

ESTUDIO EXPERIENCIAS DIGITALES

CUARTA EDICIÓN – 2024
ÁREA ESTUDIOS CES UAI

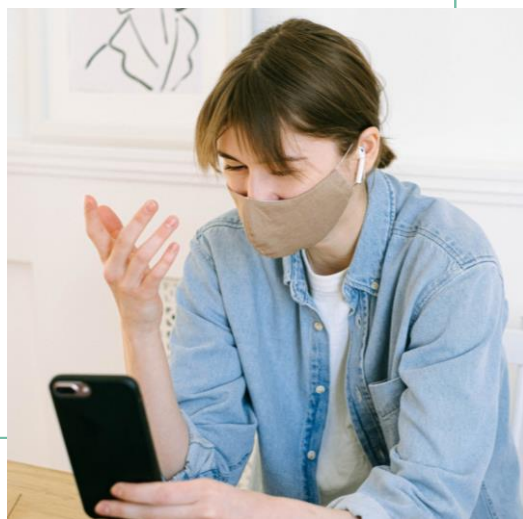


El estudio ofrece insights valiosos para:

- Instituciones educativas desarrollando programas online.
- Organizaciones adaptándose al trabajo híbrido.
- Empresas optimizando sus estrategias de comercio electrónico y omnicanalidad.



OBJETIVOS DEL ESTUDIO



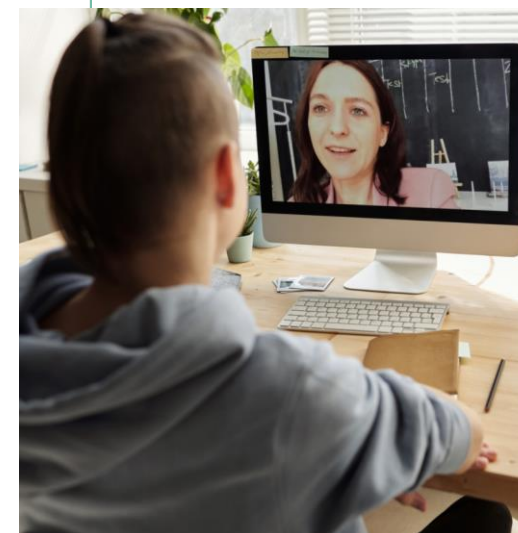
COMPRENDER

las experiencias digitales que viven las personas en los ámbitos de la educación, trabajo y compra.



IDENTIFICAR

oportunidades para crear experiencias digitales más integrales y significativas para las personas.



DESCUBRIR

las nuevas expectativas y hábitos que van configurando la nueva normalidad digital de las personas.

METODOLOGIA DEL ESTUDIO



MÉTODO

Encuestas de panel online realizadas durante los meses de julio y agosto del 2024.

GRUPO OBJETIVO

Personas de 18 a 80 años, residentes en las principales ciudades de cada región del país, de GSE ABC1 a D.

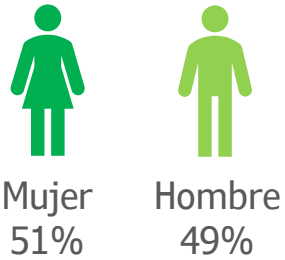


MUESTRA

1.869 personas, lo que representa un margen de error estimado de la muestra de 2,2%.

MUESTRA DEL ESTUDIO (ponderada)

