visión humana

KIBERNUM

ESTUDIO

CULTURA DIGITAL EN CHILE

TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON LAS PERSONAS AL CENTRO

WWW.KIBERNUM.COM

visión humana

KIBERNUM

ESTUDIO

CULTURA DIGITAL EN CHILE

TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON LAS PERSONAS AL CENTRO

WWW.KIBERNUM.COM

visión humana

KIBERNUM

INTRODUCCIÓN

AL ESTUDIO

visión humana

KIBERNUM

La transformación tecnológica y digital es una transformación cultural, ya que implica cambios de creencias, actitudes, habilidades y hábitos.

Es importante empatizar con la cultura tecnológica y digital actual de quienes viven en el país, para así desarrollar una **transformación tecnológica y digital con las personas en el centro.**

visión humana

KIBERNUM

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Comprender la cultura tecnológica y digital de quienes viven en Chile

para orientar al ecosistema digital del país

a desarrollar una transformación digital

centrada en las personas.

KIBERNUM

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

01

Se aplicaron encuestas panel online a 2.000 personas de las principales ciudades de cada región del país, mayores de 18 años y de los grupos socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D.

02

El margen de error de la muestra total del estudio es de +2,2% y el trabajo de campo se realizó durante los meses de agosto y septiembre del 2023.

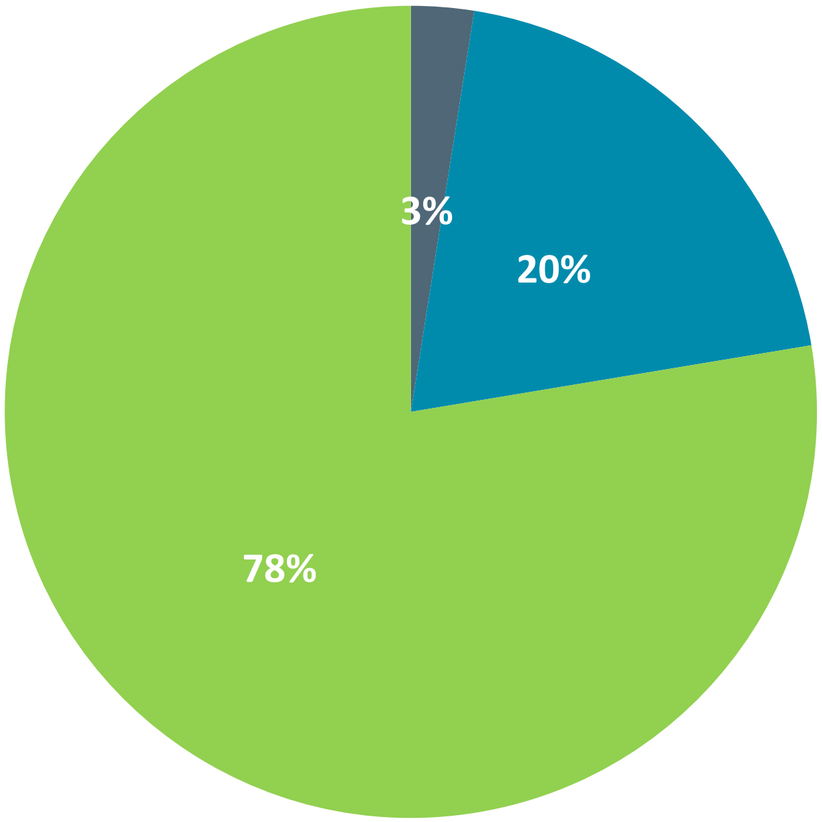
visión humana

KIBERNUM

USO
DE TECNOLOGÍA

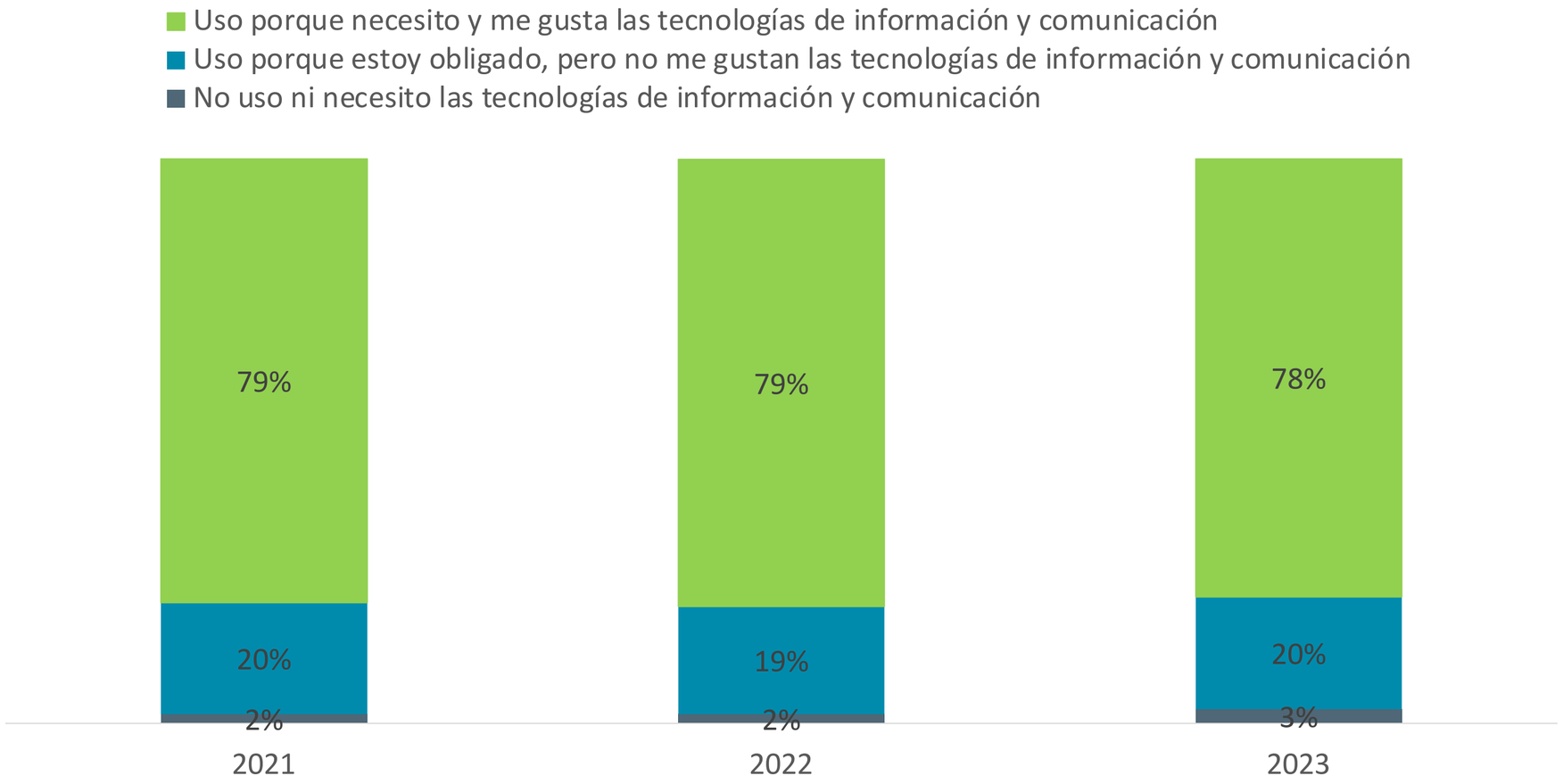
VÍNCULO DE USO DE LA TECNOLOGÍA

✓¿Cuál de las siguientes frases lo(a) representa mejor?
✓Respuesta única



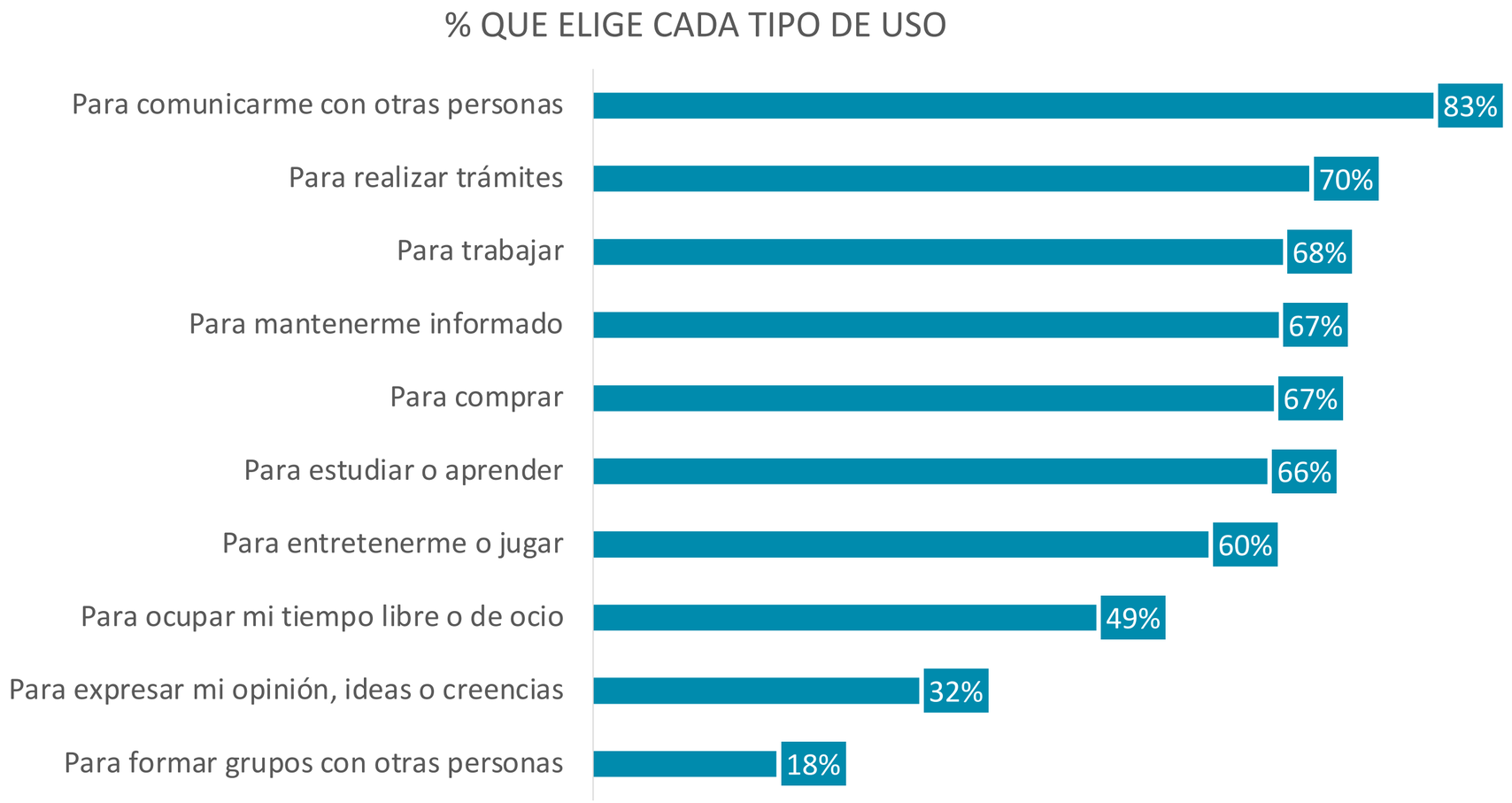
VÍNCULO DE USO DE LA TECNOLOGÍA

✓¿Cuál de las siguientes frases lo(a) representa mejor?
✓Respuesta única



TIPOS DE USO DE TECNOLOGÍA

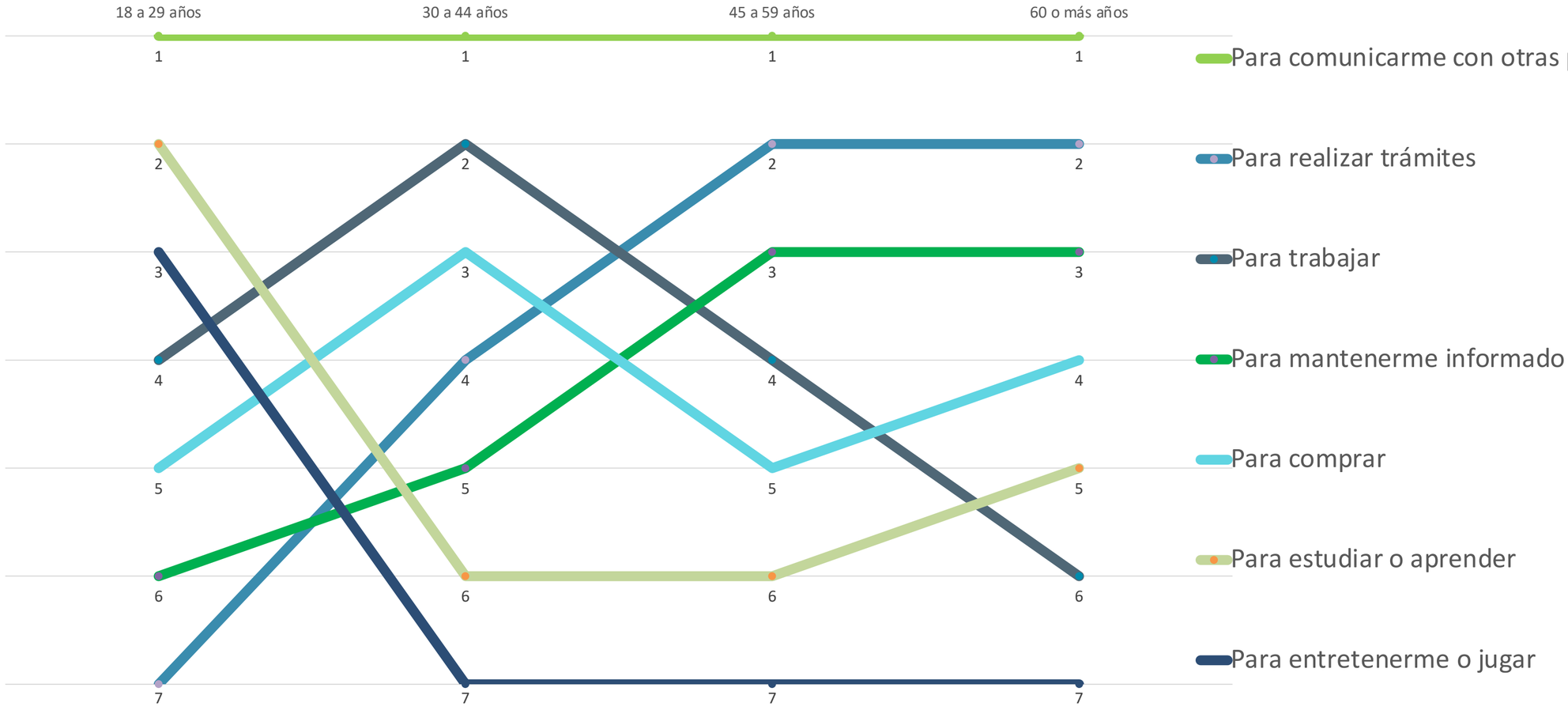
- ✓¿Cuáles de los siguientes usos usted acostumbra a darle a las tecnologías de información y comunicación?
- ✓Respuesta Múltiple



