda a resolver problemas

Al realizar un **análisis entre el uso de la IA vs qué tan capaces se sienten para resolver incidencias** se descubre que el 49,0% que declara saber resolver una incidencia digital esconde una diferencia muy marcada: **va del 26,2% entre quienes nunca han usado IA al 70,3% entre quienes la usan a diario.**

A mayor frecuencia de uso de IA, mayor capacidad declarada para resolver incidencias digitales

Declara saber resolver una incidencia digital (%)



> ÓPTICA CONDUCTUAL – LA IA ¿NOS HACE MÁS CAPACES O MÁS DEPENDIENTES?

La IA puede convertirse en un “Sistema 3”. Desde la Economía Conductual, Daniel Kahneman explica que utilizamos dos formas de pensar: un Sistema 1, rápido y automático, y un Sistema 2, más lento y reflexivo, que requiere mayor esfuerzo mental.

La IA **puede funcionar como una tercera capa externa de razonamiento**: analiza información, compara opciones y nos ayuda a llegar a una decisión sin que tengamos que hacer todo ese esfuerzo nosotros mismos.

Esto puede hacernos sentir más capaces, como muestran nuestros resultados:

quienes utilizan IA a diario declaran una mayor capacidad para resolver incidencias en gestiones digitales pero aparece una pregunta conductual: **¿somos más capaces porque aprendemos a resolver los problemas o porque aprendemos a delegarlos?**

Aquí aparece el concepto de **cognitive surrender**: el riesgo de pasar de usar la IA como apoyo a dejar que piense por nosotros. Como el esfuerzo cognitivo tiene un coste, cuanto más fácil sea delegarlo, mayor puede ser nuestra tendencia a hacerlo.

06/ Cómo imaginamos las gestiones del futuro

El futuro que esperan para la digitalización es práctico

Un **69,4% da por hecho que sus gestiones se digitalizarán todavía más**, y lo que imaginan no es ciencia ficción: llevar toda la documentación en formato digital (53,3%), pagar desde el móvil sin tarjeta ni efectivo (43,2%) e identificarse con la cara, la voz o la huella (40,5%). **La realidad virtual y los asistentes personales quedan muy por detrás.**

De cara a los próximos años, ¿qué crees que se digitalizará aún más en tu día a día?
Selecciona todas las que apliquen.

Ámbito	Total
Tener todos los documentos en formato digital	53,3%
Pagar y cobrar sin tarjeta ni efectivo	43,2%
Identificarse sin contraseñas, con cara, voz o huella	40,5%
Resolver gestiones hablando con una IA	28,4%
Hacerlo todo desde un único sitio o aplicación	26,9%
Recibir avisos que se anticipen a lo que se necesita	23,5%
Hacer gestiones por voz, en lenguaje natural	21,2%
Contar con una IA personal que gestione por uno mismo	18,1%
Hacer gestiones mediante realidad virtual o aumentada	17,6%

Tabla 1

Deseo de mayor digitalización

La predisposición hacia una mayor digitalización es sensiblemente más moderada que la expectativa. Un 22,8% afirma que le gustaría bastante y un 7,1% que le gustaría mucho, lo que suma un 29,9%. En sentido contrario, un 30,5% muestra una posición contraria y un 39,5% se declara indiferente, que es la respuesta mayoritaria. El resultado refleja una distancia relevante entre lo que la población espera que ocurra y lo que realmente desea.

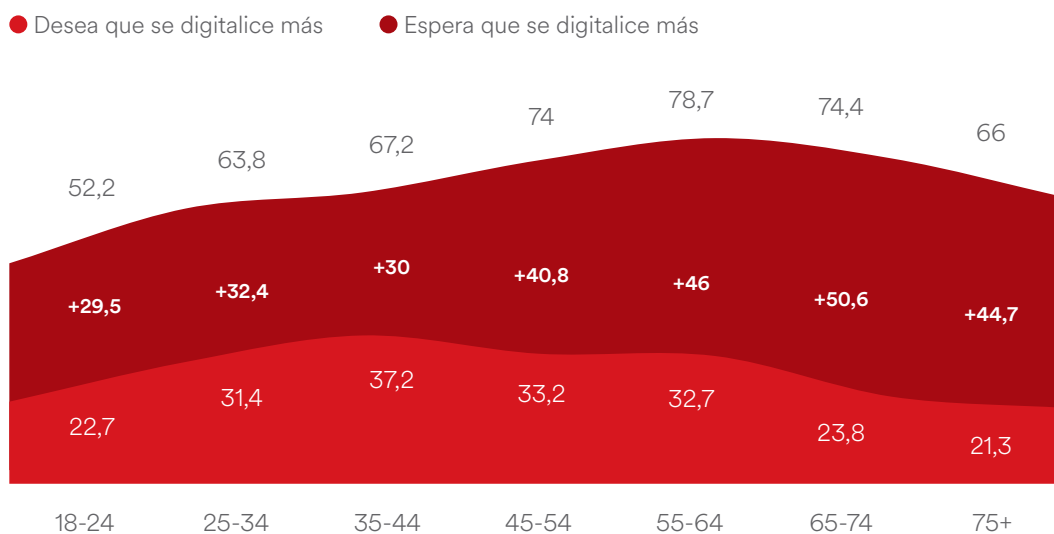
Del 1 al 5, ¿en qué medida te gustaría que tus gestiones se digitalicen aún más en los próximos años?

Respuesta	Total	Hombre	Mujer
No me gustaría nada	12,70%	9,90%	15,30%
Me gustaría poco	17,80%	14,30%	21,20%
Me es indiferente	39,50%	42,40%	36,90%
Me gustaría bastante	22,80%	24,10%	21,60%
Me gustaría mucho	7,10%	9,30%	5,10%
Desea mayor digitalización	29,90%	33,40%	26,70%

Tabla 32

Expectativa frente a deseo de mayor digitalización, por tramo de edad

En rojo, la distancia entre lo que se espera que ocurra y lo que se desea que ocurra



Expectativa: "probablemente sí" y "seguro que sí". Deseo: "me gustaría bastante" y "me gustaría mucho". Base: 1.584 entrevistas.

> LA DISTANCIA ENTRE EXPECTATIVA Y DESEO SE INCREMENTA CON LA EDAD

La brecha no es homogénea. Alcanza su valor mínimo en los tramos jóvenes, con 29,5 puntos entre los 18 y los 24 años y 30,0 puntos entre los 35 y los 44, y su máximo en el tramo de **65 a 74 años, con 50,6 puntos**. En ese grupo un 74,4% da por hecho que las gestiones se digitaliza-

rán más mientras solo un 23,8% lo desea. La población mayor es la más convencida de que el cambio se producirá y la menos partidaria de que ocurra, una combinación que describe una **aceptación resignada** más que un rechazo activo.

> DOS MATICES ADICIONALES EN EL DESEO

El deseo de mayor digitalización alcanza su máximo en el tramo de **35 a 44 años, con un 37,2%**, el mismo tramo que encabeza la preferencia por el canal digital en el bloque de contexto. Entre los 18 y los 24 años la respuesta dominante no es el rechazo sino la **indiferencia, con**

un 55,9%, la cifra más alta de todos los tramos. Por sexo, la diferencia es apreciable: un 33,4% de los hombres desea una mayor digitalización frente a un 26,7% de las mujeres, y el rechazo alcanza el 36,5% entre ellas frente al 24,2% entre ellos.

4.3 Ámbitos que se espera que se digitalicen

Al preguntar por los ámbitos concretos que se digitalizarán en el día a día, **las respuestas apuntan a un futuro más práctico que disruptivo**. Encabeza la lista disponer de toda la documentación en formato digital (53,3%), seguido de pagar y cobrar directamente desde el móvil u otros dispositivos (43,2%) y de identificarse mediante la cara, la voz o la huella sin contraseñas (40,5%). Las opciones de carácter más disruptivo quedan en último lugar: la realidad virtual o aumentada obtiene un 17,6% y disponer de una inteligencia artificial personal que gestione asuntos por cuenta propia un 18,1%.

De cara a los próximos años, ¿qué crees que se digitalizará aún más en tu día a día? Selecciona todas las que apliquen.

Ámbito	Total	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 a 74	+ 75
Tener todos los documentos en formato digital	53,30%	45,20%	46,30%	51,80%	55,60%	59,80%	55,80%	54,00%
Pagar y cobrar sin tarjeta ni efectivo	43,20%	31,60%	36,20%	41,80%	43,20%	50,20%	51,80%	43,10%
Identificarse sin contraseñas, con cara, voz o huella	40,50%	32,00%	31,00%	34,90%	40,60%	44,90%	54,10%	44,40%
Resolver gestiones hablando con una IA	28,40%	20,30%	27,70%	37,60%	24,10%	32,70%	28,00%	24,50%
Hacerlo todo desde un único sitio o aplicación	26,90%	31,10%	24,20%	22,60%	29,30%	25,00%	24,70%	33,50%
Recibir avisos que se anticipen a lo que se necesita	23,50%	20,30%	21,60%	24,30%	23,40%	26,60%	23,70%	22,40%
Hacer gestiones por voz, en lenguaje natural	21,20%	7,00%	17,30%	17,50%	21,60%	25,10%	28,60%	26,90%
Contar con una IA personal que gestione por uno mismo	18,10%	11,00%	22,30%	24,90%	19,10%	12,50%	17,20%	16,50%
Hacer gestiones mediante realidad virtual o aumentada	17,60%	28,40%	19,60%	17,00%	16,90%	11,70%	19,10%	16,00%

Tabla 33

> EL FUTURO QUE IMAGINA CADA GENERACIÓN ES DISTINTO

La comparación entre el tramo más joven y el de 65 a 74 años invierte el patrón esperado. Los mayores anticipan en mayor medida las tecnologías que ya están en marcha: la identificación biométrica alcanza el **54,1% entre los 65 y 74 años frente al 32,0% entre los 18 y 24**, el pago sin tarjeta el 51,8% frente al 31,6%

y las gestiones por voz el **28,6% frente a un 7,0%**. Los jóvenes, en cambio, son quienes más señalan la realidad virtual o aumentada, con un 28,4% frente al 11,7% del tramo de 55 a 64 años. La población mayor proyecta la consolidación de lo que ya existe y la joven imagina interfaces todavía por llegar.

07/

El mapa de las gestiones digitales en España

7.1/ El ahorro también depende del código postal

La media española de ahorro es de 37,8 minutos por gestión, aunque la cifra varía de forma notable entre territorios. **Canarias encabeza el ranking con 50,4, minutos, 12,6 más que la media nacional**, seguida de Cataluña (43,3 minutos, +5,5) y Aragón (42,8 minutos, +5,0). En el extremo opuesto se sitúan La Rioja (30,6 minutos, -7,2), el Principado de Asturias (28,0 minutos, -9,8) y **Galicia, que cierra la clasificación con 27,2 minutos, 10,6 por debajo de la media**.

Ahorro medio estimado por gestión (minutos en canal presencial menos minutos en canal digital), por comunidad autónoma.