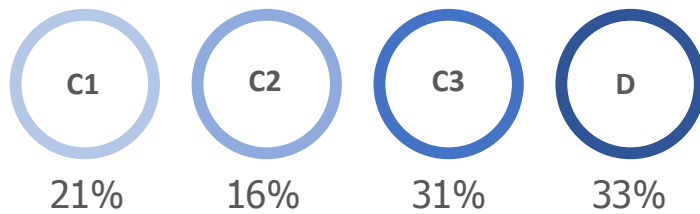
SEXO



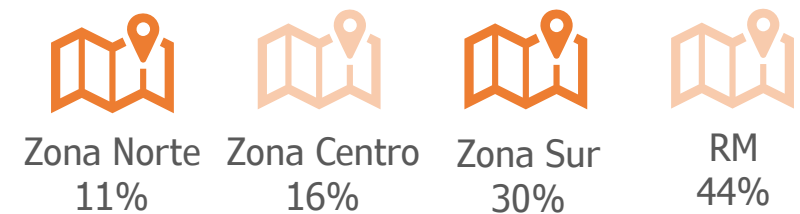
EDAD



NIVEL SOCIOECONÓMICO



ZONA DE RESIDENCIA

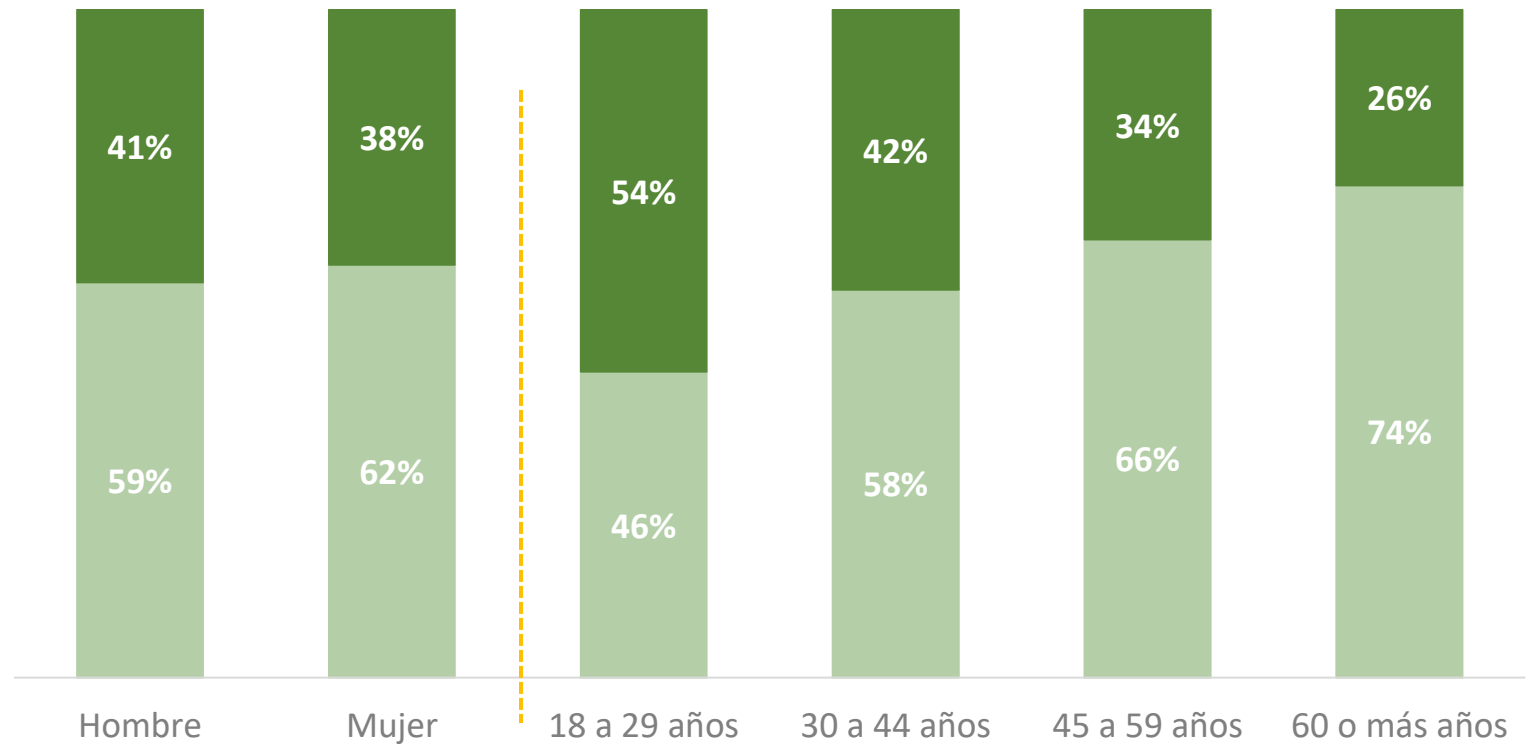
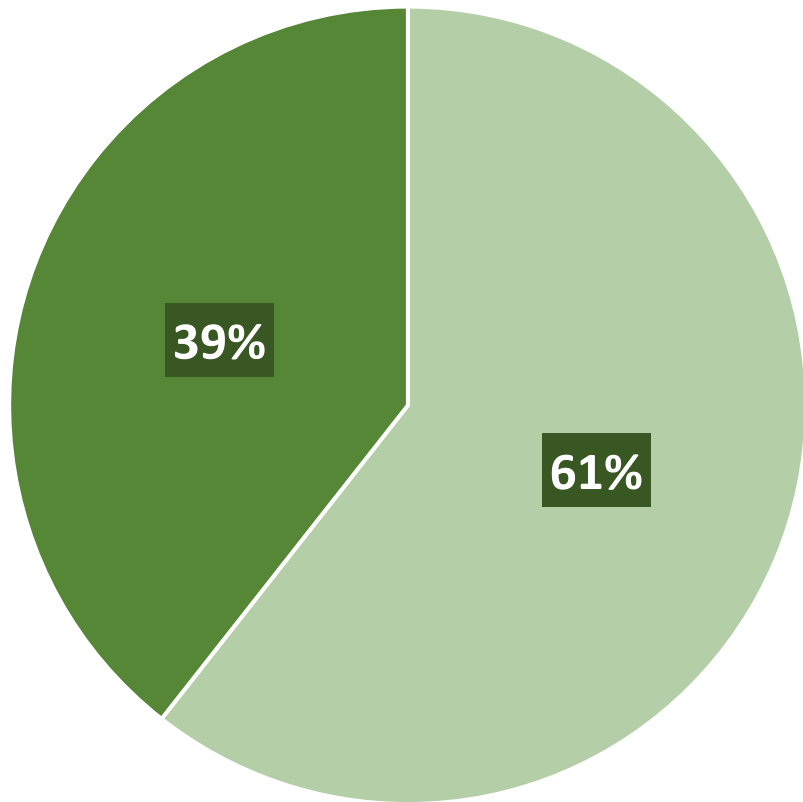