TIPOS DE USO DE TECNOLOGÍA

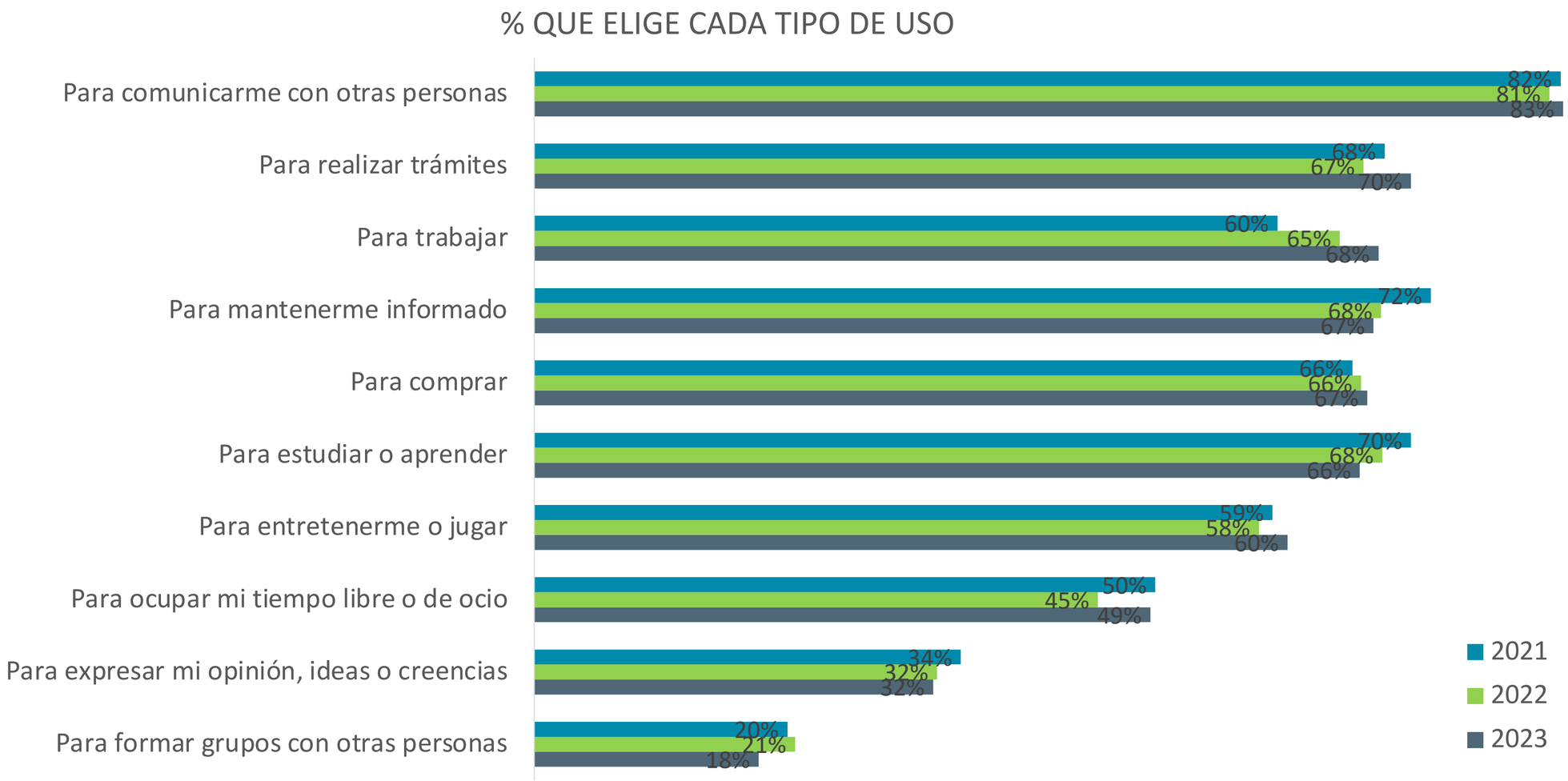
- ✓¿Cuáles de los siguientes usos usted acostumbra a darle a las tecnologías de información y comunicación?
- ✓Respuesta Múltiple

LUGAR QUE OCUPA CADA TIPO DE USO SEGÚN EL % QUE ELIGE CADA TIPO DE USO POR EDAD



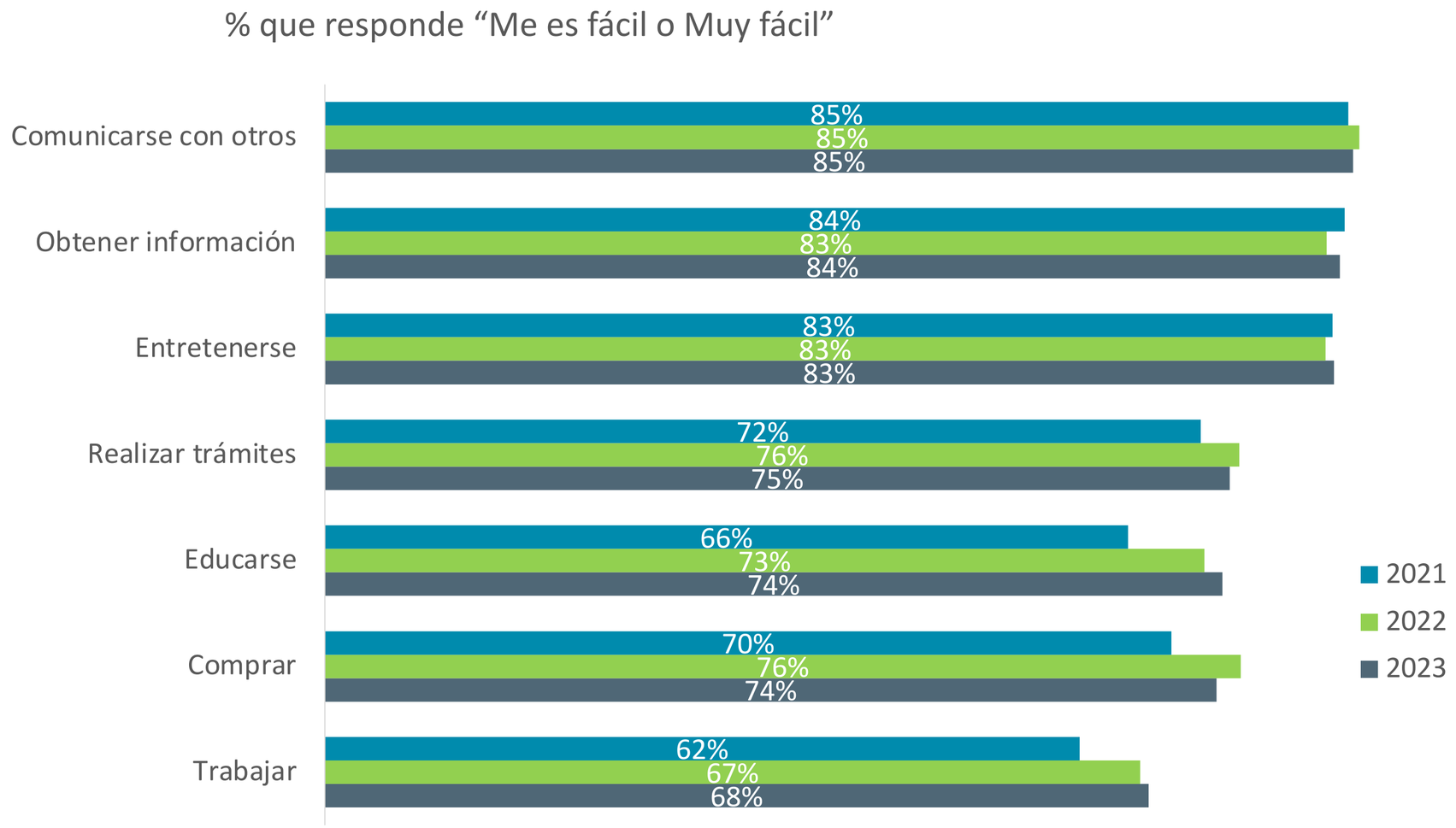
TIPOS DE USO DE TECNOLOGÍA

- ¿Cuáles de los siguientes usos usted acostumbra a darle a las tecnologías de información y comunicación?
- Respuesta Múltiple



FACILIDAD DE USO DE TECNOLOGÍA

- ✓¿Cuán fácil le resulta a usted realizar las siguientes actividades utilizando las tecnologías de información y comunicación disponibles?
- ✓Escala de 1 a 5, dónde 1 es "Me es muy difícil" y 5 es "Me es muy fácil"



visión humana

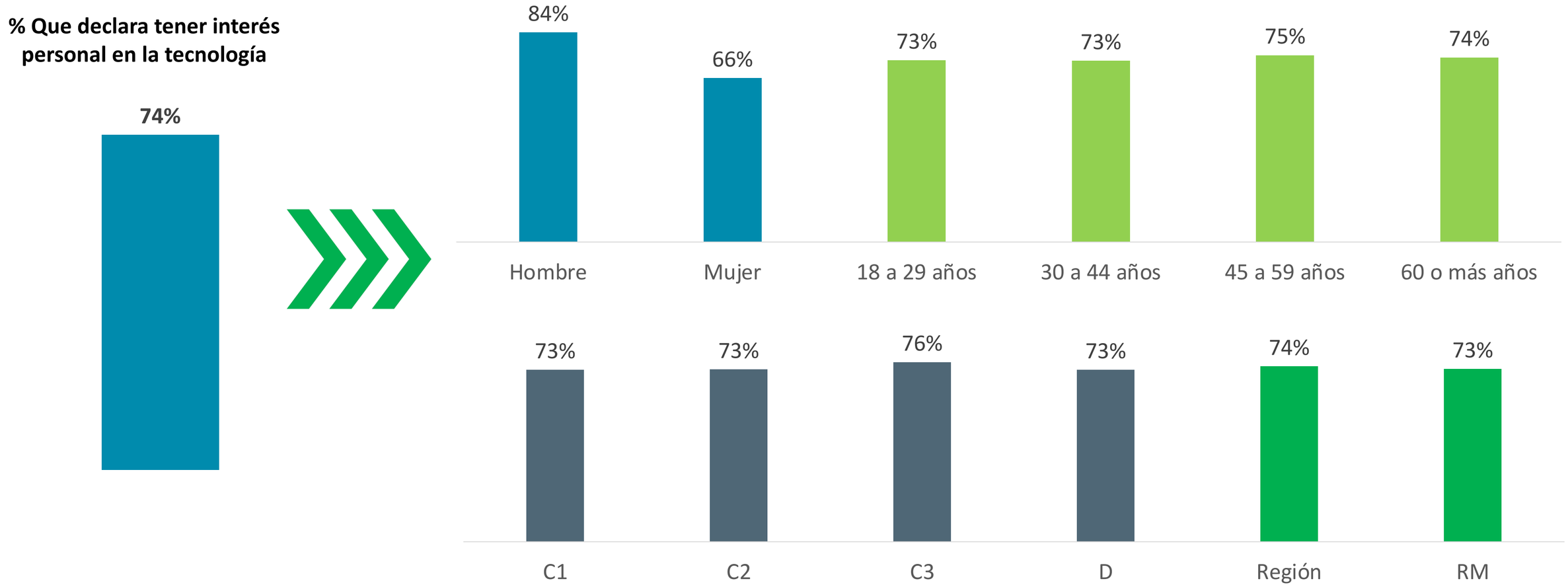
KIBERNUM

ACTITUD

HACIA LA TECNOLOGÍA

INTERÉS PERSONAL EN LA TECNOLOGÍA

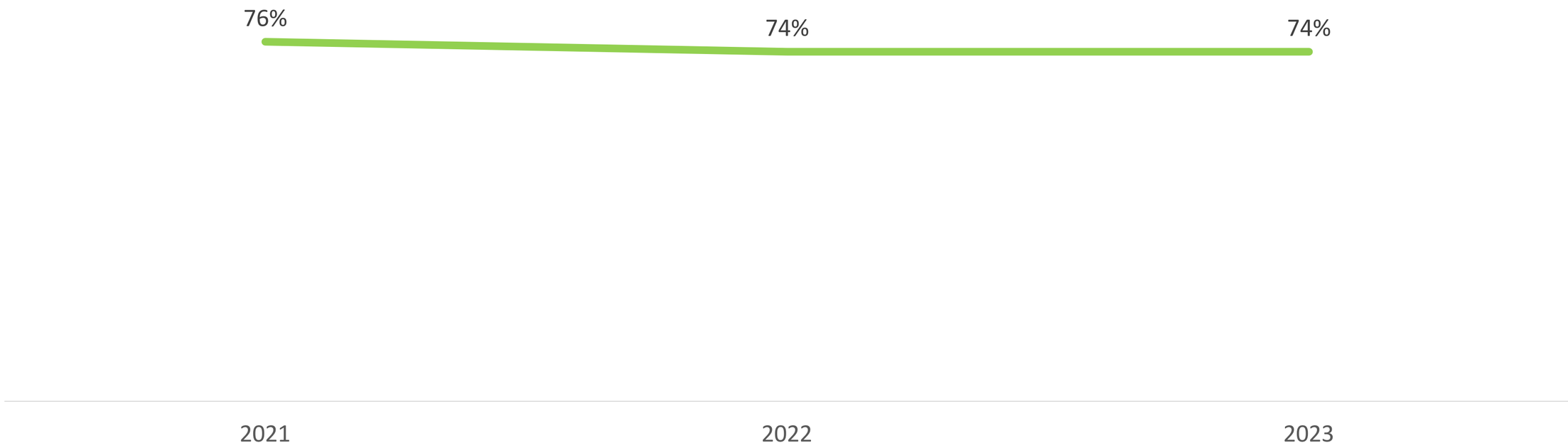
- ✓Ahora le voy a leer un listado de temas en los que la gente podría mostrar interés o afición. Indique en cuáles de estos temas usted tiene un importante interés personal
- ✓Respuesta única



INTERÉS PERSONAL EN LA TECNOLOGÍA

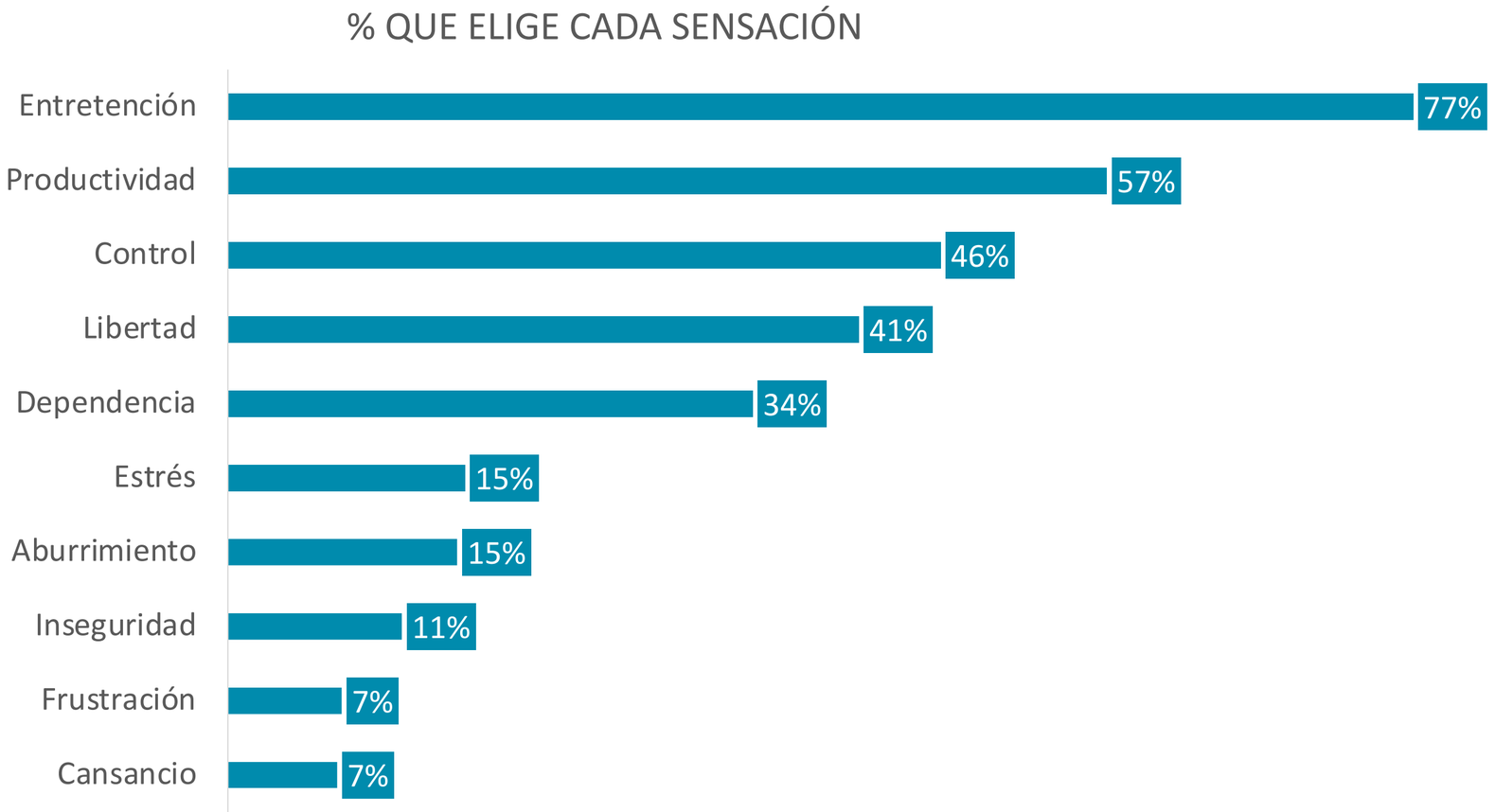
- ✓Ahora le voy a leer un listado de temas en los que la gente podría mostrar interés o afición. Indique en cuáles de estos temas usted tiene un importante interés personal
- ✓Respuesta única