Puesto	Comunidad autónoma	Ahorro de tiempo (min/gestión)	Diferencia vs. España (min)
1	Canarias	50,4	+12,6
2	Cataluña	43,3	+5,5
3	Aragón	42,8	+5
	Media España	37,8	
15	Rioja, La	30,2	-7,2
16	Asturias, Principado de	28,0	-9,8
17	Galicia	27,2	-10,6

Tabla 12

Al valorar económicamente el tiempo recuperado, la media española se sitúa en 178 euros al mes por persona. **Canarias vuelve a ocupar el primer puesto con 259 euros, 80 más que la media**, seguida de Cataluña (228 euros, +50) y la Comunitat Valenciana (200 euros, +21). En la parte baja aparecen Castilla y León (109 euros, -69), Galicia (103 euros, -76)

y el Principado de Asturias, que cierra la clasificación con 102 euros, 77 menos que la media. En términos anuales, un residente en Canarias ahorra unos 3.100 euros, **2,5 veces más** que uno en Asturias (unos 1.220 euros).

Ahorro económico mensual por persona derivado de realizar las gestiones por canal digital, por comunidad autónoma.

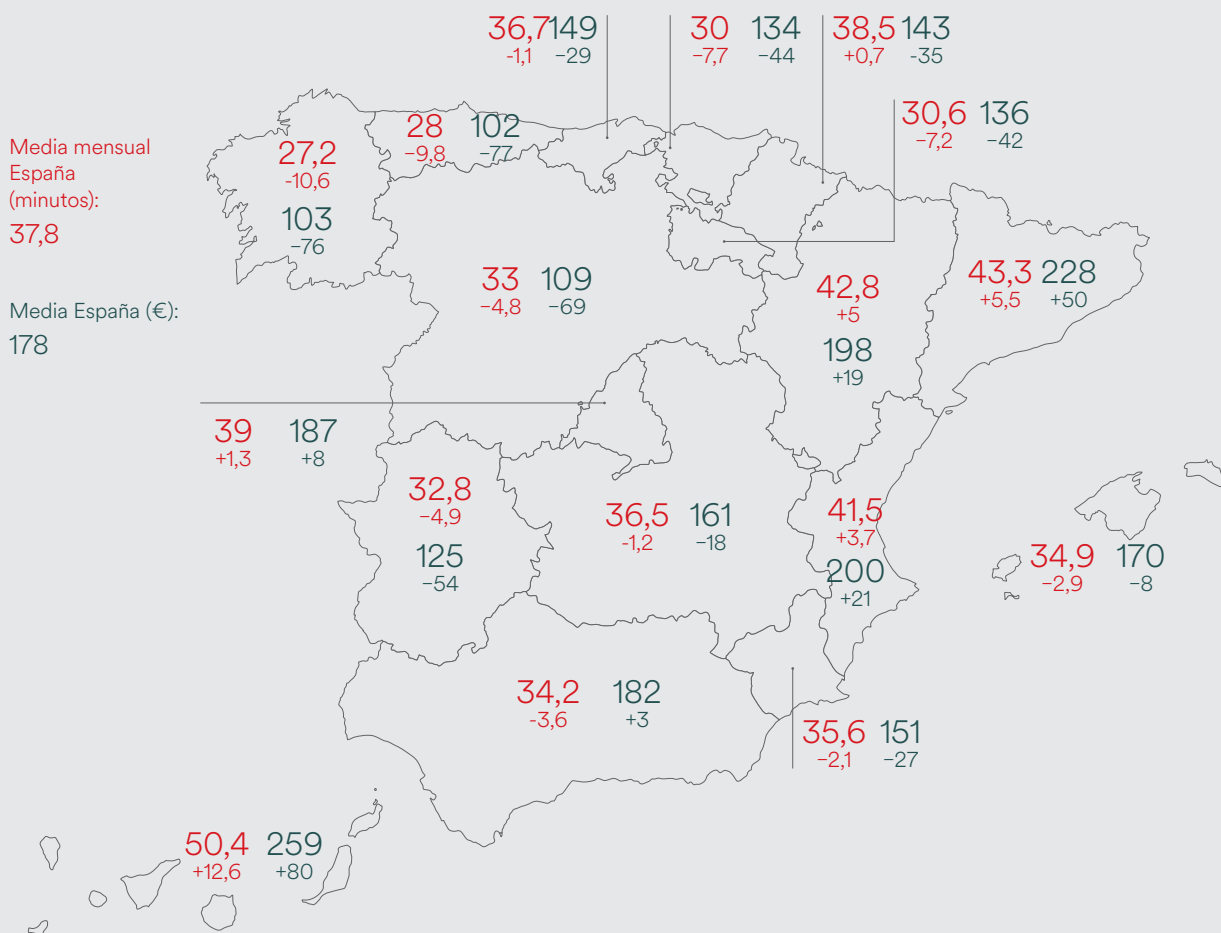
Puesto	Comunidad autónoma	Ahorro mensual (€/persona)	Diferencia vs. España (€)
1	Canarias	259	+80
2	Cataluña	228	+50
3	Comunitat Valenciana	200	+21
	Media España	178	
15	Castilla y León	109	-69
16	Galicia	103	-76
17	Asturias, Principado de	102	-77

Tabla 13

Nota metodológica: El ahorro económico combina los minutos ahorrados en cada gestión con el número de gestiones digitales que se realizan al mes/año, valorados a 12,1 euros por hora. Por eso la posición de una comunidad puede variar entre ambos rankings: un ahorro moderado por gestión puede traducirse en un ahorro mensual elevado cuando la frecuencia de uso es alta, y a la inversa.

Ahorro de tiempo y dinero (Ranking completo)

Ahorro mensual estimado por persona derivado de realizar las gestiones por canal digital, por comunidad autónoma.



Tablas 36 y 38

Ahorro anual estimado por persona derivado de realizar las gestiones por canal digital, por comunidad autónoma.

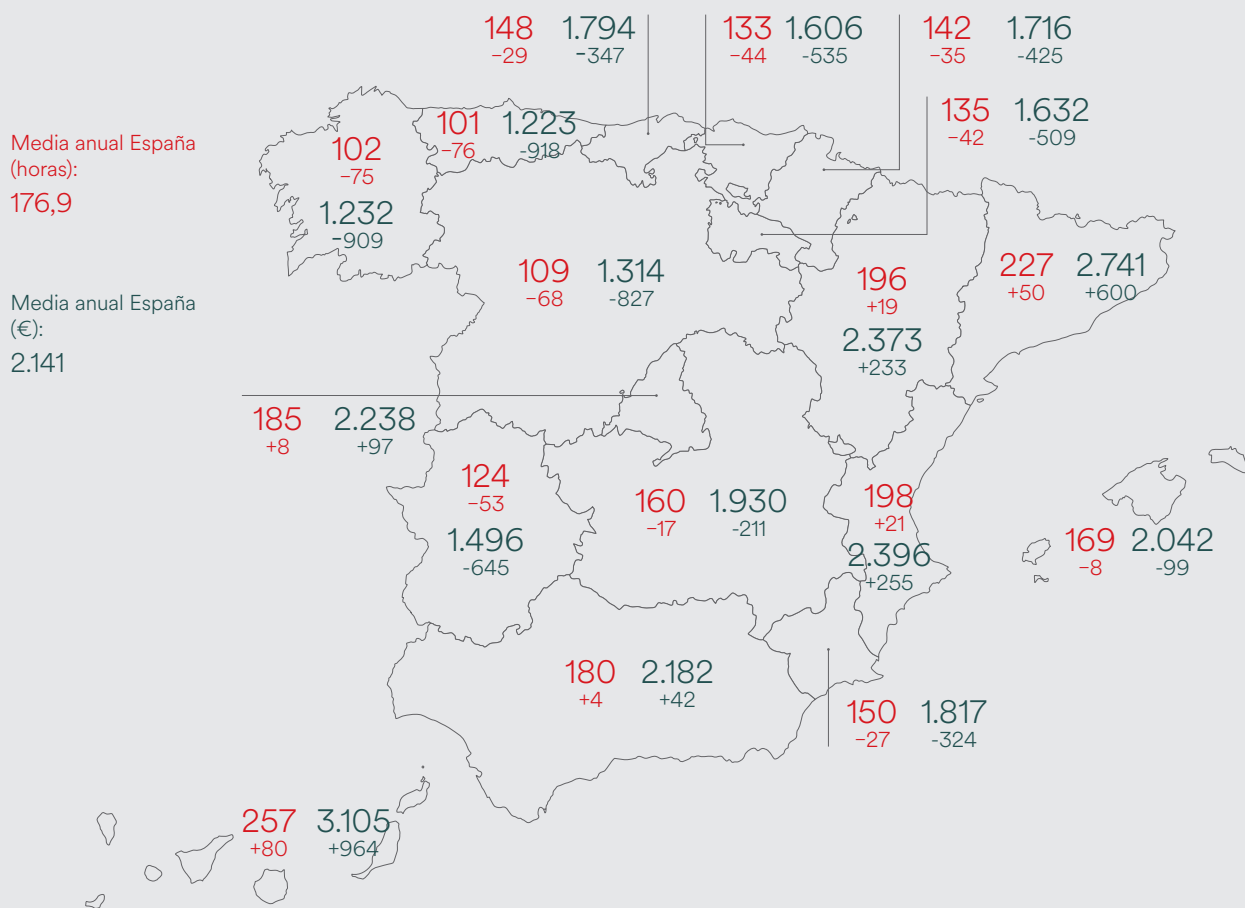


Tabla 39

7.2/ Radiografía autonómica

Andalucía: un uso frecuente del canal que rinde más al mes que por gestión

Andalucía se sitúa **cerca de la media nacional en la mayoría de indicadores**. Las diferencias aparecen en dos direcciones: por debajo en el ahorro de tiempo por gestión y por encima en adopción digital en seguros, uso de inteligencia artificial y deseo de más digitalización.

79,8%

gestiona su seguro en digital (+2,8 puntos frente a España)

182 €

de ahorro medio mensual por persona (+3 euros)

34,3%

desea más digitalización (+4,4 puntos)

Indicador	Andalucía	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,97	3,01	-0,04
Prefiere el canal digital	54,60%	57,70%	-3,1
Ha usado alguna herramienta de IA	84,90%	82,20%	+2,7
Confía en la IA sin contrastar	19,10%	18,30%	+0,8
Adopción digital en seguros	79,80%	77,00%	+2,8
Ahorro medio por gestión (min)	34,2	37,8	-3,6
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	15,0	14,7	+0,3
Ahorro económico por mes por persona (euros)	182	178	+3
Desea más digitalización	34,30%	29,90%	4,4

Tabla 40. Principales indicadores de Andalucía frente a la media nacional. Base Andalucía: 99 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,5 h	42,0 €
Mes	15,0 h	182 €
Año	180,4 h	2.182 €

Se realizan más gestiones digitales y se percibe un menor ahorro en cada una

Una persona residente en Andalucía ahorra 15,0 horas al mes, prácticamente lo mismo que la media nacional (14,7). Los dos factores se mueven en direcciones opuestas: se percibe un menor ahorro de tiempo por cada gestión que en el conjunto del país (34,2 minutos frente a 37,8), y el número de gestiones que se realizan por vía digital es de los más altos de la comparativa. El resultado mensual se sostiene, por tanto, en la frecuencia de uso, lo que encaja con una adopción digital en seguros y un deseo de más digitalización por encima de la media.

Menos ahorro en cada gestión y algo más de ahorro al final del mes

Una persona residente en Andalucía estima un ahorro de **34,2 minutos por gestión, 3,6 menos que la media nacional**, y aun así llega a los 182 euros mensuales, ligeramente por encima del dato español. El ahorro económico combina los minutos que se recuperan en cada gestión con la frecuencia con la que se realizan, de modo que la ventaja andaluza procede del volumen de uso. **El beneficio se acumula, por tanto, gestión a gestión** más que en cada una por separado.