EXPERIENCIA DIGITAL EN LA EDUCACIÓN

PARTICIPACIÓN EN CLASES ONLINE

■ Sí ha participado en alguna clase o curso online en los últimos 3 meses



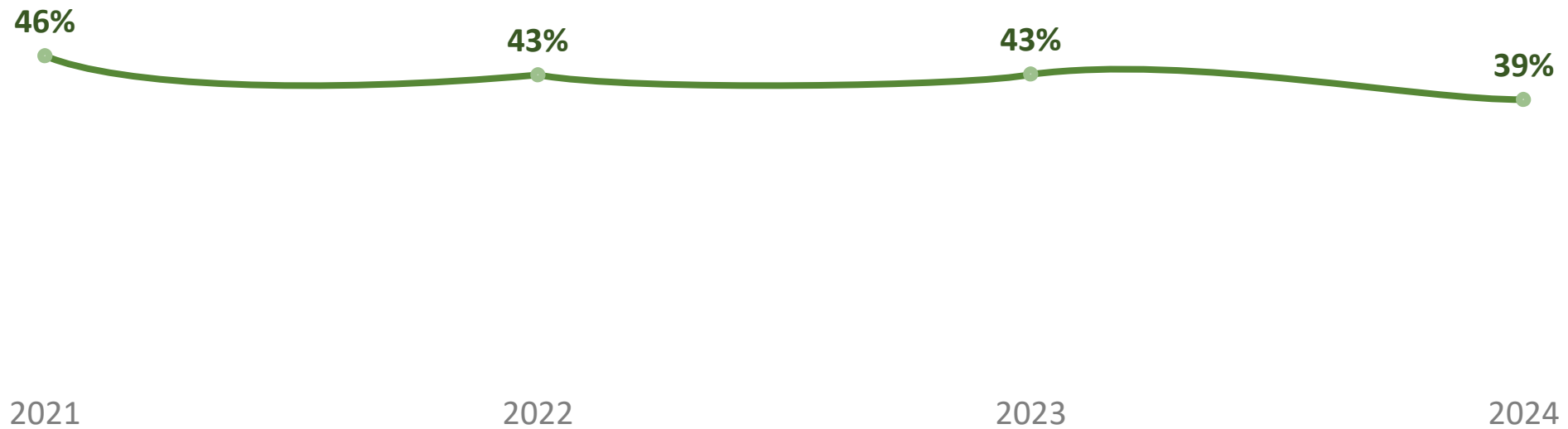
¿Ha tenido que participar como alumno en alguna clase o curso on-line de colegio, universidad o instituto en los últimos 3 meses?