% Que declara tener interés en la tecnología



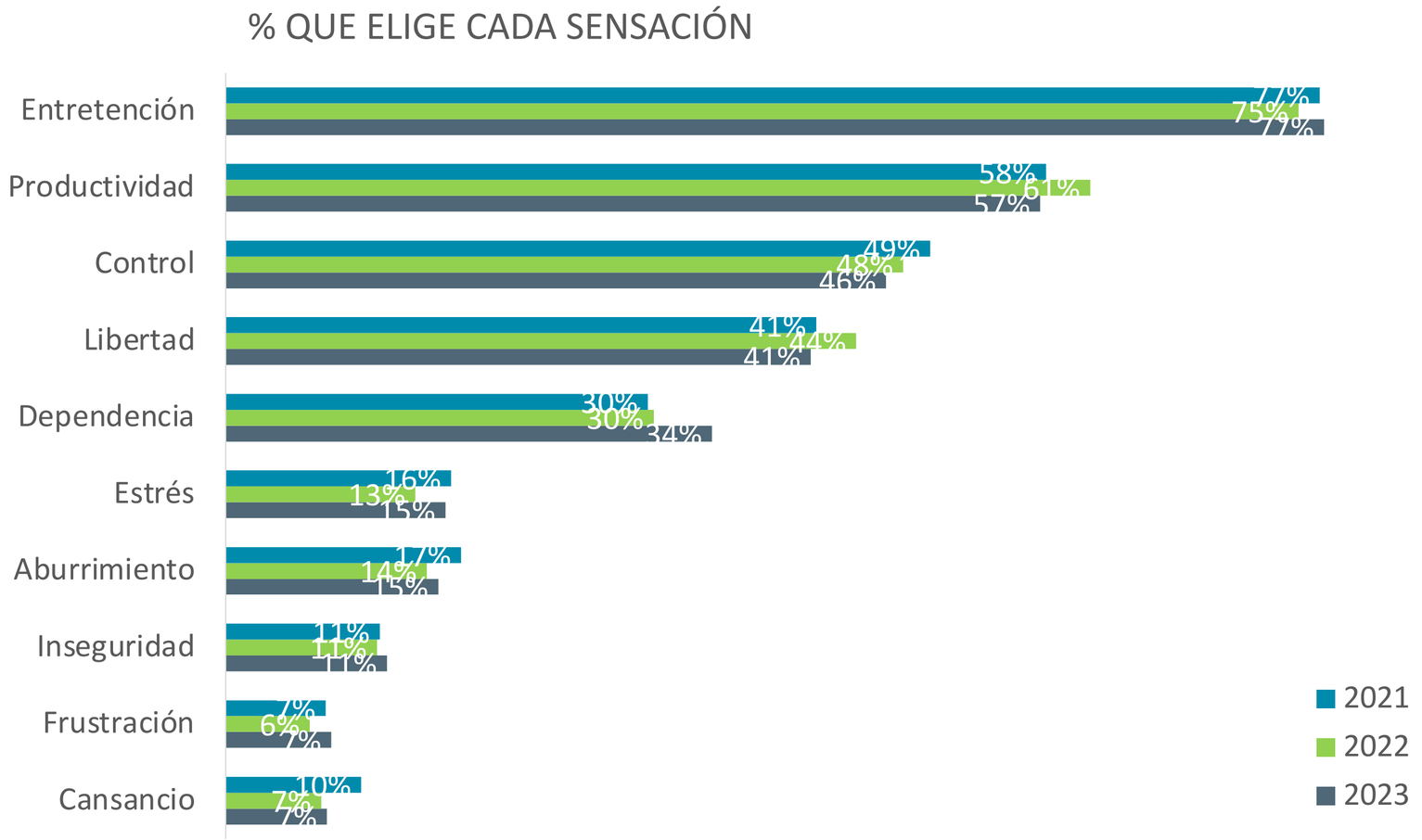
SENSACIONES QUE SE ASOCIAN A LA TECNOLOGÍA

- ✓¿Cuáles de las siguientes sensaciones las asocia con las tecnologías de información y comunicación?
- ✓Respuesta Múltiple



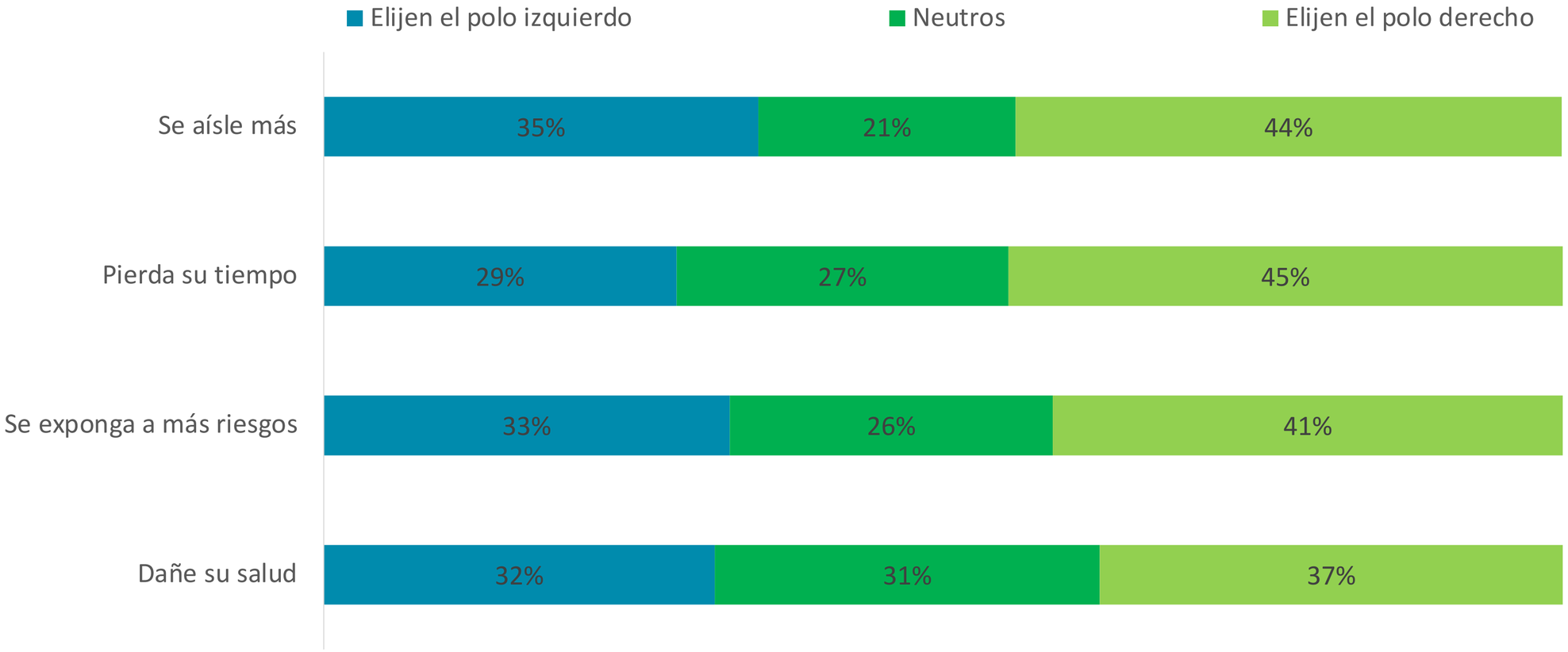
SENSACIONES QUE SE ASOCIAN A LA TECNOLOGÍA

- ¿Cuáles de las siguientes sensaciones las asocia con las tecnologías de información y comunicación?
- Respuesta Múltiple



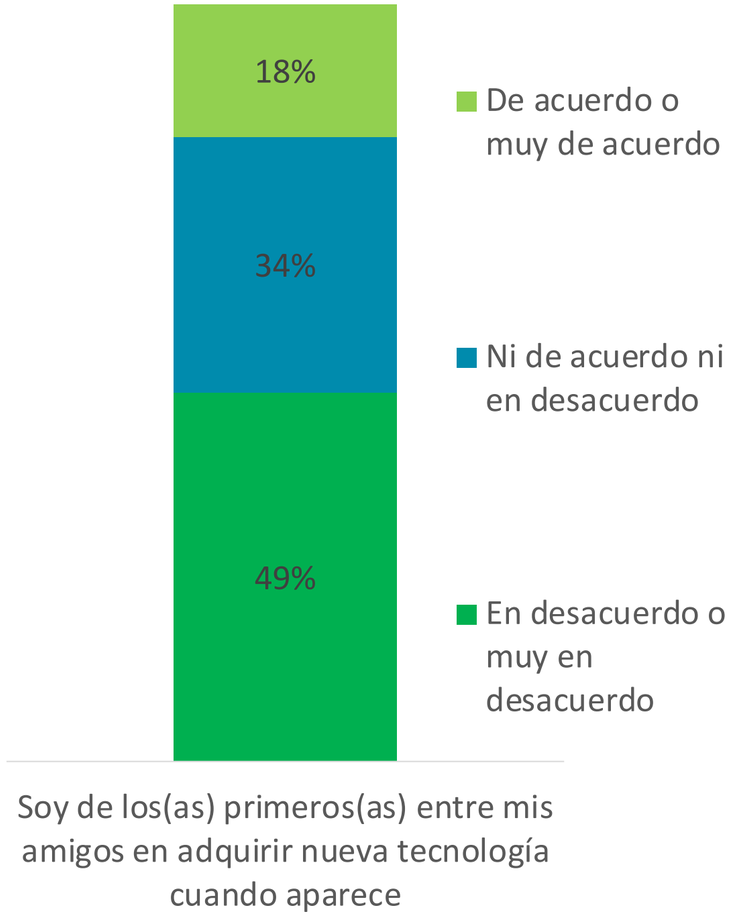
OPINIONES SOBRE EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA

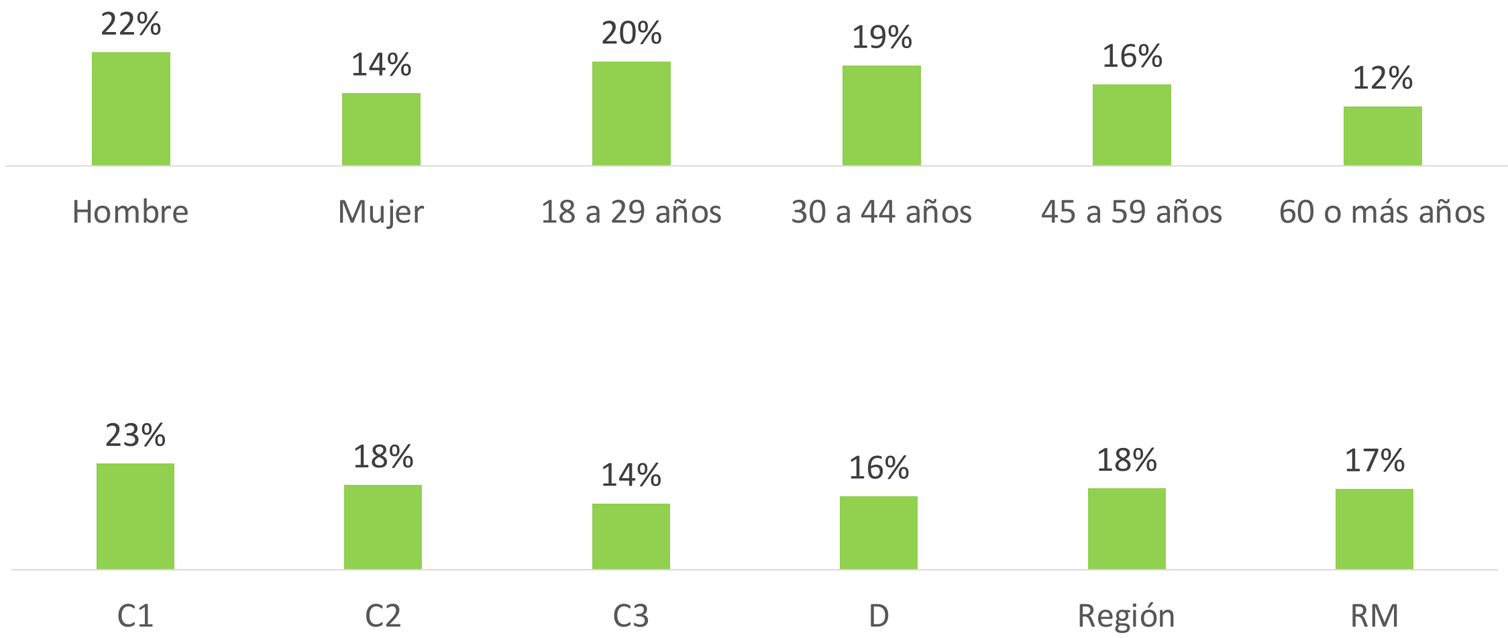
- ¿En qué grado usted cree que el uso de tecnologías de información y comunicación hace que la gente…?
- Respuesta única



ADOPCIÓN TEMPRANA DE LA TECNOLOGÍA

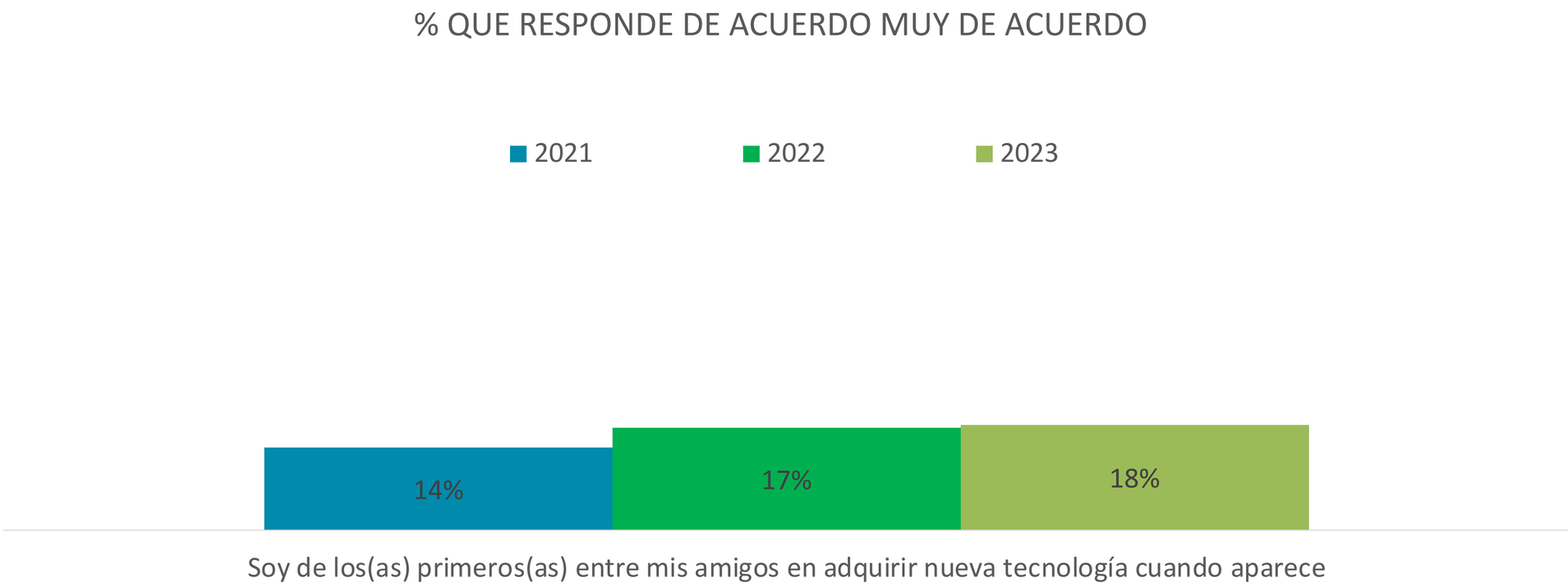
- ¿Cuál es su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones?
- Escala de 1 a 5; dónde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo"