La adopción digital en seguros queda por encima de la media

Un 79,8% gestiona su seguro por canal digital, frente al 77,0% nacional. El seguro es el sector con más recorrido en el conjunto de España, y en Andalucía aparece algo más asentado, en línea con un uso cotidiano que se mantiene próximo al del resto del país (2,97 frente a 3,01).

Más uso de inteligencia artificial con un nivel de verificación similar

El 84,9% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, frente al 82,2% nacional. La proporción que confía en sus respuestas sin contrastarlas es prácticamente la misma que en España (19,1% frente a 18,3%), de modo que **el mayor uso convive con un nivel de verificación equivalente**.

> UNA POBLACIÓN QUE USA EL CANAL Y PIDE MÁS

Andalucía **desea más que la media que sus gestiones se digitalicen aún más** (34,3% frente a 29,9%), mientras su preferencia declarada por el canal queda algo por debajo (54,6% frente a 57,7%).

Una lectura posible es que la demanda de avance nace del uso cotidiano más que de una disposición previa hacia el canal, lo que sitúa el margen de mejora en la experiencia de uso.

Con 99 entrevistas, el error muestral en Andalucía es de $\pm 9,8$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Andalucía.

Cataluña: una población que prefiere el canal digital y percibe más ahorro

Cataluña se sitúa **por encima de la media nacional en la mayoría de indicadores** de uso digital. La diferencia más clara está en la preferencia por el canal digital, y la única métrica que queda por debajo es el deseo de más digitalización.

69,1%

prefiere el canal digital
(+11,4 puntos frente a España)

43,3 min

de ahorro medio por gestión (+5,5 minutos)

87,6%

ha usado alguna herramienta de IA (+5,5 puntos)

Indicador	Cataluña	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	3,1	3,01	+0,09
Prefiere el canal digital	69,10%	57,70%	+11,4
Ha usado alguna herramienta de IA	87,60%	82,20%	+5,5
Confía en la IA sin contrastar	17,60%	18,30%	-0,7
Adopción digital en seguros	79,40%	77,00%	+2,4
Ahorro medio por gestión (min)	43,3	37,8	+5,5
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	18,9	14,7	+4,1
Ahorro económico por mes por persona (euros)	228	178	+50
Desea más digitalización	26,80%	29,90%	-3,1

Tabla 42. Principales indicadores de Cataluña frente a la media nacional. Base Cataluña: 97 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	4,4 h	52,8 €
Mes	18,9 h	228 €
Año	226,5 h	2.741 €

Se percibe un mayor ahorro en cada gestión y se realizan algo más de gestiones

Una persona residente en Cataluña ahorra 18,9 horas al mes, 4,1 más que la media nacional, el segundo valor de la comparativa. La ventaja procede sobre todo de que se percibe un mayor ahorro de tiempo por cada gestión (43,3 minutos frente a 37,8), y un número de gestiones digitales algo superior a la media la amplía. La preferencia por el canal digital más alta de las diecisiete comunidades acompaña ese mayor ahorro percibido, en línea con lo observado en el apartado 2.2.

Siete de cada diez catalanes prefieren resolver sus gestiones por vía digital

Un 69,1% prefiere el canal digital de forma general o siempre, **11,4 puntos por encima de la media nacional** (57,7%). Es la diferencia más amplia de la comparativa y la única que supera con claridad el margen de error de la muestra autonómica. El uso cotidiano (3,10 frente a 3,01) y la adopción digital en seguros (79,4% frente a 77,0%) quedan muy próximos a los del conjunto de España. La ventaja catalana está, por tanto, **en la disposición hacia el canal** más que en la frecuencia con la que se usa.

El ahorro percibido supera la media en los cuatro sectores

Una persona residente en Cataluña estima un ahorro medio de 43,3 minutos por gestión, 5,5 más que la media nacional. La ventaja aparece en los cuatro sectores y **se amplía en tiendas y comercios**, donde el ahorro percibido alcanza 44,1 minutos frente a 32,6. Esto encaja con lo observado en el apartado 2.2: el beneficio percibido crece con la relación previa con el canal, y una población con más preferencia digital tiende a valorar más el tiempo que ahorra.

Más uso de inteligencia artificial con un nivel de verificación similar

El 87,6% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, frente al 82,2% nacional. La proporción que confía en sus respuestas sin contrastarlas es parecida a la de España (17,6% frente a 18,3%), de modo que **el mayor uso convive con un nivel de verificación equivalente**.

> MÁS PREFERENCIA DIGITAL Y ALGO MENOS DESEO DE AVANCE

Cataluña prefiere más el canal digital y, al mismo tiempo, **desea algo menos que la media que sus gestiones se digitalicen aún más** (26,8% frente a 29,9%). Una lectura posible es que, con un nivel de digitalización ya alto, parte de

la población percibe que el canal cubre sus necesidades actuales. La diferencia queda dentro del margen de error, así que conviene tratarla como **una señal a confirmar**.

Con 97 entrevistas, el error muestral en Cataluña es de $\pm 10,0$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Cataluña.

Comunidad de Madrid: un uso intenso que llega con fuerza al seguro

La Comunidad de Madrid queda **por encima de la media nacional en uso, ahorro y adopción digital en seguros**, con una preferencia declarada por el canal prácticamente idéntica a la del conjunto del país. La diferencia más clara está en el seguro.

83,3%

gestiona su seguro en digital (+6,3 puntos frente a España)

3,12

de índice de uso digital cotidiano (+0,11)

187 €

de ahorro medio mensual por persona (+8 euros)

Indicador	Madrid	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	3,12	3,01	+0,11
Prefiere el canal digital	57,3%	57,7%	-0,4
Ha usado alguna herramienta de IA	79,2%	82,2%	-3,0
Confía en la IA sin contrastar	15,8%	18,3%	-2,5
Adopción digital en seguros	83,3%	77,0%	+6,3
Ahorro medio por gestión (min)	39	37,8	+1,3
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	15,4	14,7	+0,7
Ahorro económico por mes por persona (euros)	187	178	+8
Desea más digitalización	35,4%	29,9%	+5,5

Tabla 44. Principales indicadores de la Comunidad de Madrid frente a la media nacional. Base Madrid: 96 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,6 h	43,1 €
Mes	15,4 h	187 €
Año	185,0 h	2.238 €

Una ventaja moderada que nace del ahorro percibido en cada gestión

Una persona residente en la Comunidad de Madrid ahorra 15,4 horas al mes, 0,7 más que la media nacional. La diferencia procede de que se percibe un ahorro de tiempo algo mayor por cada gestión (39 minutos frente a 37,8), mientras el número de gestiones que se realizan por vía digital se sitúa en línea con el del conjunto del país. La ventaja mensual madrileña se explica, por tanto, por el ahorro percibido en cada gestión.

El seguro es el terreno donde más se despega de la media

Un **83,3% gestiona su seguro por canal digital, 6,3 puntos por encima del dato nacional (77,0%)**. Es la diferencia más amplia de la comparativa madrileña y también el valor más alto de las diecisiete comunidades. En una comunidad cuya preferencia declarada por el canal coincide con la media (57,3% frente a 57,7%), **el seguro aparece como el sector donde el canal digital está más integrado en la rutina**.

El uso cotidiano y el ahorro acompañan esa integración

El índice de uso digital cotidiano alcanza 3,12 frente al 3,01 nacional, y el ahorro percibido llega a 39 minutos por gestión y 187 euros al mes por persona, 8 más que la media. La ventaja madrileña está, por tanto, en la **presencia del canal en el día a día, con una preferencia declarada igual a la del conjunto del país.**

Menos uso de inteligencia artificial y algo más de verificación

El 79,2% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 3,0 puntos por debajo del dato nacional, y un 15,8% confía en sus respuestas sin contrastarlas, frente al 18,3% de España. La herramienta llega a algo menos de población y quienes la utilizan la comprueban algo más.

> MÁS USO Y MÁS DEMANDA DE AVANCE

Madrid combina niveles de uso altos con un **deseo de más digitalización por encima de la media** (35,4% frente a 29,9%). Una lectura posible es que

la familiaridad con el canal alimenta la expectativa de que llegue a más ámbitos, de modo que el avance digital genera demanda de más avance.

Con 96 entrevistas, el error muestral en la Comunidad de Madrid es de $\pm 10,0$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Madrid.

Comunitat Valenciana: preferencia alta por el canal y respuestas de la IA más comprobadas

La Comunitat Valenciana supera la media nacional **en preferencia por el canal digital, uso cotidiano y ahorro percibido**. En inteligencia artificial, el uso se mueve cerca del dato español y la comprobación de las respuestas es mayor.

63,9%

prefiere el canal digital
(+6,2 puntos frente a
España)

41,5 min

de ahorro medio por ges-
tión (+3,7 minutos)

12,2%

confía en la IA sin contras-
tar (-6,1 puntos)

Indicador	Comunitat Valenciana	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	3,12	3,01	+0,11
Prefiere el canal digital	63,90%	57,70%	+6,2
Ha usado alguna herramienta de IA	84,50%	82,20%	+2,3
Confía en la IA sin contrastar	12,20%	18,30%	-6,1
Adopción digital en seguros	76,30%	77,00%	-0,7
Ahorro medio por gestión (min)	41,5	37,8	+3,7
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	16,5	14,7	+1,8
Ahorro económico por mes por persona (euros)	200	178	+21
Desea más digitalización	33,0%	29,9%	+3,1

Tabla 46. Principales indicadores de la Comunitat Valenciana frente a la media nacional. Base Comunitat Valenciana: 97 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,8 h	46,1 €
Mes	16,5 h	200 €
Año	198,0 h	2.396 €

El mayor ahorro percibido en cada gestión marca la ventaja mensual

Una persona residente en la Comunitat Valenciana ahorra 16,5 horas al mes, 1,8 más que la media nacional. La ventaja procede de que se percibe un mayor ahorro de tiempo por cada gestión (41,5 minutos frente a 37,8), con un número de gestiones digitales similar al del conjunto del país. Una preferencia por el canal por encima de la media acompaña ese mayor ahorro percibido, tal como describe el apartado 2.2.

Seis de cada diez prefieren resolver sus gestiones por vía digital

Un **63,9% prefiere el canal digital de forma general o siempre, 6,2 puntos por encima de la media nacional** (57,7%). El índice de uso cotidiano acompaña esa disposición (3,12 frente a 3,01), mientras la adopción digital en seguros se mantiene en línea con la del conjunto de España (76,3% frente a 77,0%). **Disposición y frecuencia avanzan aquí en paralelo.**

El ahorro percibido supera la media nacional

Ahorro medio estimado por gestión (minutos en canal presencial menos minutos en canal digital), Comunitat Valenciana frente a España.

El ahorro estimado alcanza **41,5 minutos por gestión, 3,7 más que la media**, y se traduce en 200 euros al mes por persona, 21 por encima del dato español. Esto encaja con lo observado en el apartado 2.2: el beneficio percibido crece con la relación previa con el canal, y una población con más preferencia digital tiende a valorar más el tiempo que ahorra.

Un uso de la inteligencia artificial próximo a la media y más comprobado

El 84,5% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, un dato cercano al 82,2% nacional. La diferencia aparece en el modo de usarla: solo un **12,2% confía en sus respuestas sin contrastarlas**, frente al 18,3% de España.