Respuesta única

Base: Total de personas encuestadas

PARTICIPACIÓN EN CLASES ONLINE

Sí ha participado en alguna clase o curso online en los últimos 3 meses



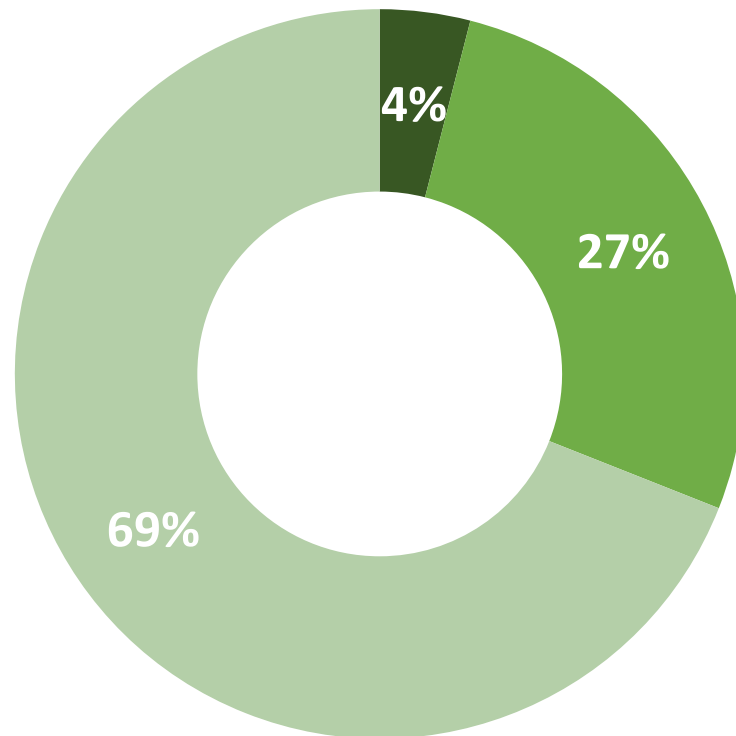
¿Ha tenido que participar como alumno en alguna clase o curso on-line de colegio, universidad o instituto en los últimos 3 meses?