ADOPCIÓN TEMPRANA DE LA TECNOLOGÍA

- ✓¿Cuál es su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones?
- ✓Escala de 1 a 5; dónde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo"



visión humana

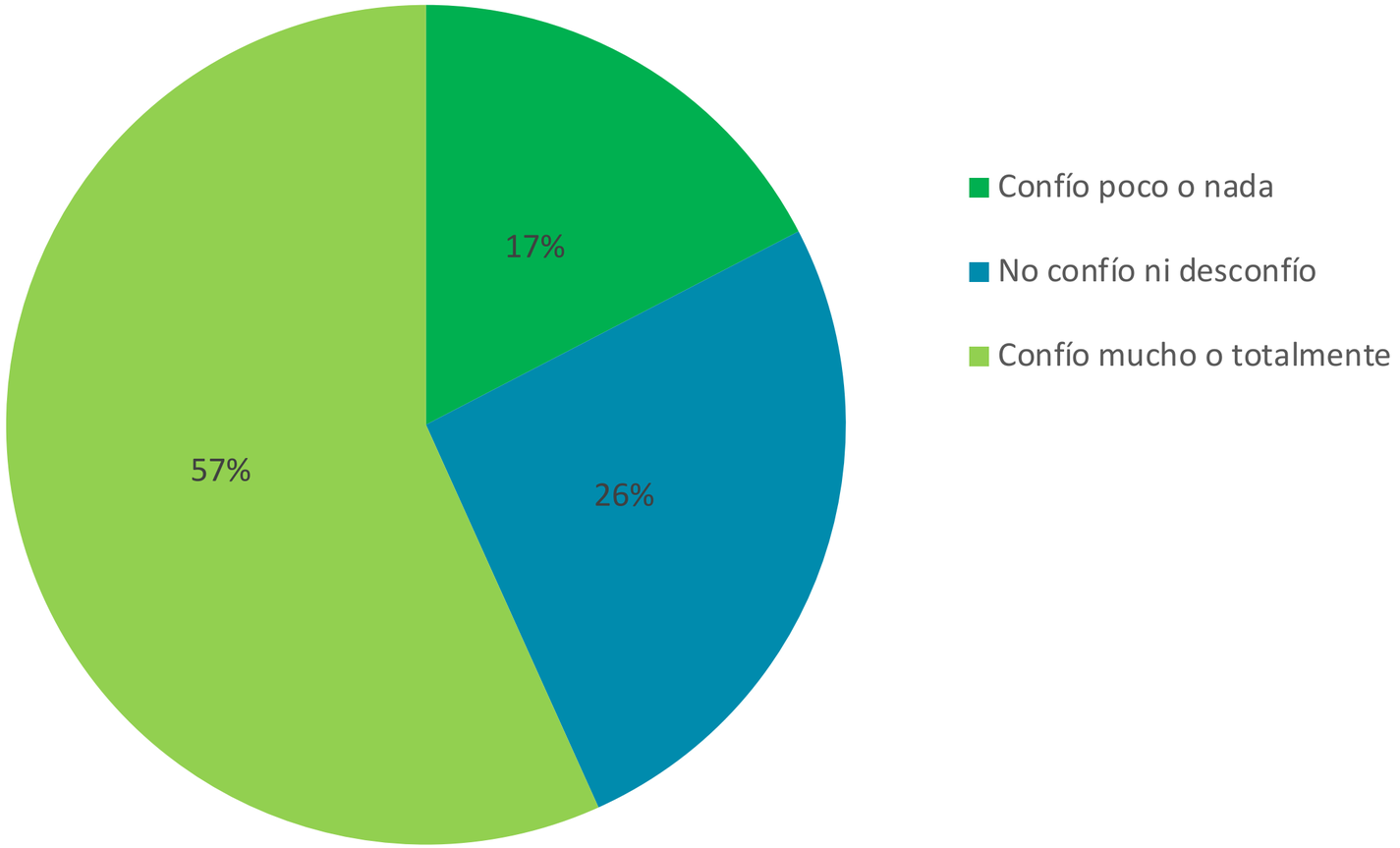
KIBERNUM

COMPRA

Y TECNOLOGÍA

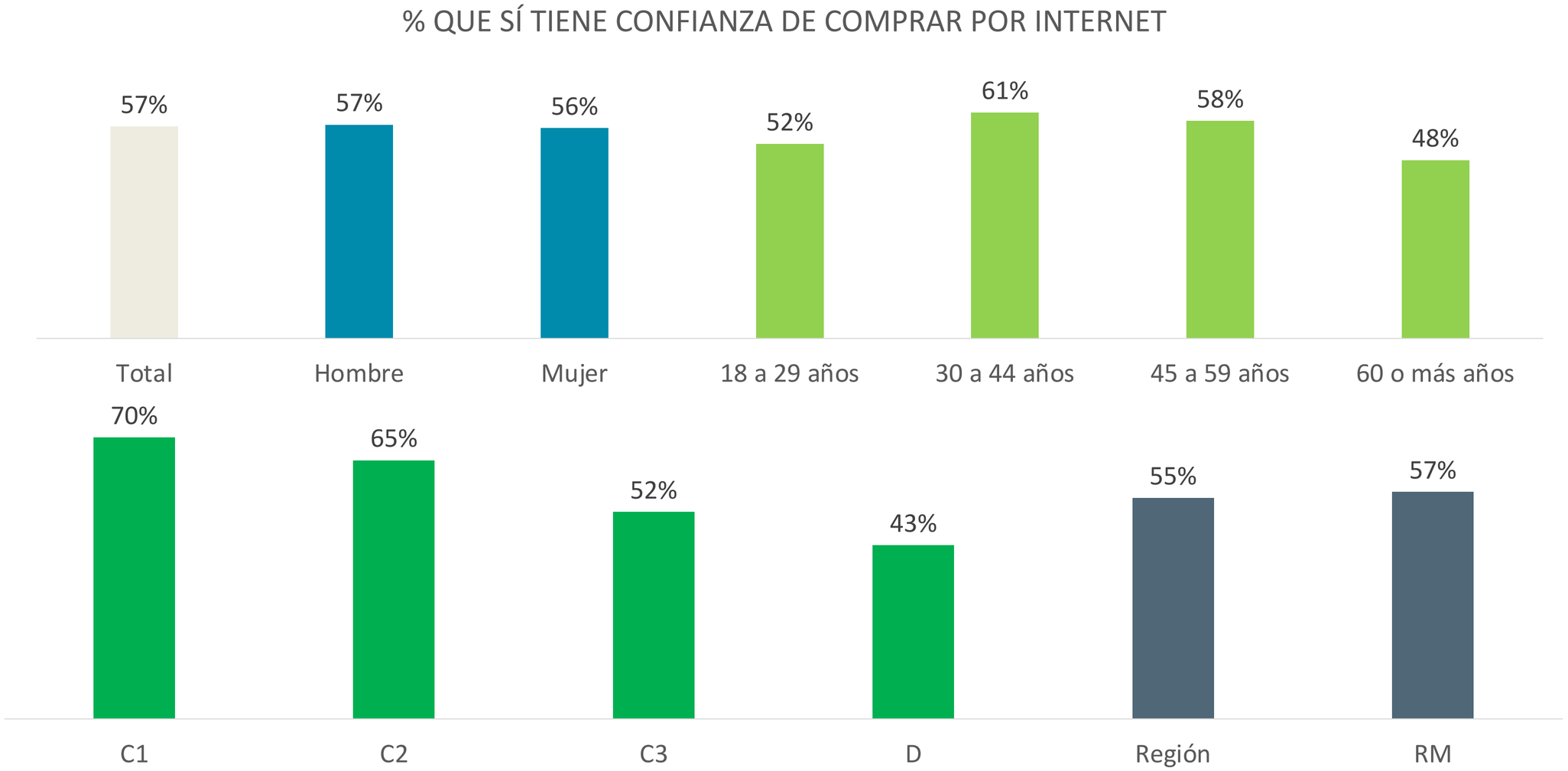
CONFIANZA EN LA COMPRA DIGITAL

✓¿Cuánto confía usted de comprar por Internet?
✓Respuesta única



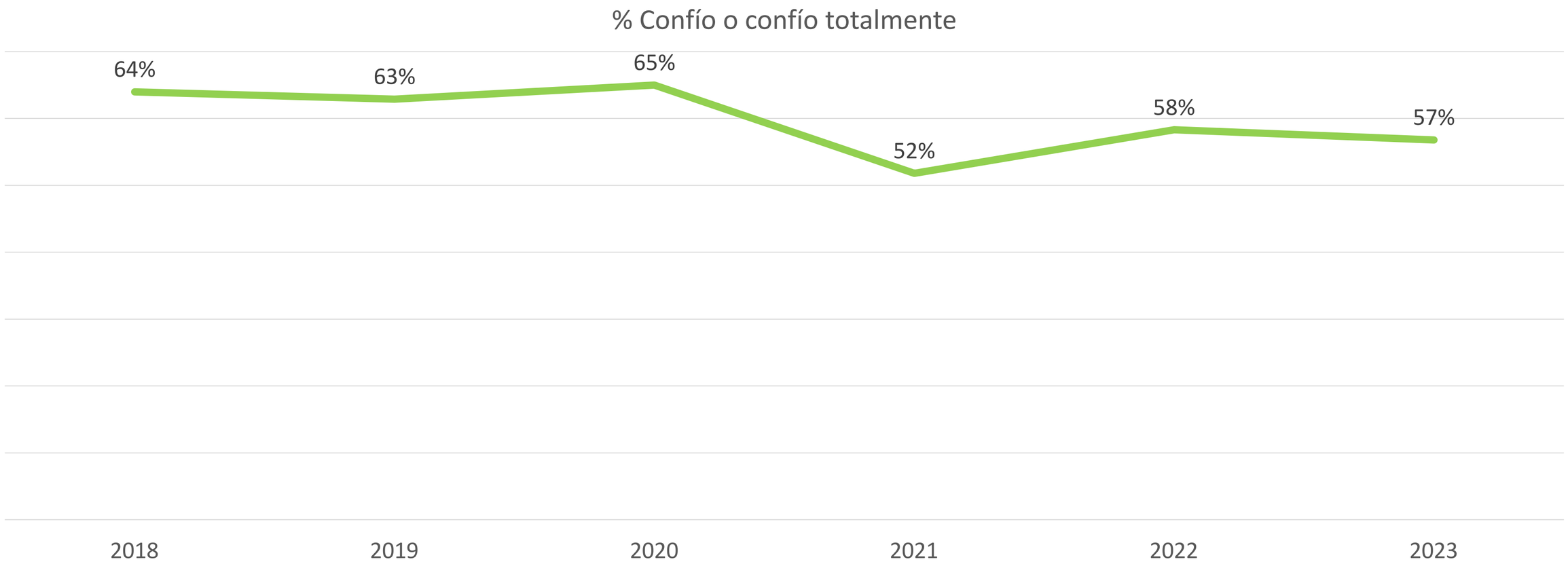
CONFIANZA EN LA COMPRA DIGITAL

- ✓¿Cuánto confía usted de comprar por Internet?
- ✓Respuesta única



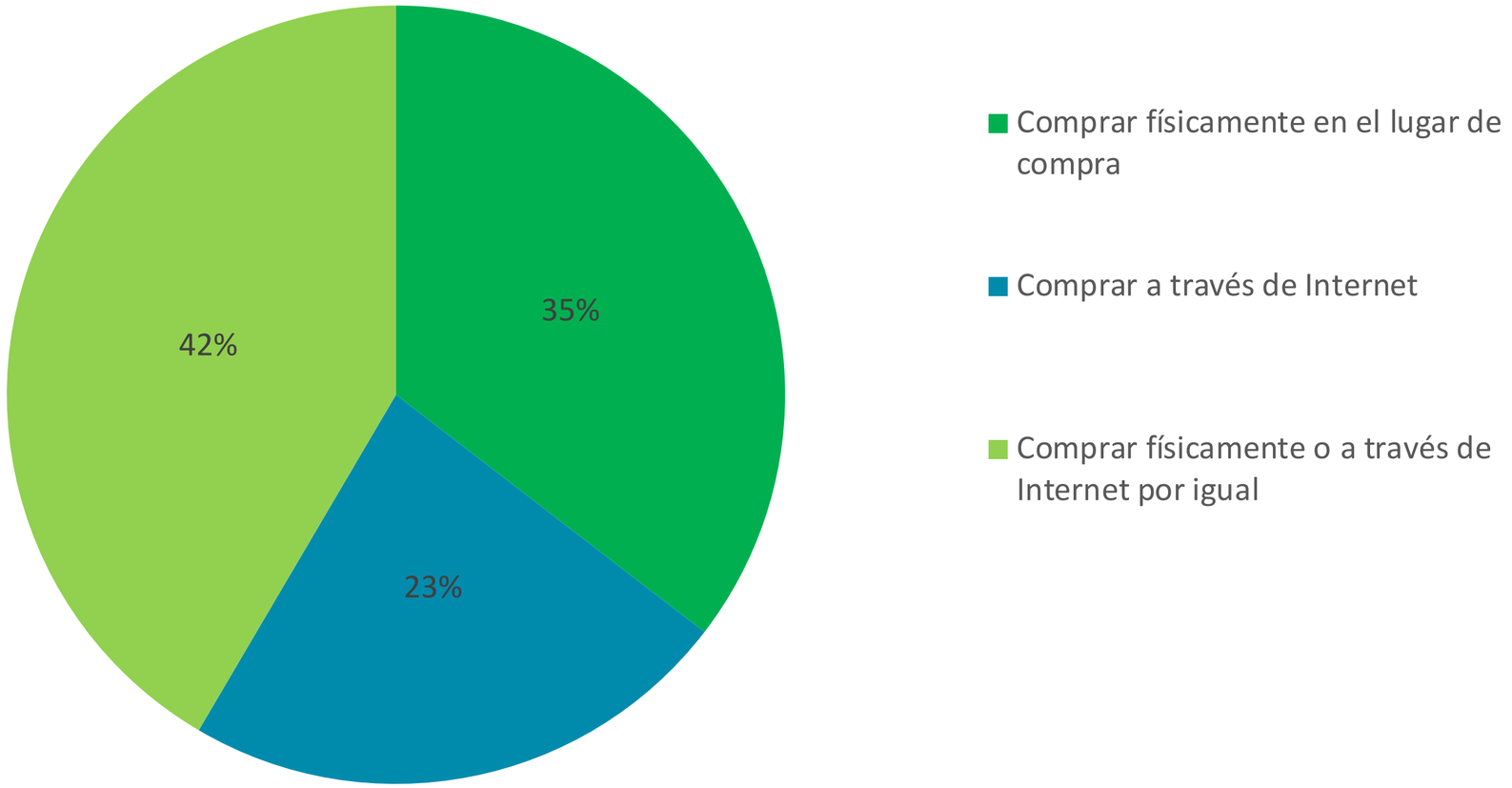
CONFIANZA EN LA COMPRA DIGITAL

- ✓¿Cuánto confía usted de comprar por Internet?
- ✓Respuesta única



PREFERENCIA DE FORMATO DE COMPRA

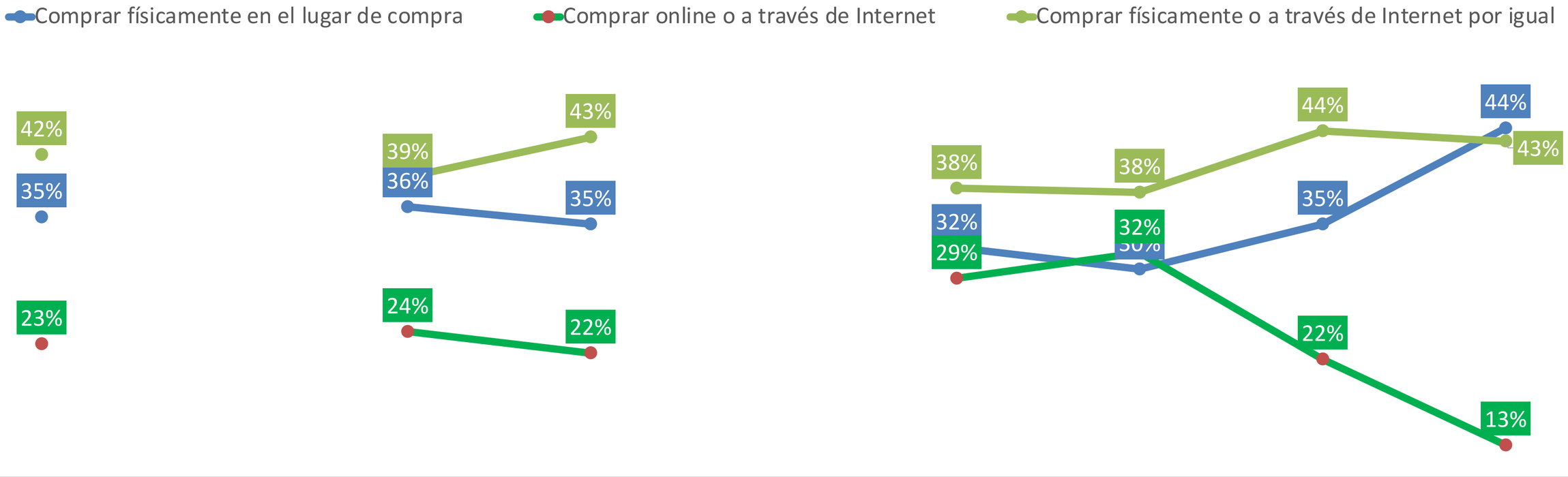
✓En general, usted diría que prefiere…
✓Respuesta única