> UN CANAL ASENTADO Y UNA IA QUE SE COMPRUEBA

La comunidad combina **una preferencia alta por el canal digital con el hábito de contrastar lo que responde la inteligencia artificial**. Una lectura posible es que la experiencia con las herramientas

digitales ayuda a calibrar hasta dónde llega su fiabilidad, de modo que el uso frecuente y la verificación se refuerzan entre sí.

Con 97 entrevistas, el error muestral en la Comunitat Valenciana es de $\pm 10,0$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a la Comunitat Valenciana.

Galicia: el canal está presente y el beneficio percibido es menor

Galicia queda **por debajo de la media nacional en el conjunto de indicadores**, con las distancias más marcadas en el ahorro percibido y en el deseo de más digitalización. Aun así, la mitad de la población prefiere el canal digital y dos de cada tres gestionan su seguro en digital.

50,0%

prefiere el canal digital
(-7,7 puntos frente a España)

27,2 min

de ahorro medio por gestión (-10,6 minutos)

66,0%

gestiona su seguro en digital (-11,0 puntos)

Indicador	Galicia	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,86	3,01	-0,15
Prefiere el canal digital	50,0%	57,7%	-7,7
Ha usado alguna herramienta de IA	74,5%	82,2%	-7,7
Confía en la IA sin contrastar	20,0%	18,3%	+1,7
Adopción digital en seguros	66,0%	77,0%	-11,0
Ahorro medio por gestión (min)	27,2	37,8	-10,6
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	8,5	14,7	-6,3
Ahorro económico por mes por persona (euros)	103	178	-76
Desea más digitalización	16,0%	29,9%	-13,9

Tabla 48. Principales indicadores de Galicia frente a la media nacional. Base Galicia: 94 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,0 h	23,7 €
Mes	8,5 h	103 €
Año	101,8 h	1.232 €

Se percibe un menor ahorro en cada gestión y se realizan menos gestiones

Una persona residente en Galicia ahorra 8,5 horas al mes, 6,3 menos que la media nacional, el segundo valor más bajo de la comparativa. Los dos factores quedan por debajo del dato español: se percibe el menor ahorro de tiempo por gestión de las diecisiete comunidades (27,2 minutos) y también se realizan menos gestiones por vía digital. La distancia mensual suma así un menor ahorro percibido y una intensidad de uso más contenida, coherente con la explicación del apartado 3 sobre el coste de la alternativa presencial.

El ahorro percibido queda por debajo de la media en tiempo y en dinero

Ahorro medio estimado por gestión (minutos en canal presencial menos minutos en canal digital), Galicia frente a España.

Una persona residente en Galicia estima un ahorro de **27,2 minutos por gestión, 10,6 menos que la media nacional**, que se traduce en 103 euros al mes frente a los 178 del conjunto de España. El apartado 3 ofrece una explicación posible: el tiempo que exige la gestión digital es prácticamente constante en todo el territorio, de modo que la diferencia procede del coste de la alternativa presencial. **Donde la gestión en ventanilla resulta más corta, el canal digital dispone de menos margen para destacar.**

El canal está presente, y lo que queda por debajo es la intensidad de uso

La mitad de la población (50,0%) prefiere resolver sus gestiones de forma digital y un 66,0% gestiona su seguro por este canal, con un índice de uso cotidiano de 2,86 frente al 3,01 nacional. El canal digital forma parte de la rutina gallega, **con una frecuencia y una disposición algo más contenidas** que en el conjunto del país.

El uso de inteligencia artificial alcanza a menos población

El 74,5% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 7,7 puntos por debajo del 82,2% nacional. Entre quienes la utilizan, la proporción que confía en sus respuestas sin contrastarlas es próxima a la media (20,0% frente a 18,3%), de modo que la diferencia está en el alcance de la herramienta más que en el modo de usarla.

> MENOS BENEFICIO PERCIBIDO Y MENOS DEMANDA DE AVANCE

Un **16,0% desea que sus gestiones se digitalicen aún más**, frente al 29,9% nacional. El apartado 2.2 apunta a una explicación: el beneficio percibido crece con la relación previa con el canal, así que quien recupera menos tiempo encuentra

menos motivos para pedir más digitalización. La palanca pasa aquí por **hacer visible el ahorro y garantizar acompañamiento** en las gestiones que más cuesta resolver.

Con 94 entrevistas, el error muestral en Galicia es de $\pm 10,1$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Galicia.

Castilla y León: menos preferencia por el canal digital y más confianza sin contrastar en la IA

Castilla y León queda **por debajo de la media nacional en preferencia por el canal digital y en adopción digital en seguros**. El ahorro de tiempo por gestión queda algo por debajo del dato español, y la diferencia más marcada aparece en la forma de utilizar la inteligencia artificial.

46,2%

prefiere el canal digital
(-11,5 puntos frente a España)

33,0 min

de ahorro medio por gestión
(-4,8 minutos)

30,3%

confía en la IA sin contrastar
(+12,0 puntos)

Indicador	Castilla y León	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,81	3,01	-0,20
Prefiere el canal digital	46,20%	57,70%	-11,5
Ha usado alguna herramienta de IA	72,50%	82,20%	-9,7
Confía en la IA sin contrastar	30,30%	18,30%	12
Adopción digital en seguros	68,10%	77,00%	-8,9
Ahorro medio por gestión (min)	33	37,8	-4,8
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	9,0	14,7	-5,7
Ahorro económico por mes por persona (euros)	109	178	-69
Desea más digitalización	23,10%	29,90%	-6,8

Tabla 50. Principales indicadores de Castilla y León frente a la media nacional. Base Castilla y León: 91 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,1 h	25,3 €
Mes	9,0 h	109 €
Año	108,6 h	1.314 €

La distancia mensual procede del número de gestiones

Una persona residente en Castilla y León ahorra 9,0 horas al mes, 5,7 menos que la media nacional. Se percibe un ahorro de tiempo por gestión algo menor que en el conjunto del país (33,0 minutos frente a 37,8), pero el factor que más pesa es la frecuencia: Castilla y León es la comunidad donde menos gestiones se realizan por vía digital. La menor preferencia por el canal y el uso cotidiano más bajo se reflejan, por tanto, sobre todo en cuántas gestiones se resuelven en digital.

El ahorro por gestión queda algo por debajo de la media y el ahorro mensual se distancia

Una persona residente en Castilla y León estima un ahorro de **33,0 minutos por gestión, 4,8 menos que la media nacional**, que al cabo del mes se traduce en 109 euros frente a los 178 del conjunto de España. El ahorro económico combina los minutos que se recuperan con la frecuencia con la que se realizan las gestiones, de modo que una diferencia contenida en tiempo se amplía en el cómputo mensual. **La distancia está, por tanto, en el número de gestiones que se resuelven en digital** más que en lo que aporta cada una.

Menos preferencia declarada por el canal digital

Un 46,2% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, **11,5 puntos por debajo de la media nacional** (57,7%). El índice de uso cotidiano (2,81 frente a 3,01) y la adopción digital en seguros (68,1% frente a 77,0%) apuntan en la misma dirección, de forma que la menor disposición hacia el canal se refleja también en la frecuencia con la que se usa.

Menos uso de inteligencia artificial y menos comprobación

El 72,5% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 9,7 puntos por debajo del dato nacional. Entre quienes la utilizan, un **30,3% confía en sus respuestas sin contrastarlas**, frente al 18,3% de España. El uso es menos extendido y, cuando se produce, se verifica menos.

> MENOS USO Y MÁS CONFIANZA SIN CONTRASTAR

La comunidad combina el **uso de inteligencia artificial más bajo de los indicadores recogidos con la mayor confianza sin contrastar**. Una lectura posible es que un uso más ocasional deja menos ocasiones para detectar los

límites de la herramienta, y sin esa experiencia resulta más difícil calibrar cuándo conviene comprobar una respuesta. La comunicación sobre uso responsable tiene aquí un recorrido claro.

Con 91 entrevistas, el error muestral en Castilla y León es de $\pm 10,3$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Castilla y León.

Canarias: el mayor ahorro percibido y el mayor deseo de seguir avanzando

Canarias encabeza el ahorro percibido, **tanto en tiempo como en dinero**, y también el deseo de que las gestiones se digitalicen aún más. Su uso cotidiano se mantiene próximo al de la media nacional.

50,4 min

de ahorro medio por gestión (+12,6 minutos frente a España)

259 €

de ahorro medio mensual por persona (+80 euros)

41,3%

desea más digitalización (+11,4 puntos)

Indicador	Canarias	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	3,03	3,01	+0,02
Prefiere el canal digital	63,00%	57,70%	+5,3
Ha usado alguna herramienta de IA	89,10%	82,20%	+6,9
Confía en la IA sin contrastar	17,10%	18,30%	-1,2
Adopción digital en seguros	80,40%	77,00%	+3,4
Ahorro medio por gestión (min)	50,4	37,8	+12,6
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	21,4	14,7	+6,6
Ahorro económico por mes por persona (euros)	259	178	+80
Desea más digitalización	41,30%	29,90%	+11,4

Tabla 52. Principales indicadores de Canarias frente a la media nacional. Base Canarias: 92 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo

Horas por persona

Valor económico por persona

Semana	4,9 h	59,8 €
Mes	21,4 h	259 €
Año	256,6 h	3.105 €

El mayor ahorro percibido por gestión sostiene el mayor ahorro mensual

Una persona residente en Canarias ahorra 21,4 horas al mes, 6,6 más que la media nacional, el valor más alto de las diecisiete comunidades. La ventaja procede sobre todo de que se percibe el mayor ahorro de tiempo por cada gestión de la comparativa (50,4 minutos frente a 37,8), y un número de gestiones digitales ligeramente superior a la media suma algo más. El liderazgo canario se explica por el valor que se atribuye a cada gestión digital, en línea con una preferencia por el canal por encima del dato español.

El mayor ahorro percibido de la comparativa autonómica

Ahorro medio estimado por gestión (minutos en canal presencial menos minutos en canal digital), Canarias frente a España.

Una persona residente en Canarias estima un ahorro de **50,4 minutos por gestión, 12,6 más que la media nacional**, que equivale a 259 euros al mes frente a los 178 del conjunto de España. Es la diferencia más amplia de toda la comparativa autonómica. Esto encaja con lo observado en el apartado 2.2: el beneficio percibido crece con la relación previa con el canal, y **una población que prefiere el canal por encima de la media tiende a valorar más el tiempo que recupera**.

Más de seis de cada diez prefieren el canal digital

Un 63,0% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, 5,3 puntos por encima del dato nacional, y un 80,4% gestiona su seguro por este canal. El índice de uso cotidiano, en cambio, coincide prácticamente con el del conjunto del país (3,03 frente a 3,01). La ventaja canaria está, por tanto, **en el valor que se atribuye al canal** más que en la frecuencia con la que se utiliza.

El uso de inteligencia artificial más extendido de la comparativa

El 89,1% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 6,9 puntos por encima de la media, y la proporción que confía en sus respuestas sin contrastarlas queda algo por debajo del dato nacional (17,1% frente a 18,3%), de modo que **el mayor uso convive con una verificación algo más exigente**.

> UN CANAL QUE APORTA MUCHO Y AL QUE SE LE PIDE MÁS

Canarias registra **el mayor deseo de que las gestiones se digitalicen aún más** (41,3% frente al 29,9% nacional) junto al mayor ahorro percibido. Una lectura posible es que el beneficio ya experimentado

alimenta la expectativa de extenderlo a más ámbitos, de modo que el valor obtenido y la demanda de avance se refuerzan entre sí.