Respuesta única

Base: Total de personas encuestadas

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE CLASES ONLINE

■ Mala o muy mala ■ Ni buena ni mala ■ Buena o Muy buena

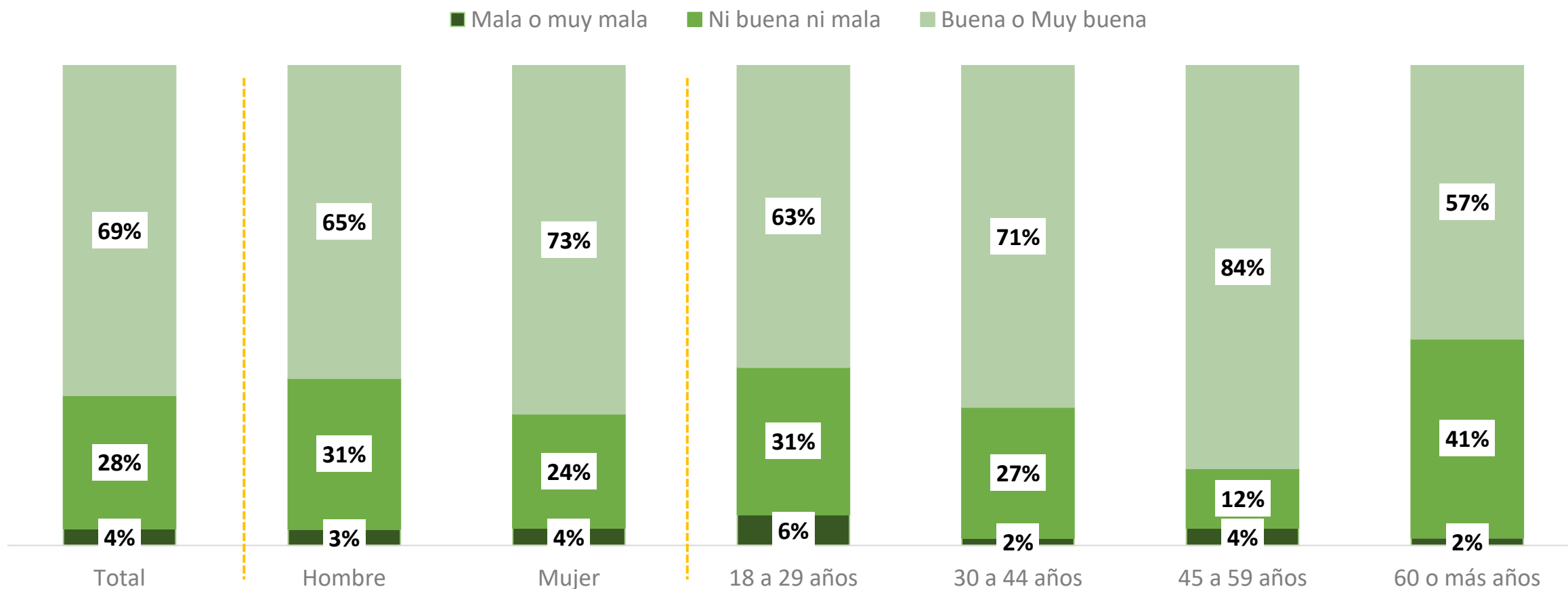


¿Cómo evaluaría su experiencia reciente con las clases o cursos on-line en las que ha participado como alumno?

Respuesta única

Base: Total de personas que hicieron alguna clase o curso online en los últimos 3 meses

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE CLASES ONLINE

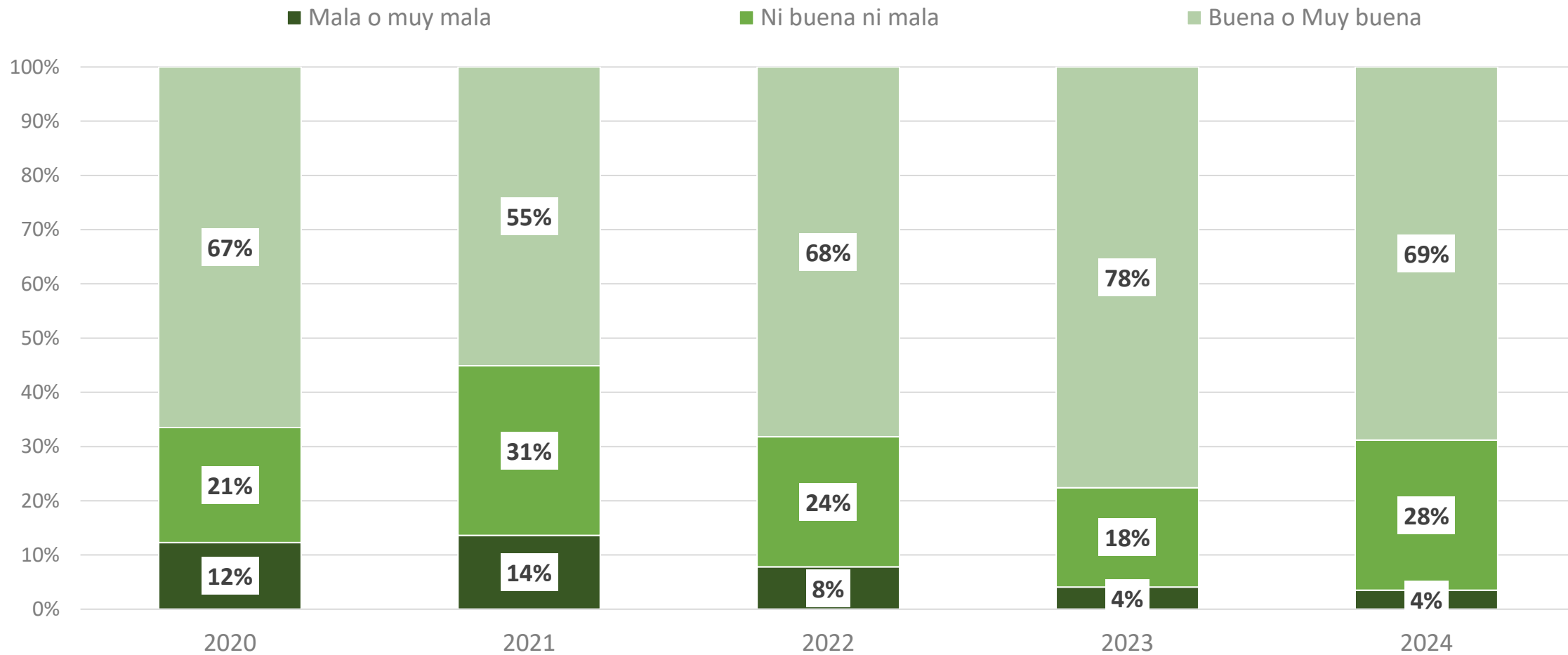


¿Cómo evaluaría su experiencia reciente con las clases o cursos on-line en las que ha participado como alumno?