PREFERENCIA DE FORMATO DE COMPRA

✓En general, usted diría que prefiere…
✓Respuesta única

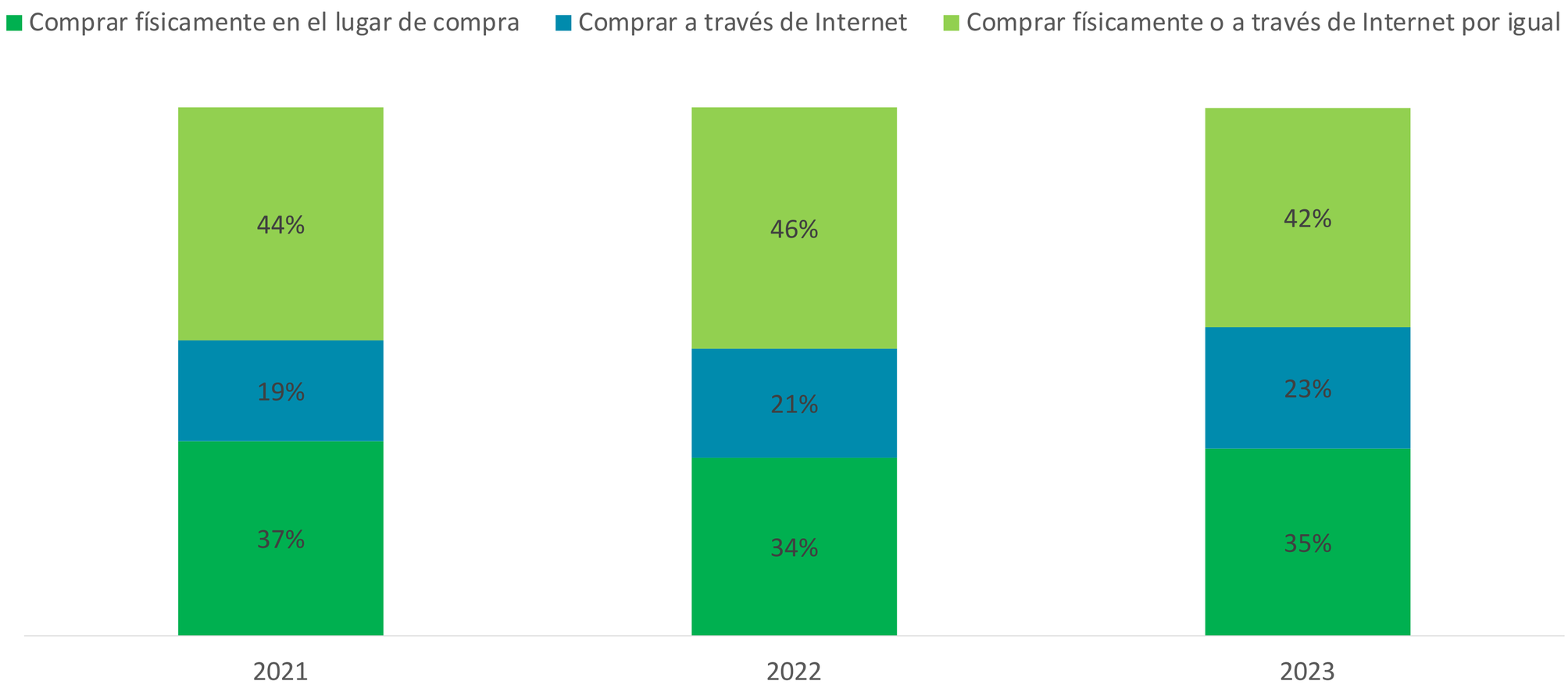
% QUE ELIGE CADA ALTERNATIVA



Generación Z: 18 a 21 años, Generación Y: 22 a 35 años, Generación X: 36 a 51 años, Generación BB: 52 a 65 años

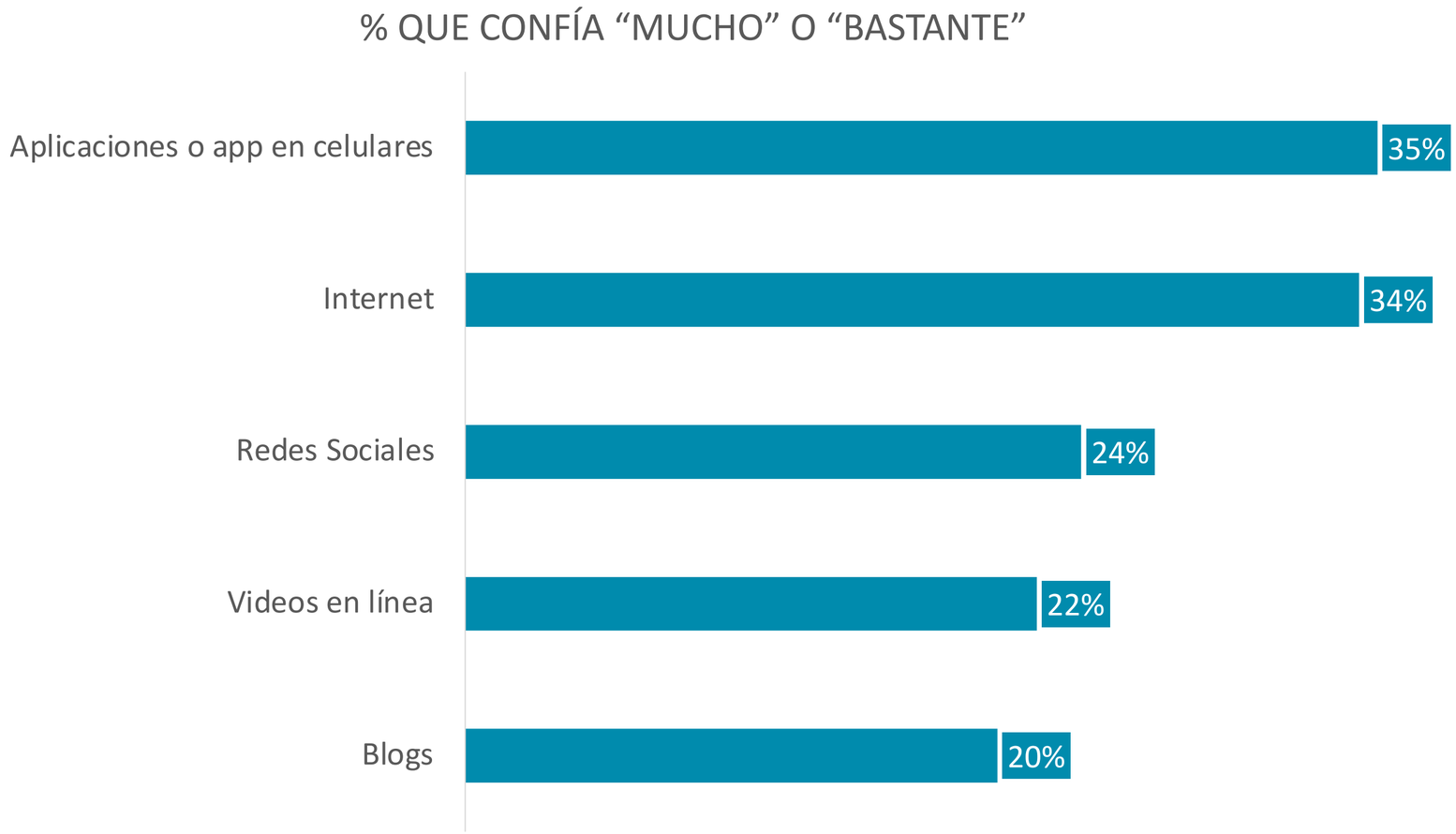
PREFERENCIA DE FORMATO DE COMPRA

✓En general, usted diría que prefiere…
✓Respuesta única



CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

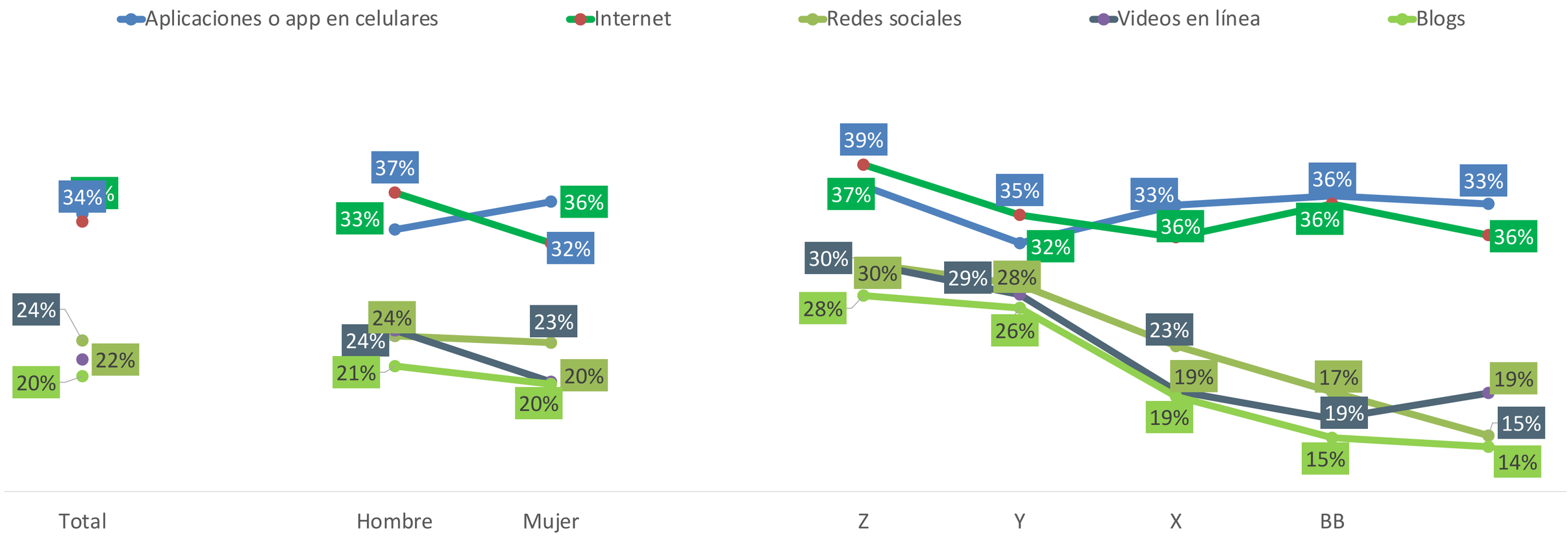
- ✓¿Cuánto confía usted en general en los siguientes medios de comunicación?
- ✓Escala de 1 a 5, donde 1 significa "No confío nada" y 5 "Confío totalmente"



CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

- ¿Cuánto confía usted en general en los siguientes medios de comunicación?
- Escala de 1 a 5, donde 1 significa "No confío nada" y 5 "Confío totalmente"

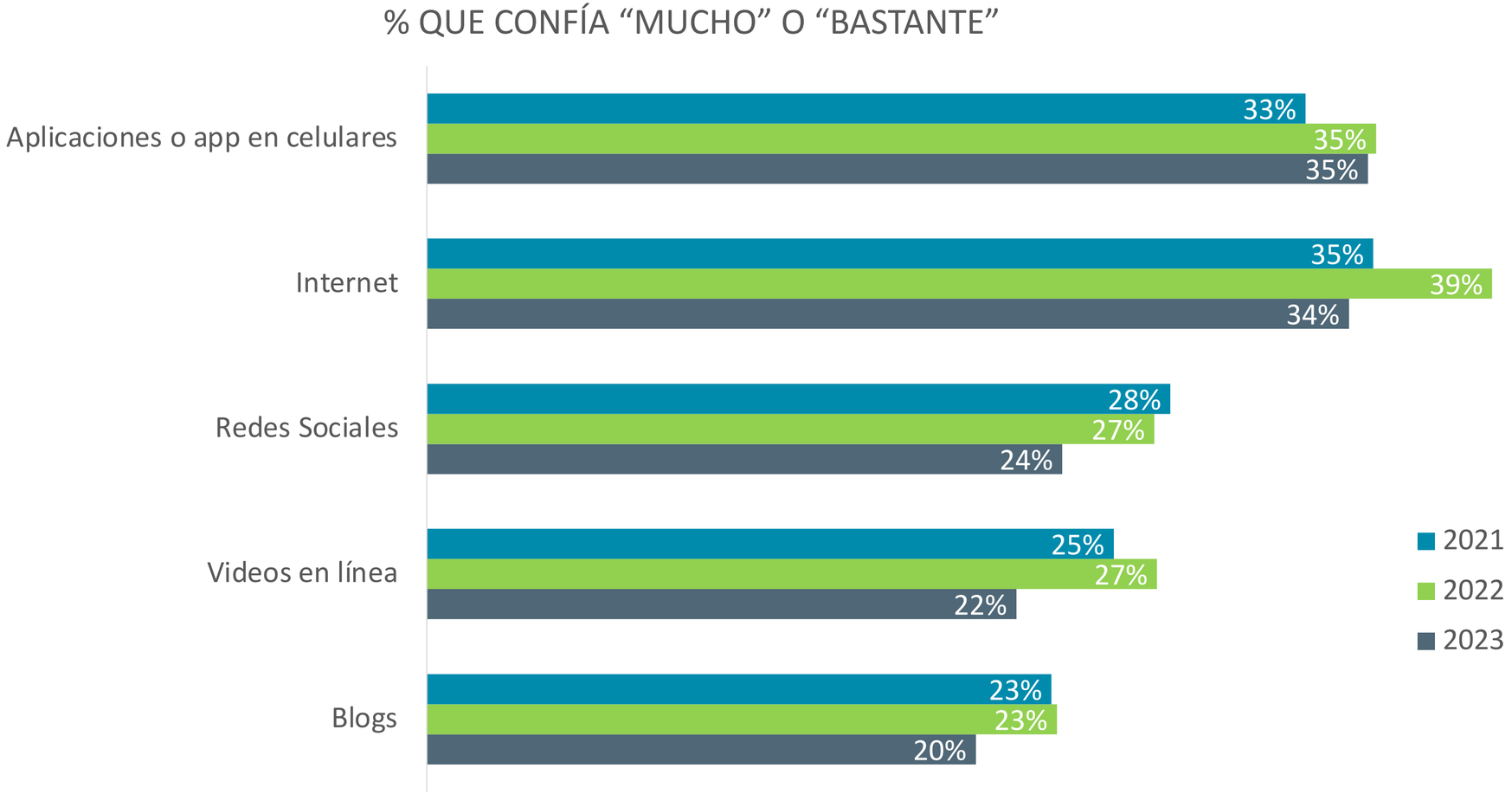
% QUE CONFÍA MUCHO O BASTANTE



Generación Z: 18 a 21 años, Generación Y: 22 a 35 años, Generación X: 36 a 51 años, Generación BB: 52 a 65 años

CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

- ✓¿Cuánto confía usted en general en los siguientes medios de comunicación?
- ✓Escala de 1 a 5, donde 1 significa "No confío nada" y 5 "Confío totalmente"

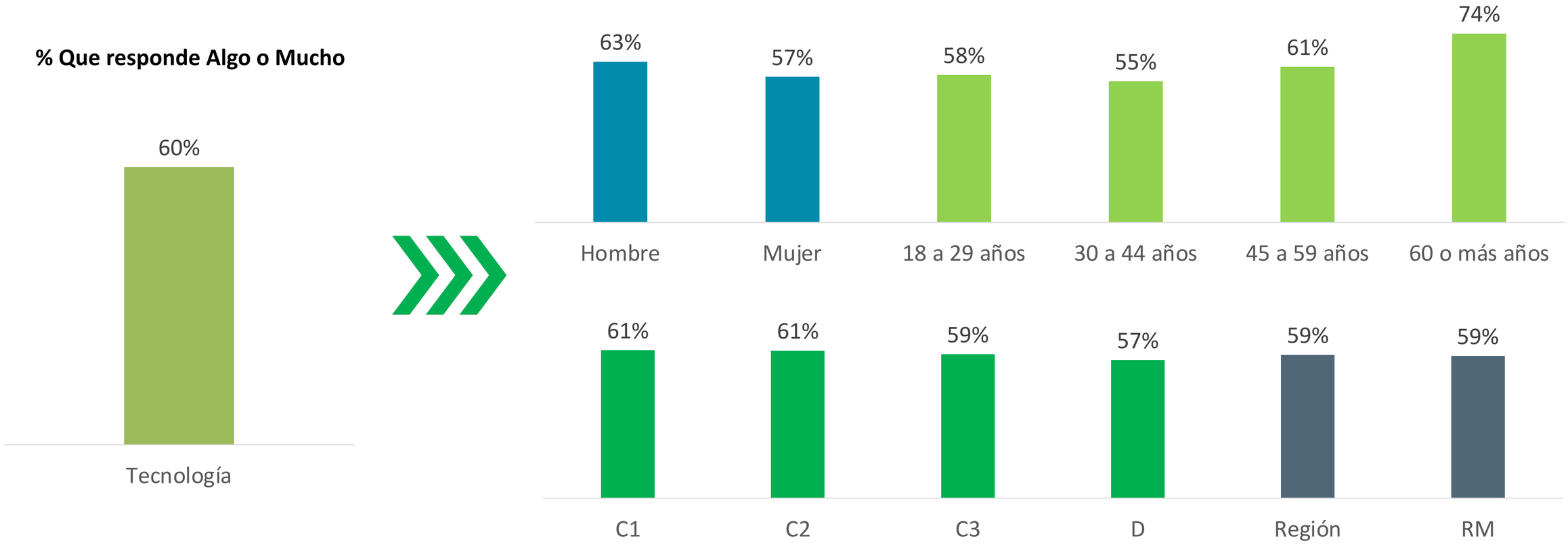


RANKING DE SECTORES VINCULADOS A TECNOLOGÍA

- ✓¿Cómo evaluaría el grado en que los siguientes rubros de empresas contribuyen al bienestar de la sociedad o el bien común?
- ✓Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

RANKING DE SECTORES SEGÚN SU CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