Con 92 entrevistas, el error muestral en Canarias es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Canarias.

País Vasco: una disposición declarada baja con un uso que se mantiene

El País Vasco registra **la preferencia declarada por el canal digital más baja de la comparativa**, 16,8 puntos por debajo de la media nacional. Los indicadores de uso efectivo, en cambio, se mantienen próximos al dato español.

40,9%

prefiere el canal digital
(-16,8 puntos frente a España)

81,7%

ha usado alguna herramienta de IA (-0,5 puntos)

74,2%

gestiona su seguro en digital (-2,8 puntos)

Indicador	País Vasco	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,89	3,01	-0,12
Prefiere el canal digital	40,9%	57,7%	-16,8
Ha usado alguna herramienta de IA	81,7%	82,2%	-0,5
Confía en la IA sin contrastar	18,4%	18,3%	+0,1
Adopción digital en seguros	74,2%	77,0%	-2,8
Ahorro medio por gestión (min)	30	37,8	-7,7
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	11,1	14,7	-3,7
Ahorro económico por mes por persona (euros)	134	178	-45
Desea más digitalización	24,7%	29,9%	-5,2

Tabla 54. Principales indicadores del País Vasco frente a la media nacional. Base País Vasco: 93 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,6 h	30,9 €
Mes	11,1 h	134 €
Año	132,7 h	1.606 €

Se percibe un menor ahorro en cada gestión y el uso se mantiene

Una persona residente en el País Vasco ahorra 11,1 horas al mes, 3,7 menos que la media nacional. La distancia procede de que se percibe un menor ahorro de tiempo por cada gestión (30 minutos frente a 37,8), mientras el número de gestiones que se realizan por vía digital queda próximo al del conjunto del país. Esto refuerza la lectura de la sección: el uso efectivo se mantiene, y lo que queda por debajo es la valoración del tiempo que se recupera, en línea con la preferencia declarada más baja de la comparativa.

La preferencia declarada marca la mayor distancia

Un 40,9% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, frente al 57,7% nacional. Es **la diferencia más amplia de la comparativa vasca y la única que supera con claridad el margen de error** de la muestra autonómica.

El uso de la IA y la adopción en seguros se mantienen cerca de la media

El 81,7% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, prácticamente el mismo dato que en España (82,2%), con un nivel de verificación equivalente (18,4% frente a 18,3%). La adopción digital en seguros alcanza el 74,2% y el uso cotidiano se sitúa en 2,89. **La distancia vasca está, por tanto, en la disposición declarada hacia el canal**, mientras el uso efectivo se mantiene en línea con el del conjunto del país.

Un ahorro percibido por debajo de la media

El ahorro estimado alcanza 30 minutos por gestión, 7,7 menos que la media, y 134 euros al mes por persona. El apartado 2.2 ofrece una explicación coherente: el beneficio percibido crece con la relación previa con el canal, y una preferencia declarada menor acompaña a una valoración más contenida del tiempo que se recupera.

> SE USA EL CANAL SIN DECLARAR PREFERENCIA POR ÉL

El País Vasco **utiliza el canal digital en proporciones cercanas a la media y declara preferirlo mucho menos.** Una lectura posible es que el canal se emplea por practicidad mientras la atención pre-

sencial conserva un valor alto, de modo que la palanca pasa por **hacer visible el beneficio de cada gestión digital** y cuidar el acompañamiento cuando algo se complica.

Con 93 entrevistas, el error muestral en el País Vasco es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye al País Vasco.

Castilla-La Mancha: un perfil alineado con la media y una IA más comprobada

Castilla-La Mancha se sitúa **muy cerca de la media nacional en casi todos los indicadores**, con una preferencia por el canal ligeramente superior. La diferencia más visible aparece en la comprobación de las respuestas de la inteligencia artificial.

59,1%

prefiere el canal digital (+1,4 puntos frente a España)

83,9%

ha usado alguna herramienta de IA (+1,7 puntos)

14,1%

confía en la IA sin contrastar (-4,2 puntos)

Indicador	Castilla-La Mancha	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,96	3,01	-0,05
Prefiere el canal digital	59,1%	57,7%	+1,4
Ha usado alguna herramienta de IA	83,9%	82,2%	+1,7
Confía en la IA sin contrastar	14,1%	18,3%	-4,2
Adopción digital en seguros	76,3%	77,0%	-0,7
Ahorro medio por gestión (min)	36,5	37,8	-1,2
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	13,3	14,7	-1,5
Ahorro económico por mes por persona (euros)	161	178	-18
Desea más digitalización	28,0%	29,9%	-1,9

Tabla 56. Principales indicadores de Castilla-La Mancha frente a la media nacional. Base Castilla-La Mancha: 93 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,1 h	37,1 €
Mes	13,3 h	161 €
Año	159,5 h	1.930 €

Dos factores ligeramente por debajo de la media

Una persona residente en Castilla-La Mancha ahorra 13,3 horas al mes, 1,3 menos que la media nacional. Se percibe un ahorro de tiempo por gestión algo menor que en el conjunto del país (36,5 minutos frente a 37,8) y se realizan algo menos de gestiones por vía digital, sin que ninguno de los dos factores se aleje de forma marcada. La suma de dos diferencias pequeñas explica una distancia mensual también contenida.

Preferencia y uso en línea con el conjunto del país

Un 59,1% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, 1,4 puntos por encima del dato nacional, con un índice de uso cotidiano de 2,96 y una adopción digital en seguros del 76,3%. **Los tres indicadores quedan dentro de un margen estrecho respecto a la media**, de modo que la comunidad reproduce el patrón general de uso del canal.

El ahorro percibido queda algo por debajo de la media

El ahorro estimado alcanza 36,5 minutos por gestión, 1,3 menos que la media nacional, y 161 euros al mes por persona, 18 por debajo del dato español. La diferencia se amplía al pasar del cálculo por gestión al cómputo mensual, lo que apunta a **una frecuencia de uso algo más baja** con un beneficio por gestión muy próximo al del resto del país.

El uso de inteligencia artificial es alto y las respuestas se contrastan más

El 83,9% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, por encima del 82,2% nacional, y solo un **14,1% confía en sus respuestas sin contrastarlas**, frente al 18,3% de España.

> UN PERFIL ESTABLE CON UNA IA QUE SE VERIFICA

El conjunto de indicadores dibuja **una comunidad alineada con el patrón nacional**, con el matiz de una inteligencia artificial que se usa de forma algo más extendida y se comprueba más. Una

lectura posible es que la herramienta se incorpora manteniendo el hábito de verificar, lo que ofrece una base sólida para apoyarse en ella en las gestiones cotidianas.

Con 93 entrevistas, el error muestral en Castilla-La Mancha es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Castilla-La Mancha.

Región de Murcia: un perfil próximo a la media con una IA menos extendida

La Región de Murcia se sitúa **cerca de la media nacional en preferencia por el canal digital, uso cotidiano y adopción en seguros**, siempre algo por debajo. La distancia mayor aparece en el alcance de la inteligencia artificial.

74,2%

gestiona su seguro en digital (-2,8 puntos frente a España)

35,6 min

de ahorro medio por gestión (-2,1 minutos)

15,9%

confía en la IA sin contrastar (-2,4 puntos)

Indicador	Murcia, Región de	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,97	3,01	-0,04
Prefiere el canal digital	54,8%	57,7%	-2,9
Ha usado alguna herramienta de IA	74,2%	82,2%	-8,0
Confía en la IA sin contrastar	15,9%	18,3%	-2,4
Adopción digital en seguros	74,2%	77,0%	-2,8
Ahorro medio por gestión (min)	35,6	37,8	-2,1
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	12,5	14,7	-2,2
Ahorro económico por mes por persona (euros)	151	178	-27
Desea más digitalización	26,9%	29,9%	-3,0

Tabla 58. Principales indicadores de la Región de Murcia frente a la media nacional. Base Murcia: 93 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,9 h	35,0 €
Mes	12,5 h	151 €
Año	150,2 h	1.817 €

Un ahorro percibido algo menor por gestión y algo menos de frecuencia'

Una persona residente en la Región de Murcia ahorra 12,5 horas al mes, 2,2 menos que la media nacional. Se percibe un ahorro de tiempo por gestión ligeramente inferior al dato español (35,6 minutos frente a 37,8) y también se realizan algo menos de gestiones por vía digital. Es el mismo patrón que describen sus indicadores de uso: la comunidad reproduce el comportamiento general del país con una intensidad algo menor.

Un uso del canal cercano al del conjunto del país

Un 54,8% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, con un índice de uso cotidiano de 2,97 y una adopción digital en seguros del 74,2%. **Las tres métricas se mueven a menos de tres puntos de la media nacional**, de modo que la comunidad reproduce el patrón general del país con una intensidad algo menor.

El ahorro percibido queda ligeramente por debajo de la media

El ahorro estimado alcanza 35,6 minutos por gestión, 2,2 menos que el dato nacional, y 151 euros al mes por persona, 27 por debajo de la media. La distancia se amplía al pasar del cálculo por gestión al cómputo mensual, lo que apunta a **una frecuencia de uso algo más baja** con un beneficio por gestión muy próximo al del resto del país.

La inteligencia artificial llega a menos población y se contrasta algo más

El 74,2% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 8,0 puntos por debajo del 82,2% nacional. Entre quienes la utilizan, un 15,9% confía en sus respuestas sin contrastarlas, frente al 18,3% de España.

> UN CANAL ASENTADO CON MARGEN EN LA FRECUENCIA

Murcia utiliza el canal digital en proporciones cercanas a la media y **obtiene un ahorro mensual 27 euros menor**. Una lectura posible es que el recorrido está

en el número de gestiones que se resuelven en digital más que en la disposición hacia el canal, que ya se parece a la del conjunto del país.

Con 93 entrevistas, el error muestral en la Región de Murcia es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a la Región de Murcia.

Aragón: preferencia alta por el canal y uno de los mayores ahorros percibidos

Aragón supera la media nacional **en preferencia por el canal digital y en ahorro percibido**, con un uso cotidiano y una adopción en seguros prácticamente idénticos a los del conjunto de España. El contraste aparece en la inteligencia artificial.

62,6%

prefiere el canal digital
(+4,9 puntos frente a España)

42,8 min

de ahorro medio por gestión (+5,0 minutos)

198 €

de ahorro medio mensual por persona (+19 euros)

Indicador	Aragón	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	3,02	3,01	+0,01
Prefiere el canal digital	62,6%	57,7%	+4,9
Ha usado alguna herramienta de IA	76,9%	82,2%	-5,3
Confía en la IA sin contrastar	22,9%	18,3%	+4,6
Adopción digital en seguros	76,9%	77,0%	-0,1
Ahorro medio por gestión (min)	42,8	37,8	5
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	16,3	14,7	+1,6
Ahorro económico por mes por persona (euros)	198	178	+19
Desea más digitalización	26,4%	29,9%	-3,5

Tabla 60. Principales indicadores de Aragón frente a la media nacional. Base Aragón: 91 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,8 h	45,7 €
Mes	16,3 h	198 €
Año	196,2 h	2.373 €

Un ahorro percibido alto en cada gestión que la frecuencia modera

Una persona residente en Aragón ahorra 16,3 horas al mes, 1,6 más que la media nacional. Se percibe uno de los mayores ahorros de tiempo por gestión de la comparativa (42,8 minutos frente a 37,8), mientras el número de gestiones que se realizan por vía digital queda ligeramente por debajo de la media. Por eso la ventaja en cada gestión, similar a la catalana, se reduce en el cómputo mensual, en una comunidad cuyo uso cotidiano coincide con el del conjunto del país.

Seis de cada diez prefieren resolver sus gestiones por vía digital

Un **62,6% prefiere el canal digital de forma general o siempre, 4,9 puntos por encima de la media nacional** (57,7%). El índice de uso cotidiano (3,02 frente a 3,01) y la adopción digital en seguros (76,9% frente a 77,0%) coinciden con los del conjunto del país, de modo que la ventaja aragonesa está **en la disposición hacia el canal** más que en la frecuencia con la que se usa.

Uno de los ahorros percibidos más altos de la comparativa

Ahorro medio estimado por gestión (minutos en canal presencial menos minutos en canal digital), Aragón frente a España.

El ahorro estimado alcanza **42,8 minutos por gestión, 5,0 más que la media nacional**, y se traduce en 198 euros al mes por persona, 19 por encima del dato español. Esto encaja con lo observado en el apartado 2.2: el beneficio percibido crece con la relación previa con el canal, y una población con más preferencia digital tiende a valorar más el tiempo que recupera.

Menos uso de inteligencia artificial y más confianza sin contrastar

El 76,9% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 5,3 puntos por debajo del dato nacional, y un **22,9% confía en sus respuestas sin contrastarlas**, frente al 18,3% de España.

> EL HÁBITO DIGITAL Y LA IA SIGUEN CAMINOS DISTINTOS

Aragón combina **una preferencia alta por el canal digital con un uso de la inteligencia artificial por debajo de la media y menos comprobado**. Una lectura posible es que la familiaridad con

las gestiones digitales no se traslada de forma automática a la IA, que recorre su propia curva de adopción. La comunicación sobre uso responsable de la herramienta tiene aquí recorrido.

Con 91 entrevistas, el error muestral en Aragón es de $\pm 10,3$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Aragón.

Illes Balears: el seguro avanza por encima de la disposición general hacia el canal

Illes Balears queda **por debajo de la media nacional en preferencia por el canal digital y en ahorro percibido**, con una adopción digital en seguros que supera el dato español. El deseo de más digitalización es de los más contenidos.

78,9%

gestiona su seguro en digital (+1,9 puntos frente a España)

53,3%

prefiere el canal digital (-4,4 puntos)

22,2%

desea más digitalización (-7,7 puntos)

Indicador	Balears, Illes	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,97	3,01	-0,04
Prefiere el canal digital	53,3%	57,7%	-4,4
Ha usado alguna herramienta de IA	77,8%	82,2%	-4,4
Confía en la IA sin contrastar	24,3%	18,3%	+6,0
Adopción digital en seguros	78,9%	77,0%	+1,9
Ahorro medio por gestión (min)	34,9	37,8	-2,9
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	14,1	14,7	-0,7
Ahorro económico por mes por persona (euros)	170	178	-8
Desea más digitalización	22,2%	29,9%	-7,7

Tabla 62. Principales indicadores de Illes Balears frente a la media nacional. Base Illes Balears: 90 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	3,2 h	39,3 €
Mes	14,1 h	170 €
Año	168,7 h	2.042 €

La frecuencia compensa en parte un menor ahorro percibido por gestión

Una persona residente en Illes Balears ahorra 14,1 horas al mes, 0,7 menos que la media nacional. Se percibe un menor ahorro de tiempo por cada gestión que en el conjunto del país (34,9 minutos frente a 37,8), y un número de gestiones digitales algo superior a la media reduce esa distancia al llegar al mes. El resultado es un ahorro mensual cercano al del conjunto del país pese a un menor ahorro percibido en cada gestión.

La adopción digital en seguros supera la media nacional

Un 78,9% gestiona su seguro por canal digital, frente al 77,0% de España, mientras la preferencia declarada por el canal queda en el 53,3% y el uso cotidiano en 2,97. **El seguro avanza aquí algo más que la disposición general hacia lo digital**, en un sector que en el conjunto del país todavía tiene recorrido.

El ahorro percibido queda por debajo de la media

El ahorro estimado alcanza 34,9 minutos por gestión, 2,9 menos que la media nacional, y 170 euros al mes por persona, 8 por debajo del dato español. La diferencia se mantiene contenida en el cómputo mensual, de modo que **la frecuencia de uso compensa en parte un beneficio por gestión algo menor**.

Menos uso de inteligencia artificial y más confianza sin contrastar

El 77,8% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 4,4 puntos por debajo del dato nacional, y un 24,3% confía en sus respuestas sin contrastarlas, frente al 18,3% de España.

> UN CANAL QUE CUBRE LO COTIDIANO

Illes Balears registra **uno de los deseos de más digitalización más contenidos** (22,2% frente al 29,9% nacional), con un uso del canal próximo al de la media. Una lectura posible es que el canal cubre

las necesidades actuales de buena parte de la población, de modo que la palanca pasa por **mostrar usos nuevos** más que por reforzar los ya habituales.

Con 90 entrevistas, el error muestral en Illes Balears es de $\pm 10,3$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Illes Balears.

Extremadura: menos uso del canal y más deseo de que la digitalización avance

Extremadura queda **por debajo de la media nacional en preferencia por el canal digital, adopción en seguros y ahorro percibido**. Aun así, el deseo de que las gestiones se digitalicen aún más supera el dato español, igual que el uso de inteligencia artificial.

48,9%

prefiere el canal digital
(-8,8 puntos frente a
España)

32,8 min

de ahorro medio por
gestión (-4,9 minutos)

33,7%

desea más digitalización
(+3,8 puntos)

Indicador	Extremadura	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,87	3,01	-0,14
Prefiere el canal digital	48,9%	57,7%	-8,8
Ha usado alguna herramienta de IA	83,7%	82,2%	+1,5
Confía en la IA sin contrastar	27,3%	18,3%	+9,0
Adopción digital en seguros	70,7%	77,0%	-6,3
Ahorro medio por gestión (min)	32,8	37,8	-4,9
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	10,3	14,7	-4,4
Ahorro económico por mes por persona (euros)	125	178	-54
Desea más digitalización	33,7%	29,9%	+3,8

Tabla 64. Principales indicadores de Extremadura frente a la media nacional. Base Extremadura: 92 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,4 h	28,8 €
Mes	10,3 h	125 €
Año	123,6 h	1.496 €

Se percibe un menor ahorro en cada gestión y se realizan menos gestiones

Una persona residente en Extremadura ahorra 10,3 horas al mes, 4,4 menos que la media nacional. Los dos factores quedan por debajo del dato español: se percibe un menor ahorro de tiempo por cada gestión (32,8 minutos frente a 37,8), por el menor coste de la alternativa presencial que describe el apartado 3, y se realizan menos gestiones por vía digital, en línea con una preferencia y un uso cotidiano inferiores a la media.

Menos preferencia declarada por el canal digital

Un 48,9% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, 8,8 puntos por debajo de la media nacional, con un índice de uso cotidiano de 2,87 y una adopción digital en seguros del 70,7%.

Los tres indicadores apuntan en la misma dirección, de modo que la menor disposición hacia el canal se refleja también en la frecuencia con la que se utiliza.

El ahorro percibido queda por debajo de la media en tiempo y en dinero

El ahorro estimado alcanza 32,8 minutos por gestión, 4,9 menos que la media nacional, y 125 euros al mes por persona. El apartado 3 ofrece una explicación posible: el tiempo que exige la gestión digital es prácticamente constante en todo el territorio, así que la diferencia procede del coste de la alternativa presencial, que resulta menor en municipios de tamaño reducido.

El uso de inteligencia artificial supera la media con menos comprobación

El 83,7% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, por encima del 82,2% nacional, y un **27,3% confía en sus respuestas sin contrastarlas**, frente al 18,3% de España. La herramienta llega a más población que la media y se verifica menos.

> INTERÉS POR AVANZAR QUE AÚN NO SE TRADUCE EN USO

Extremadura **desea más que la media que sus gestiones se digitalicen aún más** (33,7% frente a 29,9%), con niveles de preferencia y de ahorro percibido por debajo del conjunto del país. Una lectura posible es que existe disposición a

avanzar que todavía no se ha convertido en hábito, así que la palanca pasa por **hacer visible el ahorro de cada gestión y garantizar acompañamiento** cuando algo se complica.

Con 92 entrevistas, el error muestral en Extremadura es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Extremadura.

Principado de Asturias: el menor ahorro percibido y una IA que se prueba poco

El Principado de Asturias queda **por debajo de la media nacional en el conjunto de indicadores de uso**, con el ahorro económico más bajo de la comparativa. La diferencia más marcada aparece en la forma de utilizar la inteligencia artificial.

46,7%

prefiere el canal digital
(-11,0 puntos frente a España)

102 €

de ahorro medio mensual
por persona (-77 euros)

33,3%

confía en la IA sin contrastar
(+15,0 puntos)

Indicador	Asturias, Principado de	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,77	3,01	-0,24
Prefiere el canal digital	46,7%	57,7%	-11,0
Ha usado alguna herramienta de IA	76,7%	82,2%	-5,5
Confía en la IA sin contrastar	33,3%	18,3%	+15,0
Adopción digital en seguros	68,9%	77,0%	-8,1
Ahorro medio por gestión (min)	28	37,8	-9,8
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	8,4	14,7	-6,3
Ahorro económico por mes por persona (euros)	102	178	-77
Desea más digitalización	25,6%	29,9%	-4,3

Tabla 66. Principales indicadores del Principado de Asturias frente a la media nacional. Base Asturias: 90 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	1,9 h	23,5 €
Mes	8,4 h	102 €
Año	101,0 h	1.223 €

El menor ahorro mensual combina las dos distancias

Una persona residente en Asturias ahorra 8,4 horas al mes, 6,3 menos que la media nacional, el valor más bajo de la comparativa. Coinciden un ahorro de tiempo percibido por gestión muy inferior al dato español (28 minutos frente a 37,8) y uno de los menores números de gestiones digitales de las diecisiete comunidades. Ambos factores apuntan en la misma dirección, igual que la preferencia por el canal y el uso cotidiano, que también son de los más bajos.

El ahorro percibido es el más bajo de la comparativa en términos económicos

Una persona residente en Asturias estima un ahorro de **28 minutos por gestión, 9,8 menos que la media nacional**, que se traduce en 102 euros al mes frente a los 178 del conjunto de España. El apartado 3 ofrece una explicación posible: el tiempo que exige la gestión digital es prácticamente constante en todo el territorio, así que la diferencia procede del coste de la alternativa presencial, que resulta menor en municipios de tamaño reducido.

Menos preferencia declarada y menos frecuencia de uso

Un 46,7% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, 11,0 puntos por debajo del dato nacional, con un índice de uso cotidiano de 2,77 y una adopción digital en seguros del 68,9%.

Disposición y frecuencia se mueven aquí en la misma dirección, de modo que el canal ocupa un espacio más reducido en la rutina que en el conjunto del país.

La mayor confianza sin contrastar en la inteligencia artificial

El 76,7% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 5,5 puntos por debajo de la media. Entre quienes la utilizan, un **33,3% confía en sus respuestas sin contrastarlas**, frente al 18,3% de España, la proporción más alta de la comparativa autonómica.