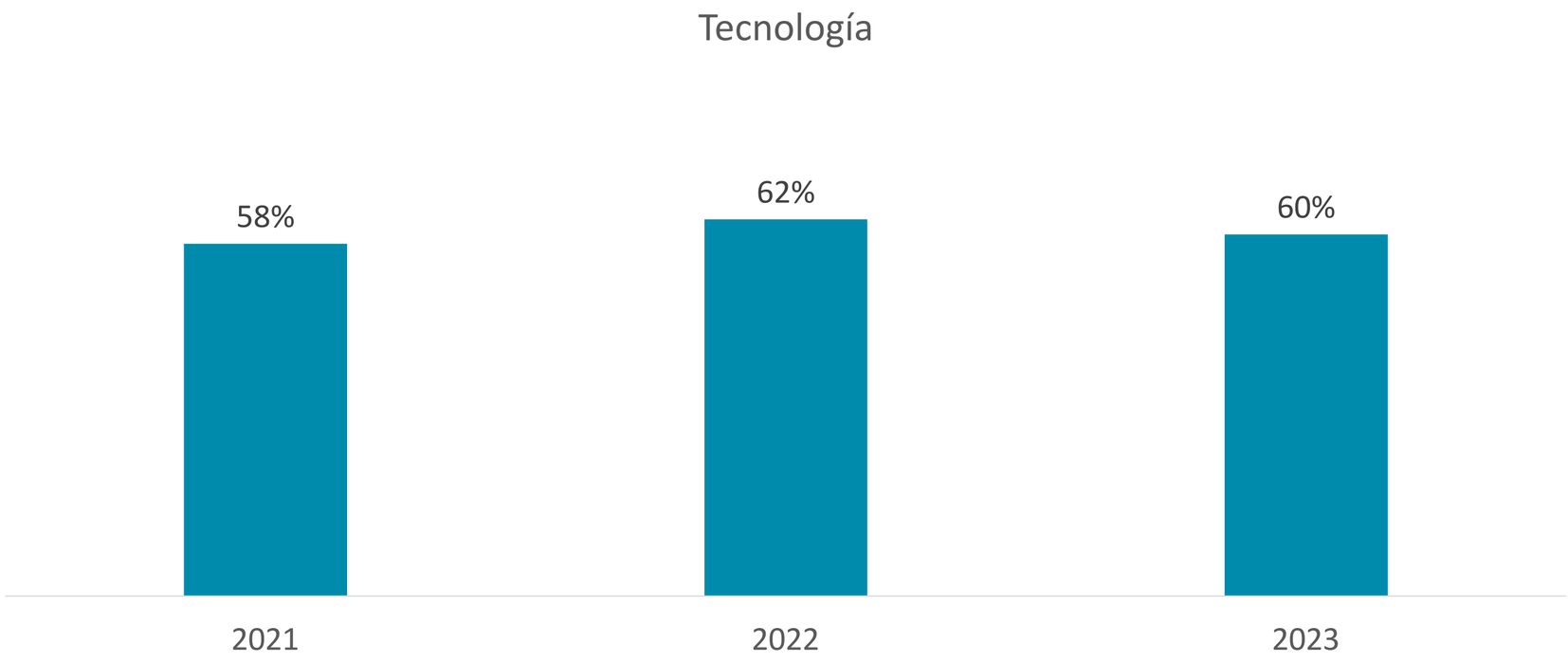
- ¿Cómo evaluaría el grado en que los siguientes rubros de empresas contribuyen al bienestar de la sociedad o el bien común?
- Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"



RANKING DE SECTORES SEGÚN SU CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

- ✓¿Cómo evaluaría el grado en que los siguientes rubros de empresas contribuyen al bienestar de la sociedad o el bien común?
- ✓Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Mucho"

% Que responde Algo o Mucho



visión humana

KIBERNUM

SEGMENTACIÓN

EN BASE AL VÍNCULO DE LA TECNOLOGÍA

ANÁLISIS DE CLUSTERIZACIÓN

Objetivo del análisis

Identificar los segmentos de personas que existen en base al vínculo de uso y actitud general hacia las tecnologías de información y comunicación

Preguntas utilizadas para la clusterización

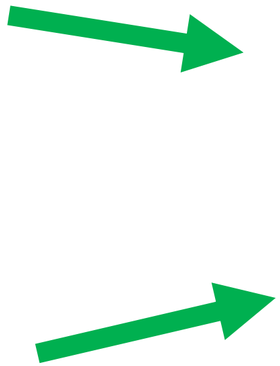
4 segmentos resultantes

Usos de la tecnología

¿Cuáles de los siguientes usos usted acostumbra a darle a las tecnologías de información y comunicación?

Sensaciones de la tecnología

¿Cuáles de las siguientes sensaciones las asocia con las tecnologías de información y comunicación?



- TecnoIntensivos
- TecnoSociales
- TecnoProductivos
- TecnoResistentes

ANÁLISIS DE CLUSTERIZACIÓN

Objetivo del análisis

Identificar los segmentos de personas que existen en base al vínculo de uso y actitud general hacia las tecnologías de información y comunicación

Preguntas utilizadas para la clusterización

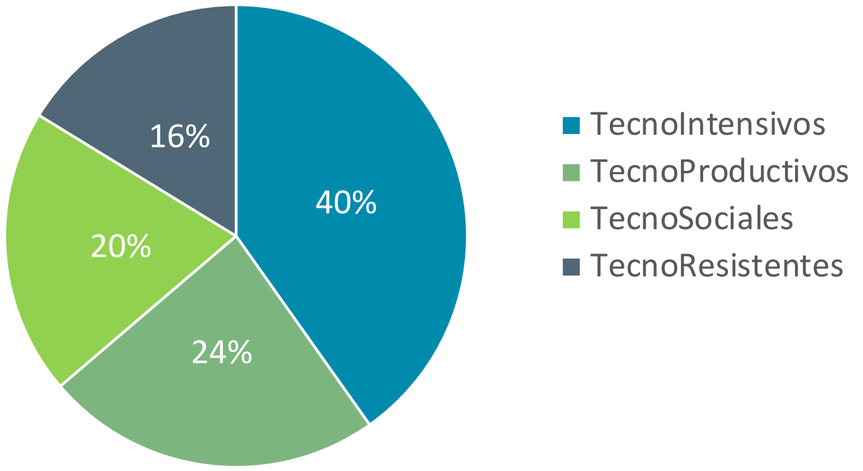
Usos de la tecnología

¿Cuáles de los siguientes usos usted acostumbra a darle a las tecnologías de información y comunicación?

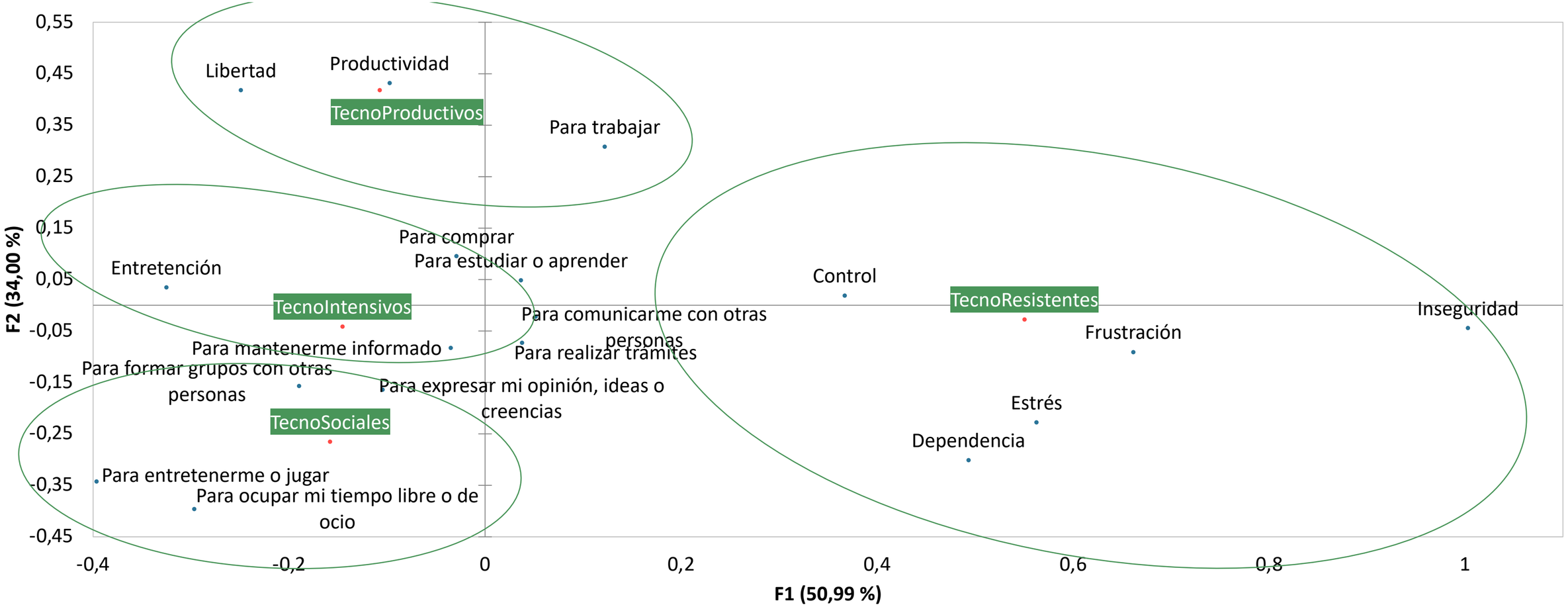
Sensaciones de la tecnología

¿Cuáles de las siguientes sensaciones las asocia con las tecnologías de información y comunicación?

4 segmentos resultantes

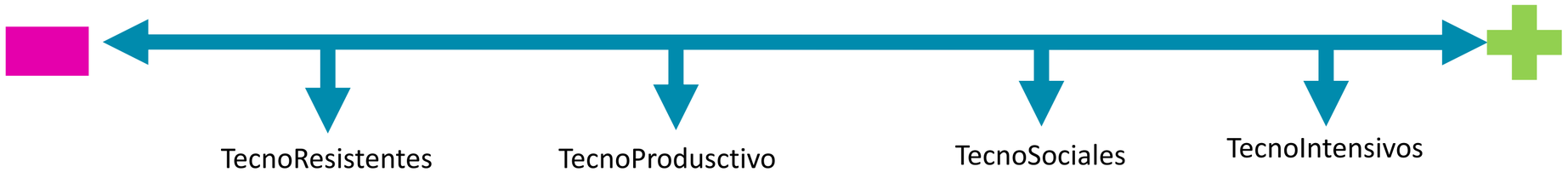


MAPA DE POSICIONAMIENTO DE SEGMENTOS IDENTIFICADOS

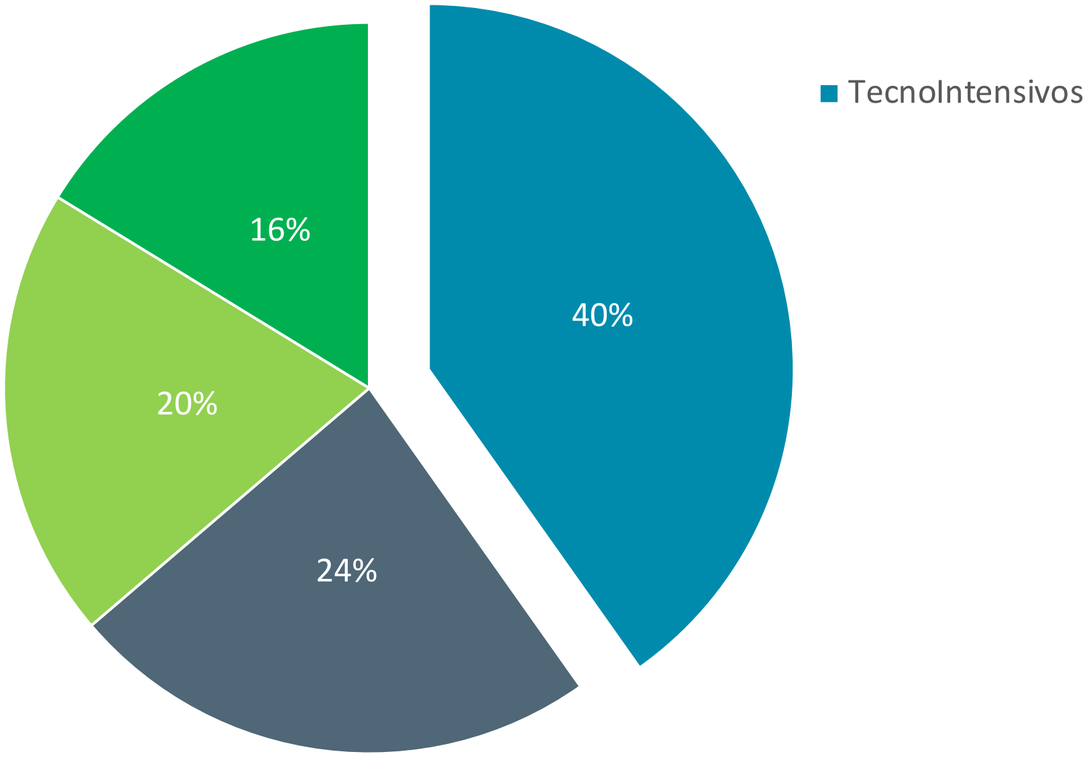


DESCRIPCIÓN RESUMIDA DE LOS SEGMENTOS

Diversidad de uso y actitud hacia las tecnologías de la información y comunicación



DESCRIPCIÓN RESUMIDA DE LOS SEGMENTOS

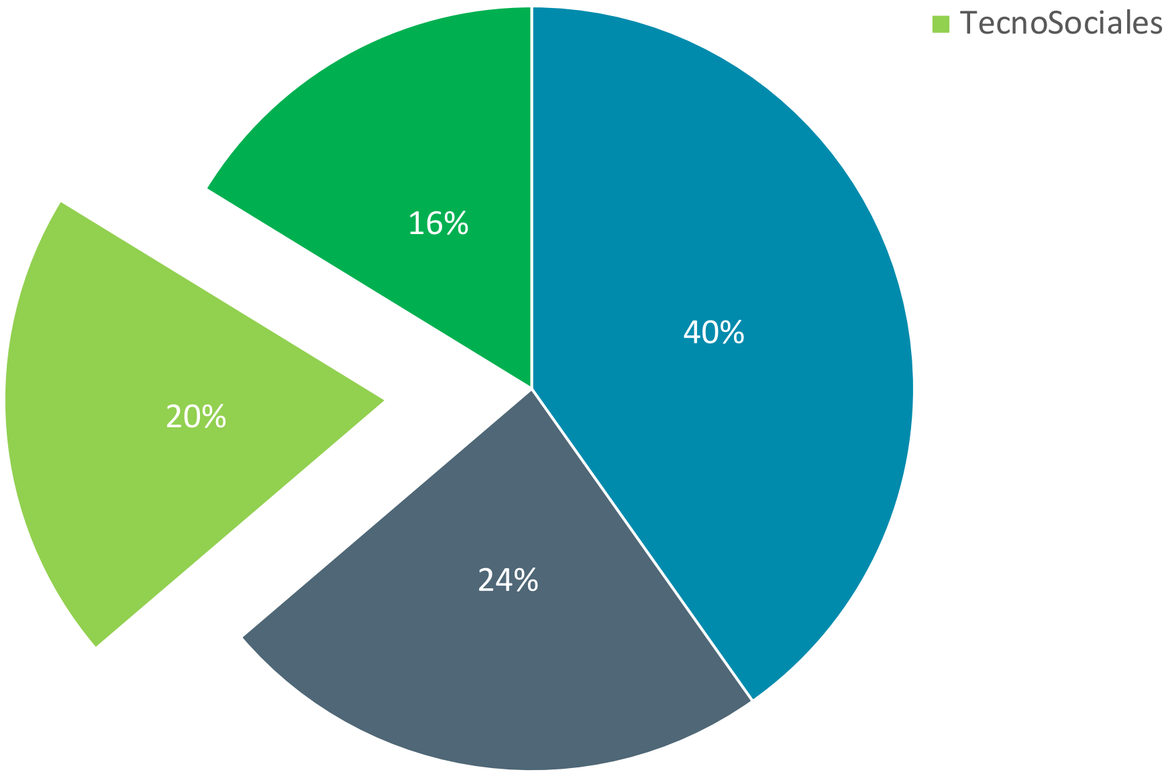


Destacan por tener un nivel socioeconómico más alto en comparación con los otros segmentos, lo que influye en su acceso y uso más avanzado y diverso de la tecnología.

Este grupo establece un vínculo emocional positivo con la tecnología, viéndola como una herramienta integral en su vida cotidiana.

Su uso de la tecnología es amplio y sofisticado, abarcando desde la búsqueda de información hasta la realización de trámites y la comunicación con otros.

DESCRIPCIÓN RESUMIDA DE LOS SEGMENTOS

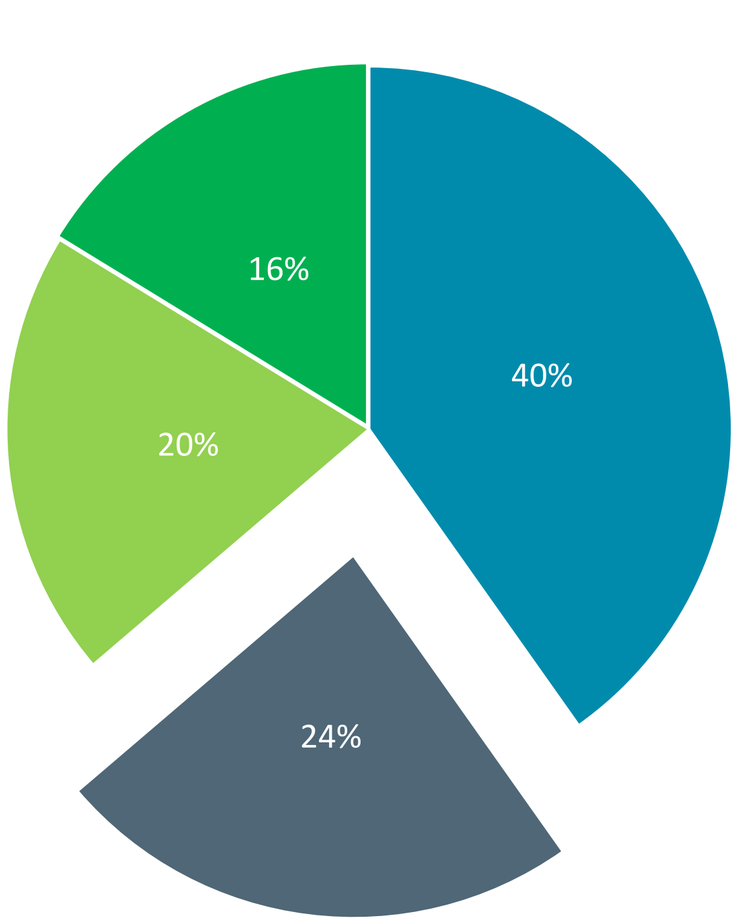


Constituyen un segmento diverso, con una ligera preponderancia de mujeres y una proporción ligeramente mayor de jóvenes y adultos mayores a la vez.