> MENOS USO DEL CANAL Y MÁS CONFIANZA EN LA IA

Asturias combina **un uso del canal digital por debajo de la media con la mayor confianza sin contrastar en la inteligencia artificial**. Una lectura posible es que un contacto más ocasional con

las herramientas digitales ofrece menos ocasiones para detectar sus límites, y sin esa experiencia resulta más difícil calibrar cuándo conviene comprobar una respuesta. La comunicación sobre uso responsable tiene aquí un recorrido claro.

Con 90 entrevistas, el error muestral en el Principado de Asturias es de $\pm 10,3$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye al Principado de Asturias.

Comunidad Foral de Navarra: un ahorro por gestión en la media que se reduce en el cómputo mensual

Navarra se sitúa **en línea con la media nacional en preferencia por el canal digital, uso cotidiano y ahorro por gestión**. Las diferencias aparecen en la adopción digital en seguros y en el ahorro mensual.

59,1%

prefiere el canal digital (+1,4 puntos frente a España)

38,5 min

de ahorro medio por gestión (+0, minutos)

143 €

de ahorro medio mensual por persona (-35 euros)

Indicador	Navarra, Comunidad Foral de	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	3,02	3,01	+0,01
Prefiere el canal digital	59,1%	57,7%	+1,4
Ha usado alguna herramienta de IA	85,0%	82,2%	+2,8
Confía en la IA sin contrastar	16,5%	18,3%	-1,8
Adopción digital en seguros	69,9%	77,0%	-7,1
Ahorro medio por gestión (min)	38,5	37,8	0,7
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	11,8	14,7	-2,9
Ahorro económico por mes por persona (euros)	143	178	-35
Desea más digitalización	30,1%	29,9%	+0,2

Tabla 68. Principales indicadores de la Comunidad Foral de Navarra frente a la media nacional. Base Navarra: 93 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,7 h	33,0 €
Mes	11,8 h	143 €
Año	141,8 h	1.716 €

Se percibe el mismo ahorro por gestión que en la media y se realizan menos gestiones

Una persona residente en Navarra ahorra 11,8 horas al mes, 2,9 menos que la media nacional. El ahorro de tiempo que se percibe en cada gestión es prácticamente el mismo que en el conjunto del país (38,5 minutos frente a 37,8), de modo que toda la distancia procede del número de gestiones que se realizan por vía digital, uno de los más bajos de la comparativa.

Cada gestión aporta lo mismo que en el conjunto del país y el mes acumula menos

Una persona residente en Navarra estima un ahorro de **38,5 minutos por gestión, similar a la media nacional**, y llega a 143 euros al mes frente a los 178 del conjunto de España. El ahorro económico combina los minutos que se recuperan con la frecuencia con la que se realizan las gestiones, de modo que **la distancia procede del número de gestiones que se resuelven en digital** más que de lo que aporta cada una.

Preferencia y uso cotidiano alineados con la media

Un 59,1% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, 1,4 puntos por encima del dato nacional, con un índice de uso cotidiano de 3,02. La adopción digital en seguros, en cambio, queda en el 69,9% frente al 77,0% español, **lo que sitúa el recorrido de la comunidad en el terreno sectorial** más que en la disposición general hacia el canal.

Uso de inteligencia artificial por encima de la media y algo más comprobado

El 85,0% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 2,8 puntos por encima del dato nacional, y un 16,5% confía en sus respuestas sin contrastarlas, frente al 18,3% de España.

> UN CANAL BIEN VALORADO CON RECORRIDO EN EL SEGURO

Navarra obtiene de cada gestión digital **un beneficio similar a la media nacional** y utiliza menos el canal en el sector asegurador (69,9% frente a 77,0%). Una

lectura posible es que la palanca está en extender el uso a las gestiones que todavía se resuelven por vía presencial, ya que el valor por gestión está comprobado.

Con 93 entrevistas, el error muestral en la Comunidad Foral de Navarra es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a la Comunidad Foral de Navarra.

Cantabria: la disposición hacia el canal acompaña a la media y el uso queda por detrás

Cantabria registra una **preferencia por el canal digital prácticamente idéntica a la media nacional**, con indicadores de uso efectivo por debajo. Las distancias mayores aparecen en la inteligencia artificial y en la adopción digital en seguros.

57,0%

prefiere el canal digital
(-0,7 puntos frente a
España)

67,7%

gestiona su seguro en digi-
tal (-9,3 puntos)

73,1%

ha usado alguna herra-
mienta de IA (-9,1 puntos)

Indicador	Cantabria	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,83	3,01	-0,18
Prefiere el canal digital	57,0%	57,7%	-0,7
Ha usado alguna herramienta de IA	73,1%	82,2%	-9,1
Confía en la IA sin contrastar	16,2%	18,3%	-2,1
Adopción digital en seguros	67,7%	77,0%	-9,3
Ahorro medio por gestión (min)	36,7	37,8	-1,1
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	12,4	14,7	-2,4
Ahorro económico por mes por persona (euros)	149	178	-29
Desea más digitalización	26,9%	29,9%	-3,0

Tabla 70. Principales indicadores de Cantabria frente a la media nacional. Base Cantabria: 93 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,9 h	34,5 €
Mes	12,4 h	149 €
Año	148,3 h	1.794 €

La frecuencia amplía una distancia pequeña en el ahorro por gestión

Una persona residente en Cantabria ahorra 12,4 horas al mes, 2,4 menos que la media nacional. Se percibe un ahorro de tiempo por gestión algo menor que en el conjunto del país (36,7 minutos frente a 37,8), y un número de gestiones digitales inferior a la media amplía la diferencia al llegar al mes. Esto encaja con la lectura de la sección: la disposición hacia el canal coincide con la media y el hábito de uso queda por detrás.

La preferencia por el canal coincide con la media y la frecuencia queda por debajo

Un 57,0% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, frente al 57,7% nacional, con un índice de uso cotidiano de 2,83 y una adopción digital en seguros del 67,7%. **La disposición hacia el canal acompaña a la del conjunto del país y la frecuencia de uso se queda atrás**, lo que sitúa el recorrido en convertir esa disposición en hábito.

El ahorro percibido se mantiene cerca de la media por gestión

El ahorro estimado alcanza 36,7 minutos por gestión, 1,1 menos que el dato nacional, y 149 euros al mes por persona, 29 por debajo de la media. La diferencia se amplía en el cómputo mensual, en línea con una frecuencia de uso algo menor.

El uso de inteligencia artificial alcanza a menos población

El 73,1% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial, 9,1 puntos por debajo del 82,2% nacional. Entre quienes la utilizan, un 16,2% confía en sus respuestas sin contrastarlas, frente al 18,3% de España, de modo que **la diferencia está en el alcance de la herramienta** más que en el modo de usarla.

> DISPOSICIÓN SIN FRECUENCIA

Cantabria **quiere el canal digital tanto como la media y lo utiliza algo menos**, con una adopción en seguros 9,3 puntos por debajo del dato español. Una lectura posible es que la barrera está en el

momento concreto de la gestión más que en la actitud hacia el canal, lo que apunta a **facilitar el primer uso en cada trámite** como palanca principal.

Con 93 entrevistas, el error muestral en Cantabria es de $\pm 10,2$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a Cantabria.

La Rioja: un uso alineado con la media y un beneficio percibido menor

La Rioja reproduce **el patrón nacional en preferencia por el canal digital, uso cotidiano y relación con la inteligencia artificial**. La diferencia aparece en el ahorro percibido, por debajo del dato español en tiempo y en dinero.

57,8%

prefiere el canal digital (+0,1 puntos frente a España)

30,6 min

de ahorro medio por gestión (-7,2 minutos)

84,4%

ha usado alguna herramienta de IA (+2,2 puntos)

Indicador	Rioja, La	España	Diferencia
Uso digital cotidiano (1 a 4)	2,99	3,01	-0,02
Prefiere el canal digital	57,8%	57,7%	+0,1
Ha usado alguna herramienta de IA	84,4%	82,2%	+2,2
Confía en la IA sin contrastar	18,4%	18,3%	+0,1
Adopción digital en seguros	71,1%	77,0%	-5,9
Ahorro medio por gestión (min)	30,6	37,8	-7,2
Ahorro de tiempo por mes por persona (horas)	11,2	14,7	-3,5
Ahorro económico por mes por persona (euros)	136	178	-42
Desea más digitalización	27,8%	29,9%	-2,1

Tabla 72. Principales indicadores de La Rioja frente a la media nacional. Base La Rioja: 90 entrevistas. La confianza en la IA se calcula sobre quienes la han utilizado.

Periodo	Horas por persona	Valor económico por persona
Semana	2,6 h	31,4 €
Mes	11,2 h	136 €
Año	134,8 h	1.632 €

Se realizan algo menos de gestiones que en la media y se percibe un menor ahorro en cada una

Una persona residente en La Rioja ahorra 11,2 horas al mes, 3,5 menos que la media nacional. El número de gestiones que se realizan por vía digital es algo inferior al del conjunto del país, y la mayor parte de la distancia procede de que se percibe un menor ahorro de tiempo por cada gestión (30,6 minutos frente a 37,8), coherente con el menor coste de la alternativa presencial que describe el apartado 3.

Preferencia, uso y relación con la IA en línea con el conjunto del país

Un 57,8% prefiere resolver sus gestiones de forma digital, prácticamente el mismo dato que en España, con un índice de uso cotidiano de 2,99. El 84,4% ha usado alguna herramienta de inteligencia artificial y un 18,4% confía en sus respuestas sin contrastarlas, frente al 18,3% nacional. **Tres indicadores clave coinciden con los del conjunto del país.**

El ahorro percibido queda por debajo de la media

El ahorro estimado alcanza **30,6 minutos por gestión, 7,2 menos que la media nacional**, y 136 euros al mes por persona. El apartado 3 ofrece una explicación posible: el tiempo que exige la gestión digital es prácticamente constante en todo el territorio, así que la diferencia procede del coste de la alternativa presencial, que resulta menor en municipios de tamaño reducido.

La adopción digital en seguros queda por debajo del dato español

Un 71,1% gestiona su seguro por canal digital, 5,9 puntos por debajo del 77,0% nacional. Es el indicador sectorial que más se distancia de la media en una comunidad que, en el resto de métricas de uso, se mueve muy cerca de ella.

> USO SIMILAR CON UN BENEFICIO PERCIBIDO MENOR

La Rioja **usa el canal digital de forma próxima a la media y percibe menos ahorro en cada gestión**. El apartado 2.2 apunta a una explicación: el beneficio percibido depende de la comparación

con la alternativa presencial, y donde esa alternativa resulta más ágil el contraste se estrecha. La palanca pasa por **apoyarse en la comodidad y el control** más que en el argumento del tiempo.

Con 90 entrevistas, el error muestral en La Rioja es de $\pm 10,3$ puntos para un nivel de confianza del 95% ($p = q = 0,5$). La media nacional incluye a La Rioja.

Anexos

00/ Ficha técnica

NEOVANTAS

Neovantas: Consultora experta en economía conductual y digitalización que ha elaborado conjuntamente el I Barómetro de la Digitalización con Línea Directa a partir del análisis de una encuesta a la población española.

Antes de entrar en los resultados, conviene fijar **quién ha contestado esta encuesta y con qué garantías estadísticas puede leerse lo que sigue**. El Barómetro se apoya en una **encuesta online realizada a población residente en España de 18 o más años**, lo que supone un universo de referencia de 41,20 millones de personas. El trabajo de campo se desarrolló del 24 de julio al 3 de agosto de 2026, con una duración media de 17 minutos por entrevista, sobre una **muestra de 1.584 casos** y un error muestral de entre $\pm 2,4$ y $\pm 3,2$ puntos porcentuales para un intervalo de confianza del 95%.

0.1 Diseño muestral y ponderación

La muestra **se distribuyó mediante cuotas por sexo, edad y comunidad autónoma, con un mínimo de 90 entrevistas por comunidad**. Los resultados que se presentan en el informe están **ponderados según el peso real de cada comunidad autónoma** sobre el total de población española de 18 o más años, así como por sexo y edad. El detalle de la muestra realizada y los coeficientes de ponderación aplicados por comunidad autónoma se recoge en el anexo.

Esta combinación de **muestra amplia, error muestral acotado, cuotas de estratificación y ponderación posterior permite tratar este Barómetro como representativo de la población residente en España** mayor de edad: los datos que siguen no describen a las 1.584 personas entrevistadas, sino que **estiman el comportamiento de los 41,20 millones de españoles adultos**.

0.2 Perfil de los entrevistados

El **perfil resultante**, ya ponderado, **reproduce de forma fiel la estructura demográfica de la población española adulta**. La **distribución por sexo es prácticamente equilibrada**, con un 51,4% de mujeres y un 48,6% de hombres, y la distribución por edad cubre todos los tramos vitales de forma proporcional, desde el 8,8% de 18 a 24 años hasta el 12,6% de 75 años o más. El **hábitat de residencia se reparte también de forma equilibrada entre**

entornos urbanos y no urbanos, con un 59,5% viviendo en ciudad o área metropolitana y un 40,5% en municipios medianos o pequeños.

01/ Bases Muestrales

1.1 Muestra realizada y ponderada por comunidad autónoma

Comunidad Autónoma	Muestra Realizada	Peso Real	Muestra Ponderada	Coefficiente de Ponderación
01 Andalucía	99	17,50%	277	2,79904
02 Aragón	91	2,80%	44	0,48676
03 Principado de Asturias	90	2,20%	34	0,38162
04 Illes Balears	90	2,50%	40	0,44732
05 Canarias	92	4,70%	75	0,81169
06 Cantabria	93	1,20%	20	0,21078
07 Castilla y León	91	5,10%	80	0,88084
08 Castilla - La Mancha	93	4,30%	68	0,73169
09 Cataluña	97	16,50%	261	2,69202
10 Comunitat Valenciana	97	11,00%	175	1,80113
11 Extremadura	92	2,20%	34	0,37429
12 Galicia	94	5,70%	91	0,9666
13 Comunidad de Madrid	96	14,50%	229	2,38591
14 Región de Murcia	93	3,10%	50	0,5323
15 Comunidad Foral de Navarra	93	1,40%	22	0,23468
16 País Vasco	93	4,60%	73	0,78977
17 La Rioja	90	0,70%	11	0,11732
TOTAL	1584	100,00%	1584	

Tabla 74 Anexo

1.2 Muestra por rango de edad

Edad	Cantidad Respuestas %
18-24 años	8,80%
25-34 años	13,70%
35-44 años	16,10%
45-54 años	19,50%
55-64 años	16,90%
65-74 años	12,40%
75 años o +	12,60%

Tabla 75 Anexo

02/ Impulsadores del canal digital: usuarios frente a no usuarios

2.1 Atributos comunes

Atributo	Banca U	Banca NU	Seguros U	Seguros NU
Puedo hacerlo a cualquier hora, todos los días	49,40%	23,80%	28,30%	24,60%
Es más cómodo, lo hago desde cualquier lugar	38,40%	16,50%	25,50%	17,90%
Me ahorra tiempo	33,80%	17,80%	32,10%	24,60%
Me ahorro desplazamientos y dinero	29,30%	13,40%	28,70%	27,80%
Me da autonomía para hacerlo yo mismo/a	22,70%	6,50%	18,20%	10,30%
Considero que es más seguro hacerlo digitalmente	5,00%	3,00%	4,50%	5,60%
Puedo apoyarme en herramientas de IA	3,50%	0,90%	6,30%	3,90%
Saber que detrás hay una persona atendiéndome	1,90%	18,10%	2,60%	9,30%

Tabla 76 Anexo

U: quienes ya realizan gestiones digitales en el sector. NU: quienes no las realizan nunca. La última fila es el único atributo cuyo valor es superior entre los no usuarios en los cuatro sectores.

2.2 Atributos específicos de cada sector

Sector	Atributo	Usuarios	No usuarios	Diferencia
Banca	Resuelvo al momento, sin esperas ni colas	32,20%	16,10%	-16,1
Banca	Tengo todo controlado y a mano (saldos, movimientos, recibos)	30,50%	20,90%	-9,6
Banca	Consigo mejores condiciones u ofertas que por otros canales	5,00%	7,30%	2,3
Seguros	Tengo mi póliza y mis documentos siempre a mano	24,60%	16,70%	-7,9
Seguros	Resuelvo al momento, sin esperas ni llamadas	19,50%	19,10%	-0,4
Seguros	Puedo pedir asistencia justo cuando lo necesito	17,20%	11,10%	-6,1
Seguros	Consigo mejores condiciones o precios que por otros canales	7,60%	13,00%	5,4
Admin. pública	Resuelvo sin depender del horario de atención presencial	31,10%	29,50%	-1,6
Admin. pública	Queda constancia y puedo hacer seguimiento del trámite	20,10%	8,90%	-11,2
Admin. pública	Tengo mis documentos y justificantes siempre a mano	19,00%	9,90%	-9,1
Retail	Recibo el pedido en casa donde y cuando quiero	30,10%	17,30%	-12,8
Retail	Puedo comparar precios y encontrar mejores ofertas	29,70%	15,50%	-14,2
Retail	Tengo más variedad y disponibilidad de productos	24,70%	11,70%	-13,0
Retail	Puedo leer opiniones antes de decidir	17,40%	10,20%	-7,2
Retail	Recibo beneficios por programas de fidelización	9,80%	7,60%	-2,2
Retail	Tengo más opciones de pago	8,60%	6,60%	-2,0

Tabla 77 Anexo
Diferencia expresada en puntos porcentuales (no usuarios menos usuarios).

2.3 Bases muestrales por sector

Sector	Usuarios (n)	No usuarios (n)	% usuarios	% no usuarios
Banca	1.490	94	94,10%	5,90%
Seguros	1.220	237	77,00%	15,00%
Administración pública	1.357	227	85,70%	14,30%
Retail	1.360	224	85,90%	14,10%

Tabla 78 Anexo

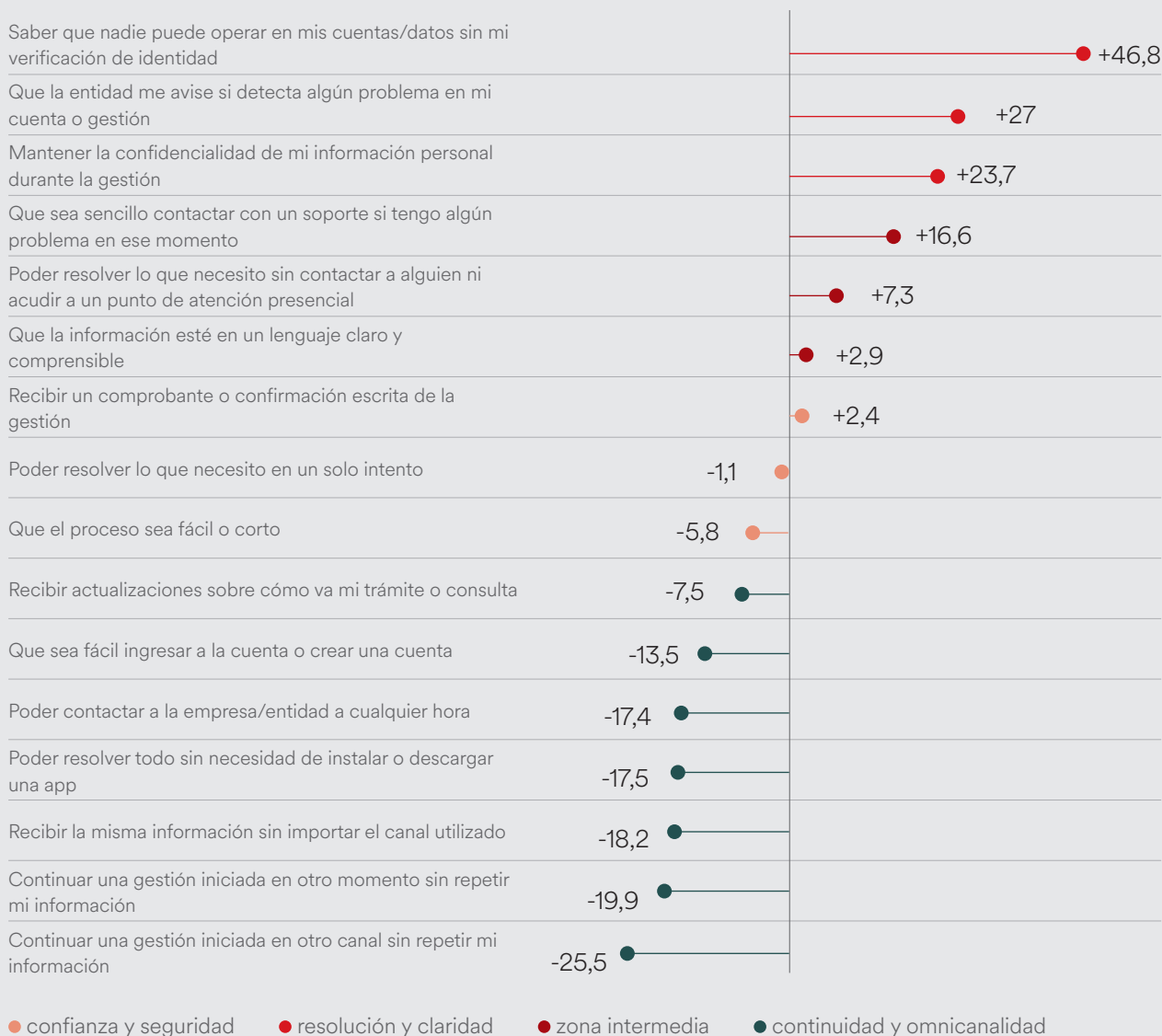
En el sector asegurador un 8,0% adicional declara no disponer de ningún tipo de seguro, por lo que las dos columnas no suman 100%. La base de no usuarios de banca (n=94) es reducida, por lo que sus porcentajes deben leerse como indicativos y no admiten desglose por segmentos.

03/MaxDiff

A continuación, verás distintas características sobre la gestión digital. En cada grupo, selecciona la característica que consideras **MÁS** importante y la que consideras **MENOS** importante.

MaxDiff. Prioridad relativa de los 16 atributos

Base: 1.584 entrevistas · 76.032 observaciones



Entre la agrupación de resolución y claridad y la de continuidad y omnicanalidad se sitúan tres atributos de transición, con scores próximos a cero en la **zona intermedia**: poder resolver lo que se necesita en un solo intento (-1,1), que el proceso sea fácil o corto (-5,8) y recibir actualizaciones sobre el estado de la gestión (-7,5). No forman una agrupación diferenciada, sino que marcan el punto de inflexión entre lo que la población prioriza y lo que empieza a tratarse como umbral mínimo



línea directa