Caracterizados por un uso razonable de la tecnología, encuentran en estos dispositivos una fuente de conexión con otros, entretenimiento, una manera de ocupar su tiempo de ocio y una plataforma para expresar sus opiniones.

Su relación con la tecnología está marcada por la conexión social y la formación de grupos virtuales con otros afines y la búsqueda de fines lúdicos.

DESCRIPCIÓN RESUMIDA DE LOS SEGMENTOS

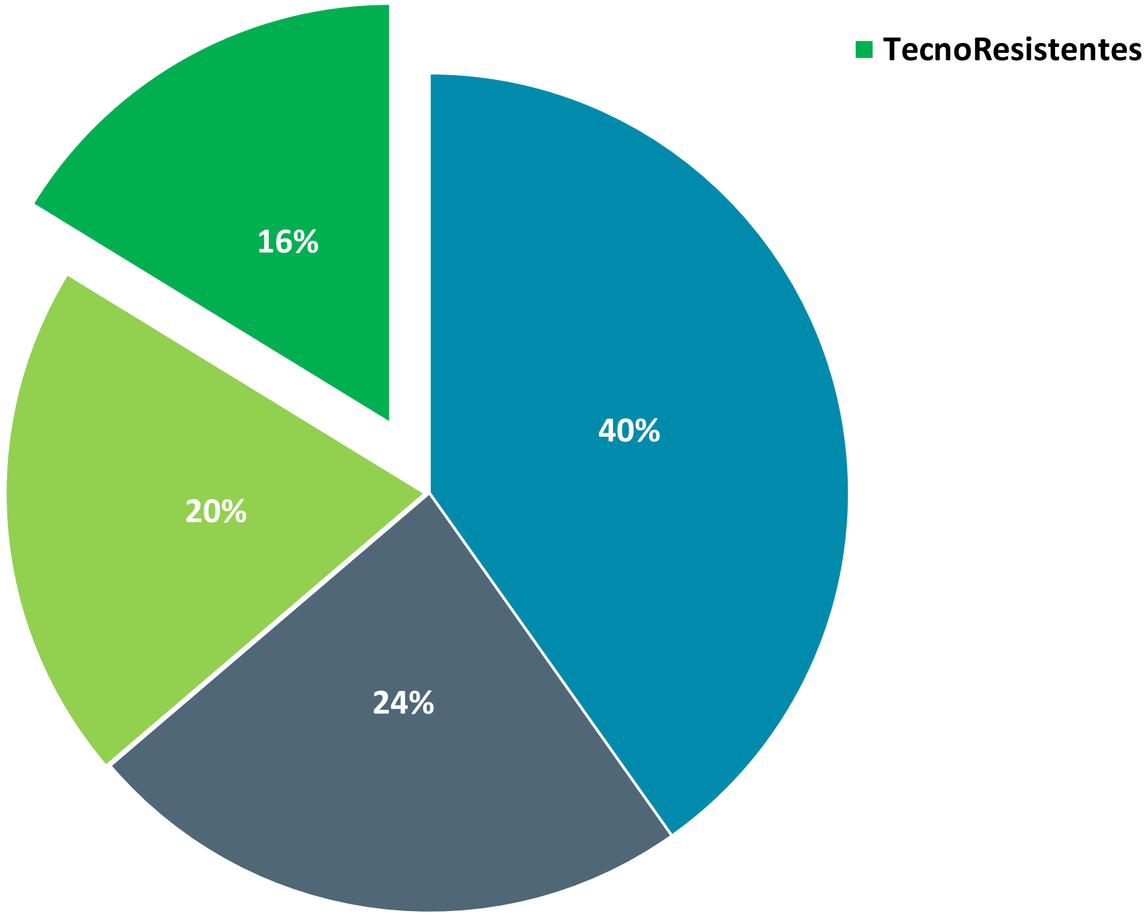


Constituyen un segmento con una leve preponderancia de hombres y personas de 30 a 44 años.

Perciben a la tecnología como una aliada esencial en su jornada diaria, adoptándola con el propósito claro de mejorar su eficiencia en el trabajo o realización de tareas.

Su relación con la tecnología está fundamentada en la utilización de herramientas digitales avanzadas, aplicaciones especializadas y dispositivos de última generación para optimizar tareas profesionales y alcanzar metas personales.

DESCRIPCIÓN RESUMIDA DE LOS SEGMENTOS

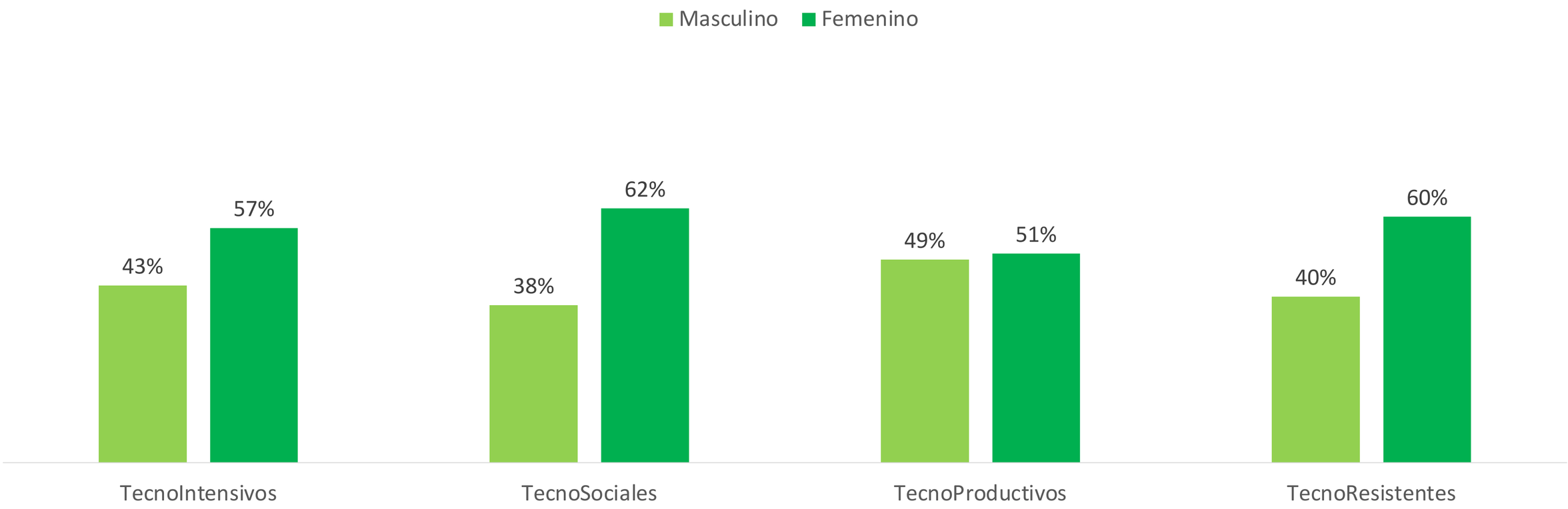


Conforman un segmento con una leve mayor proporción de mujeres similar y de personas con una edad ligeramente más avanzada que el resto de los segmentos.

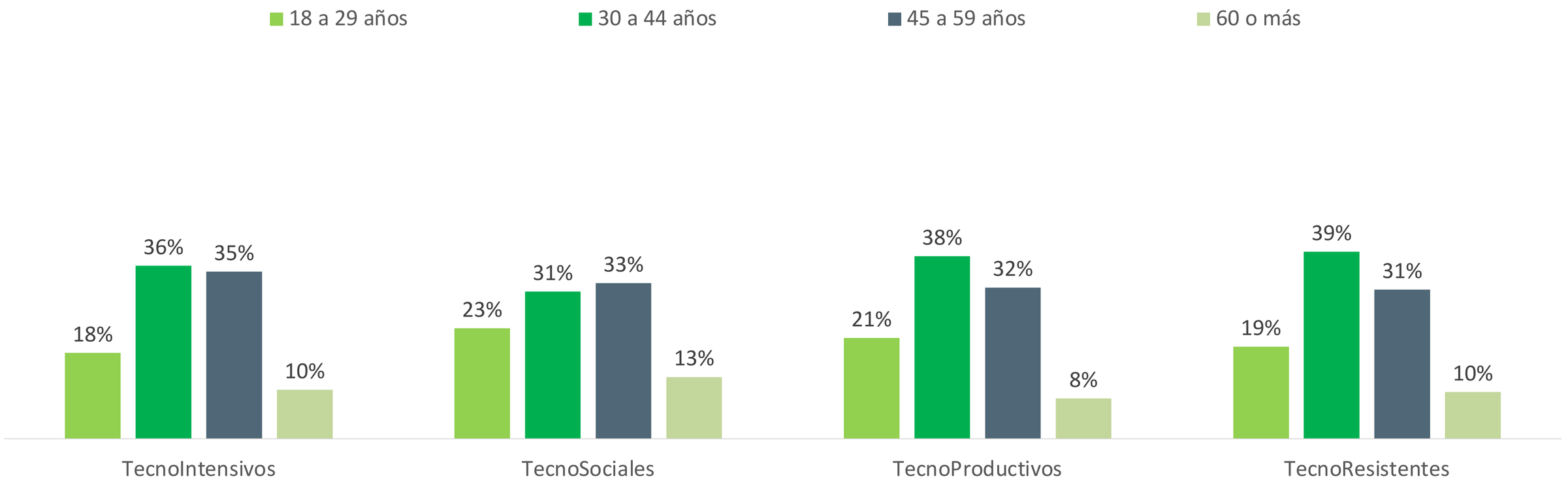
Este segmento se caracteriza por mostrar un interés limitado en la tecnología, utilizándola más por obligación que por elección.

Aunque pueden poseer habilidades tecnológicas básicas, experimentan la interacción con la tecnología de manera poco satisfactoria. Esta resistencia puede deberse a diversas razones, como falta de familiaridad, experiencias previas negativas o simplemente una percepción de la tecnología como una fuente de complicaciones o riesgos.

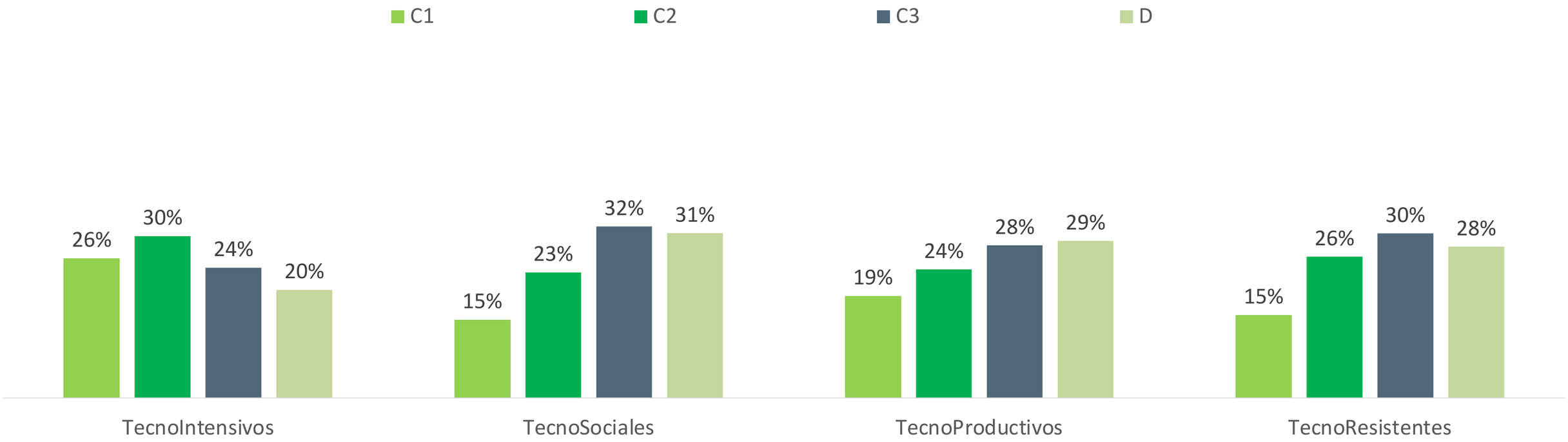
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS SEGMENTOS



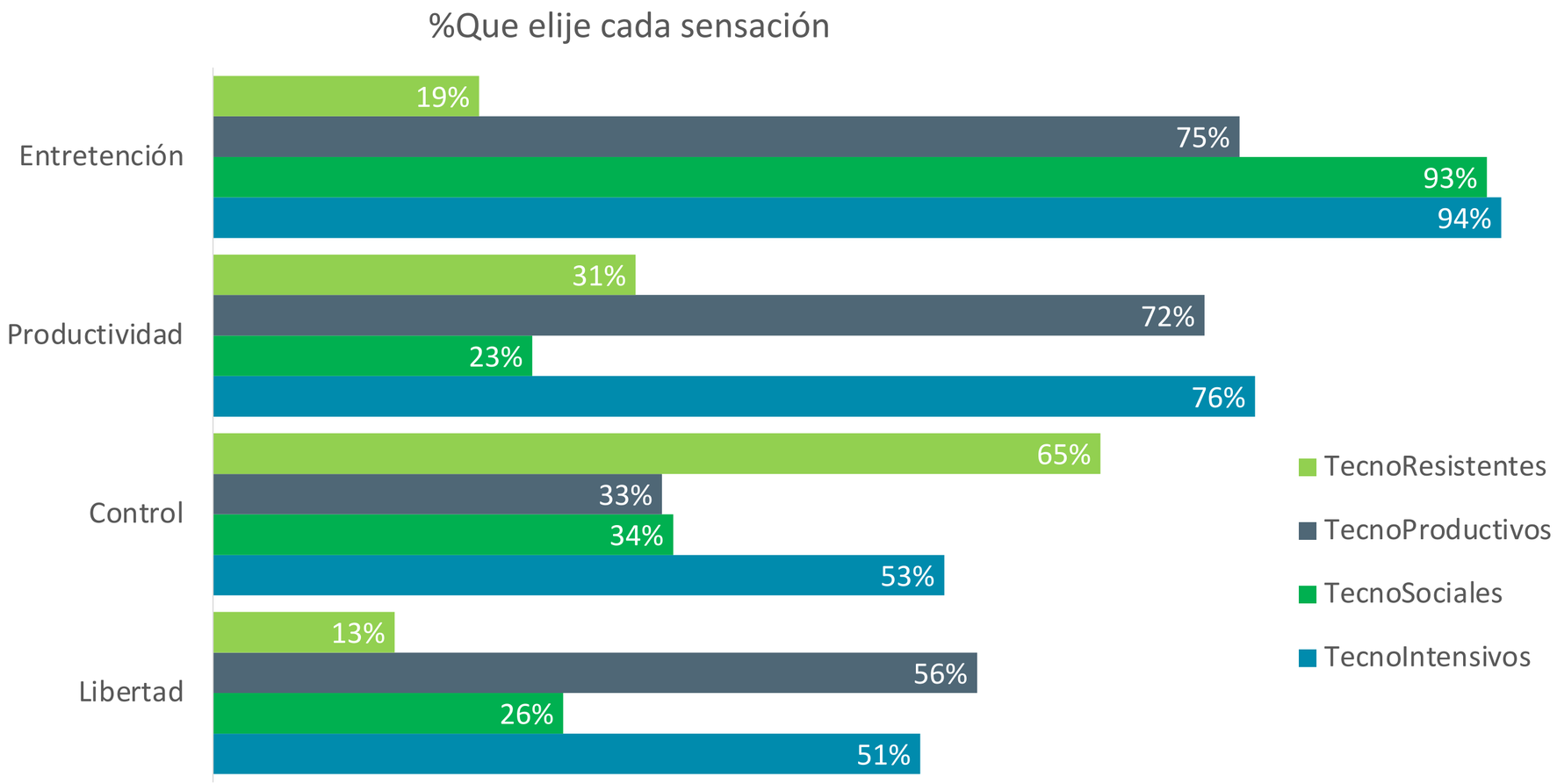
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS SEGMENTOS



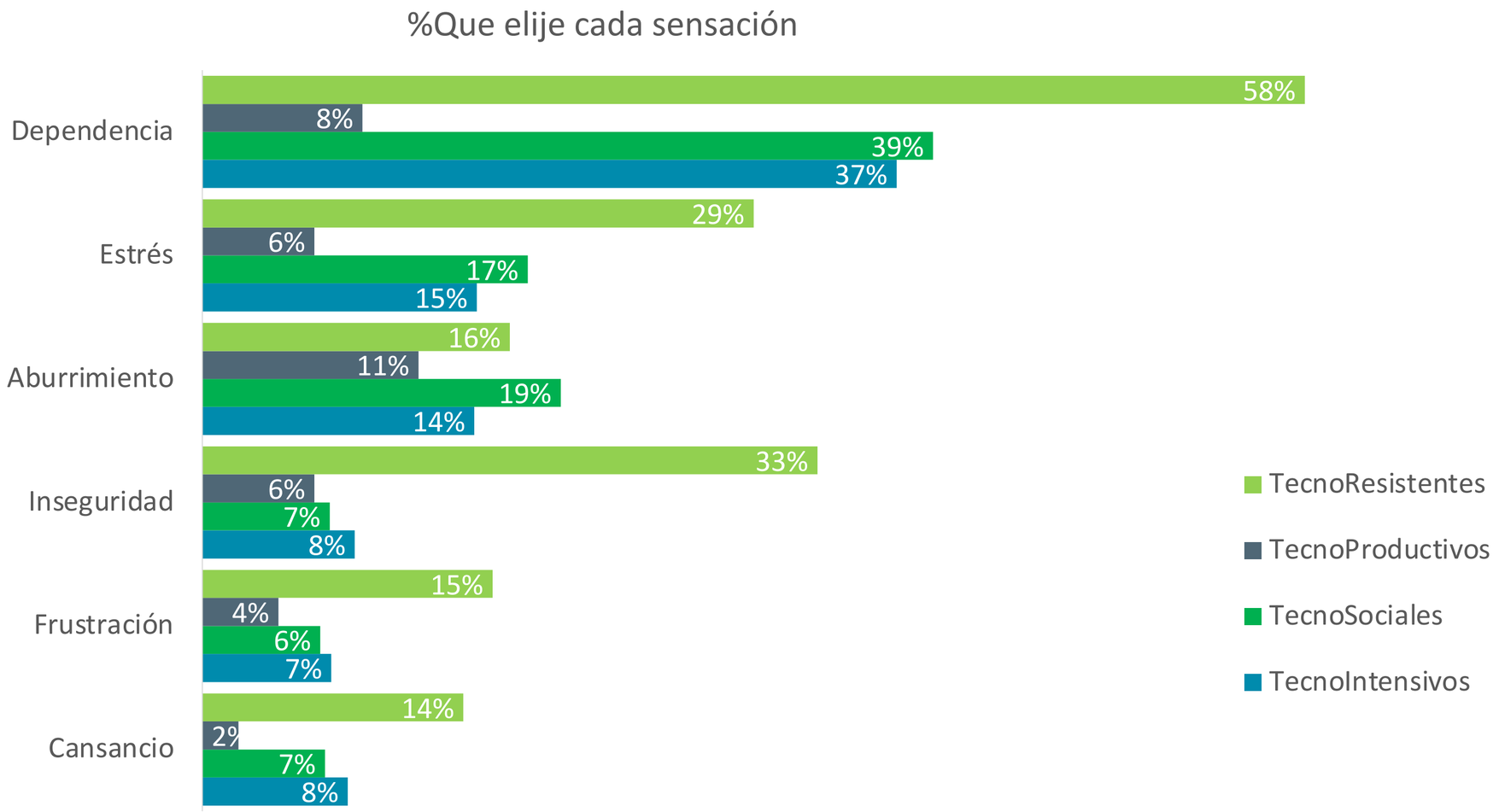
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS SEGMENTOS



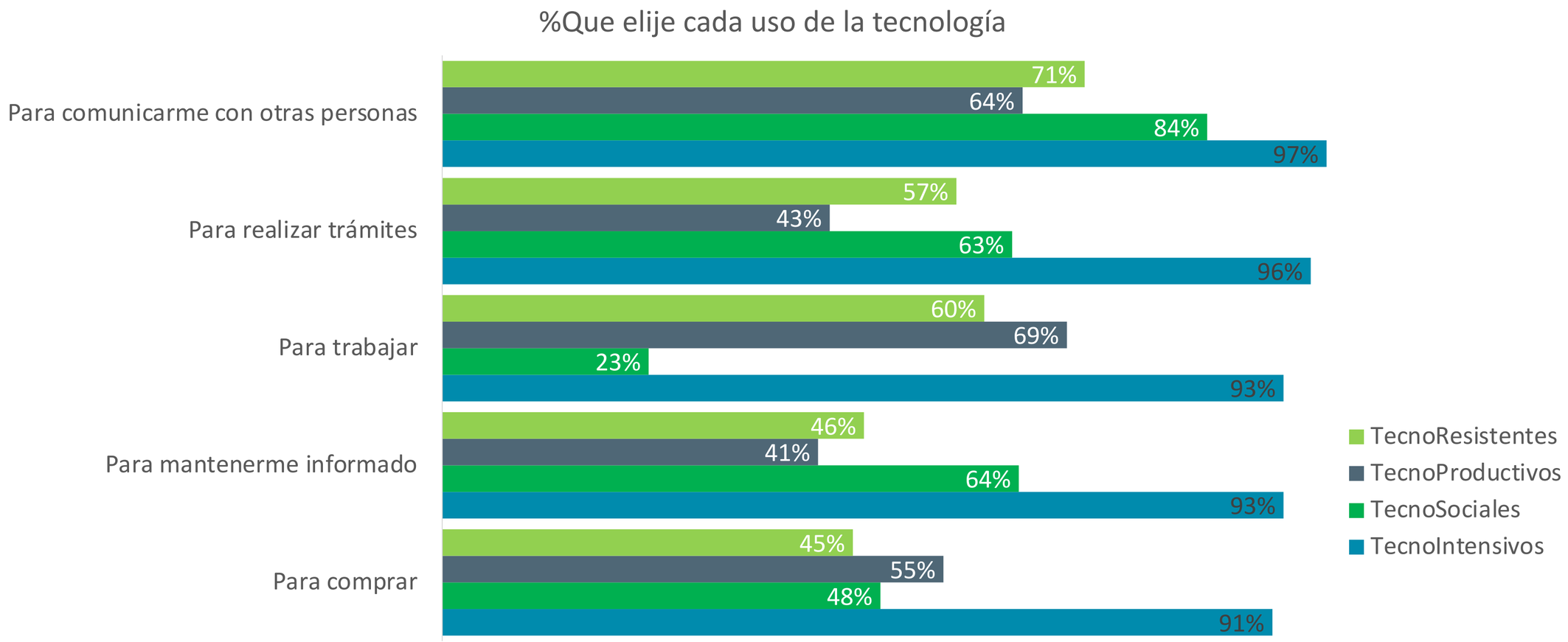
SENSACIONES POSITIVAS HACIA LA TECNOLOGÍA DE LOS SEGMENTOS



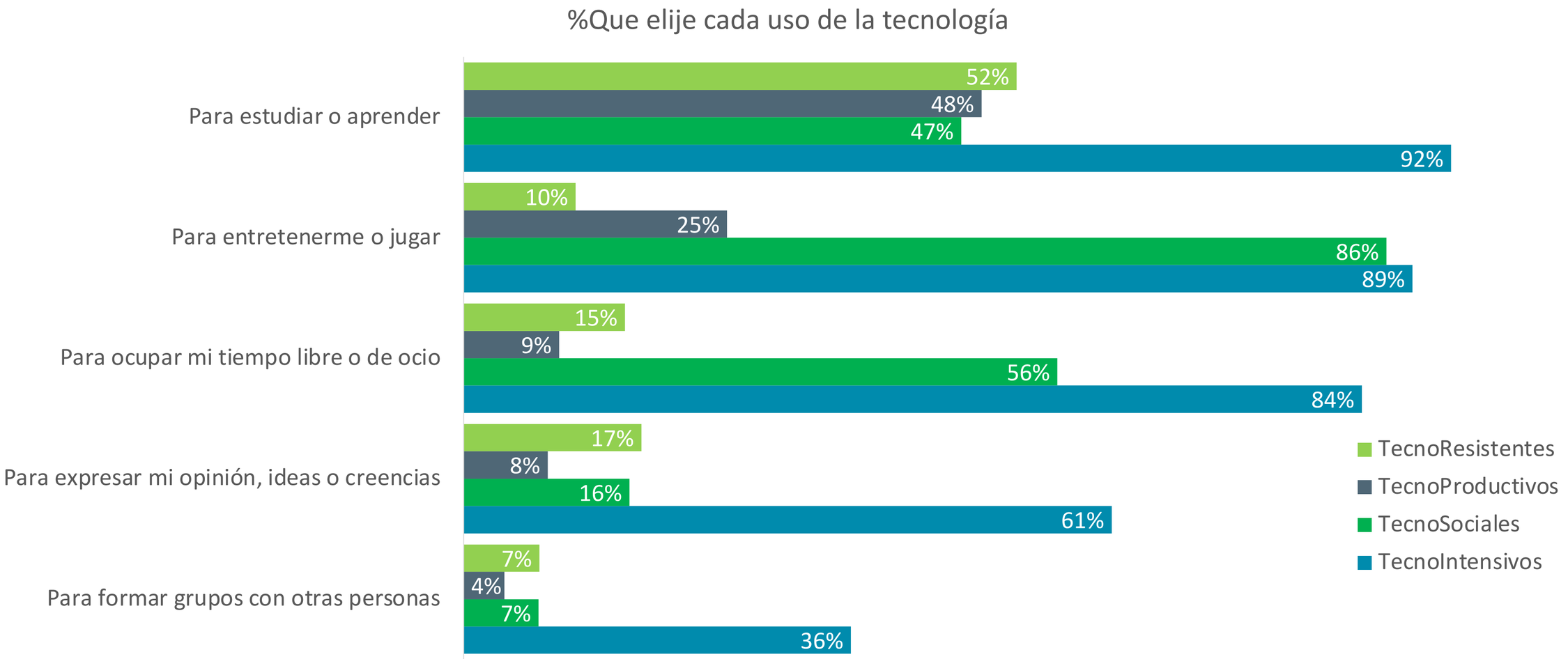
SENSACIONES NEGATIVAS HACIA LA TECNOLOGÍA DE LOS SEGMENTOS



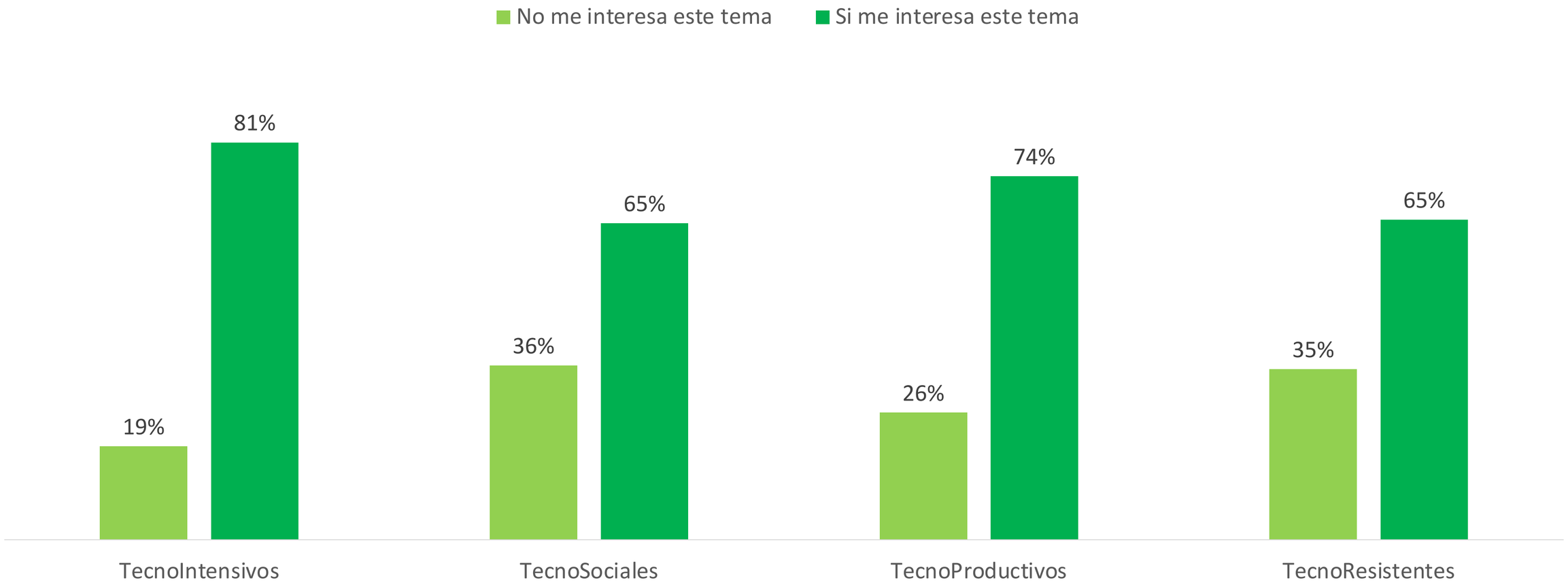
TIPOS DE USOS DE LA TECNOLOGÍA DE LOS SEGMENTOS



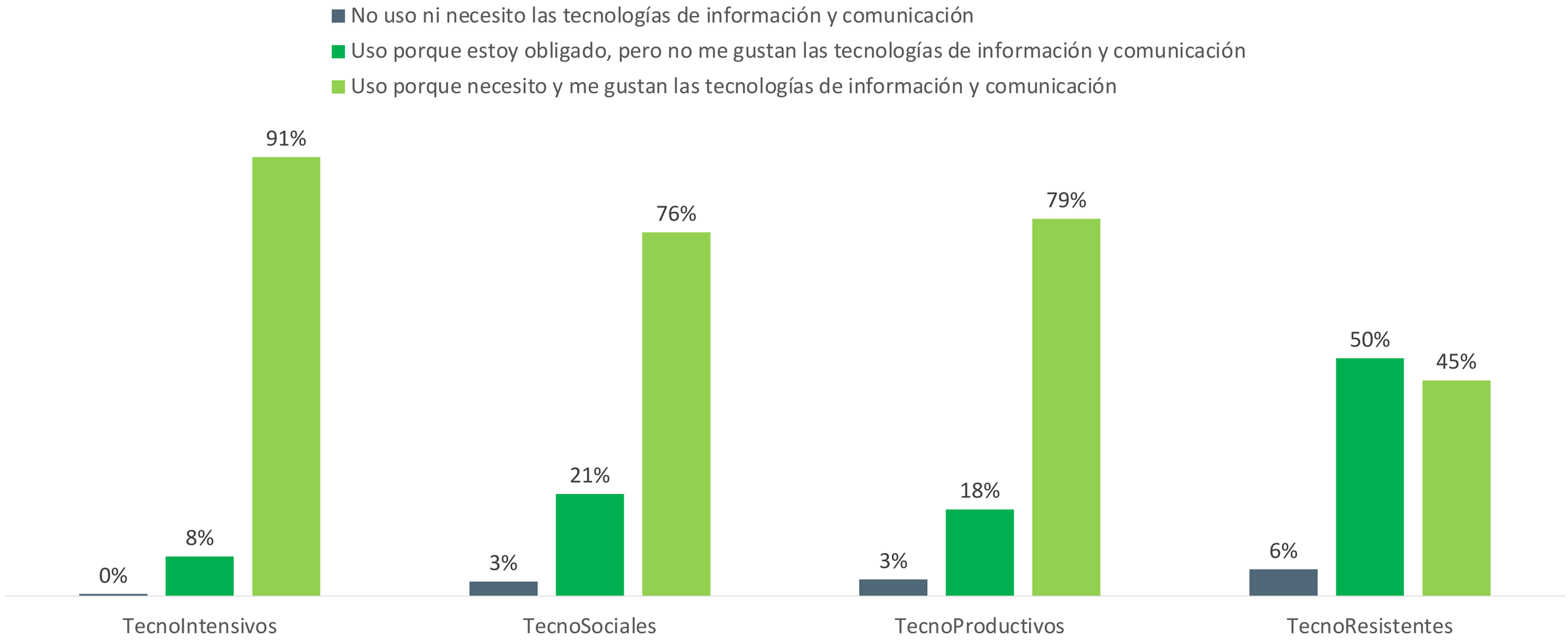
TIPOS DE USOS DE LA TECNOLOGÍA DE LOS SEGMENTOS



INTERÉS PERSONAL DE LA TECNOLOGÍA DE LOS SEGMENTOS



VÍNCULO CON LA TECNOLOGÍA DE LOS SEGMENTOS



visión humana

KIBERNUM

ESTUDIO
CULTURA DIGITAL
EN CHILE

Patricio Polizzi R.

Director general

ppolizzi@visionhumana.cl

+56 9 92304368

visionhumana.cl