Respuesta única

Base: Total de personas que hicieron alguna clase o curso online en los últimos 3 meses

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE CLASES ONLINE

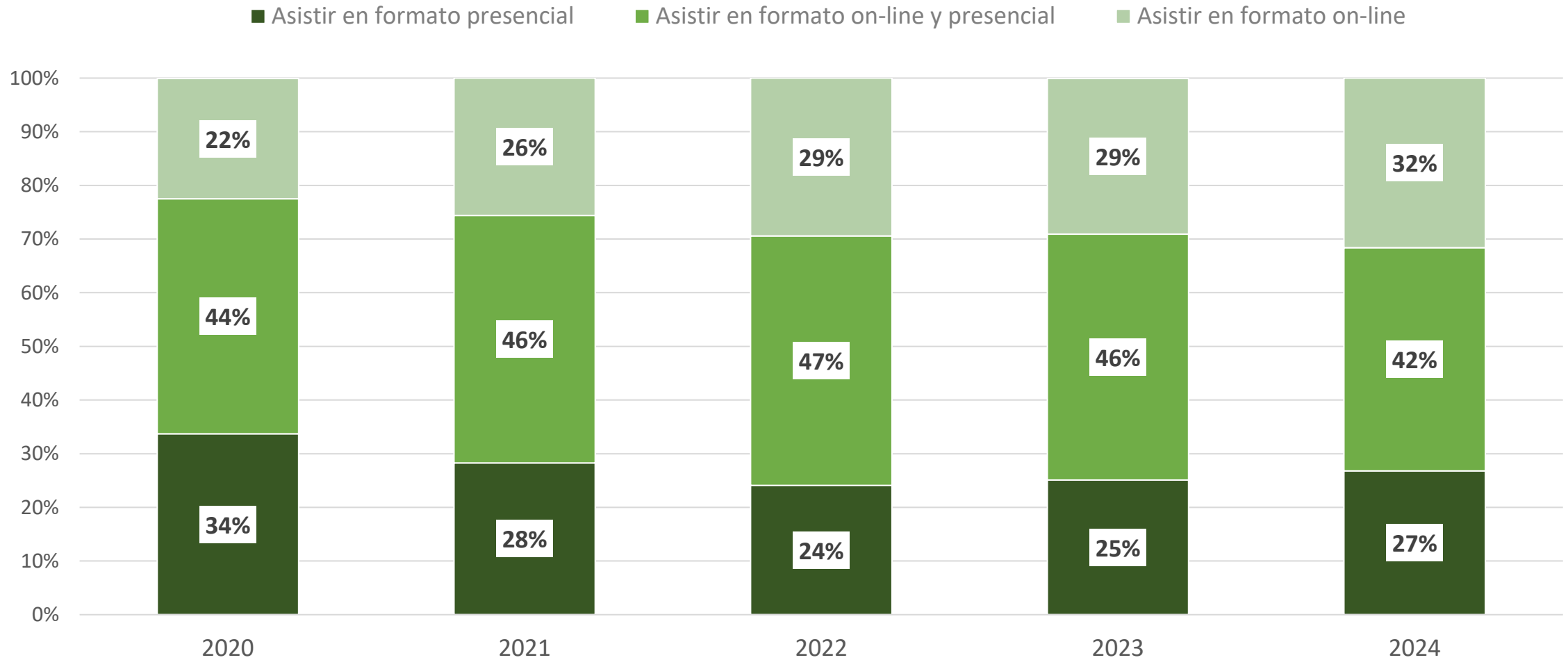


¿Cómo evaluaría su experiencia reciente con las clases o cursos on-line en las que ha participado como alumno?

Respuesta única

Base: Total de personas que hicieron alguna clase o curso online en los últimos 3 meses

PREFERENCIA DE FORMATO DE CLASES

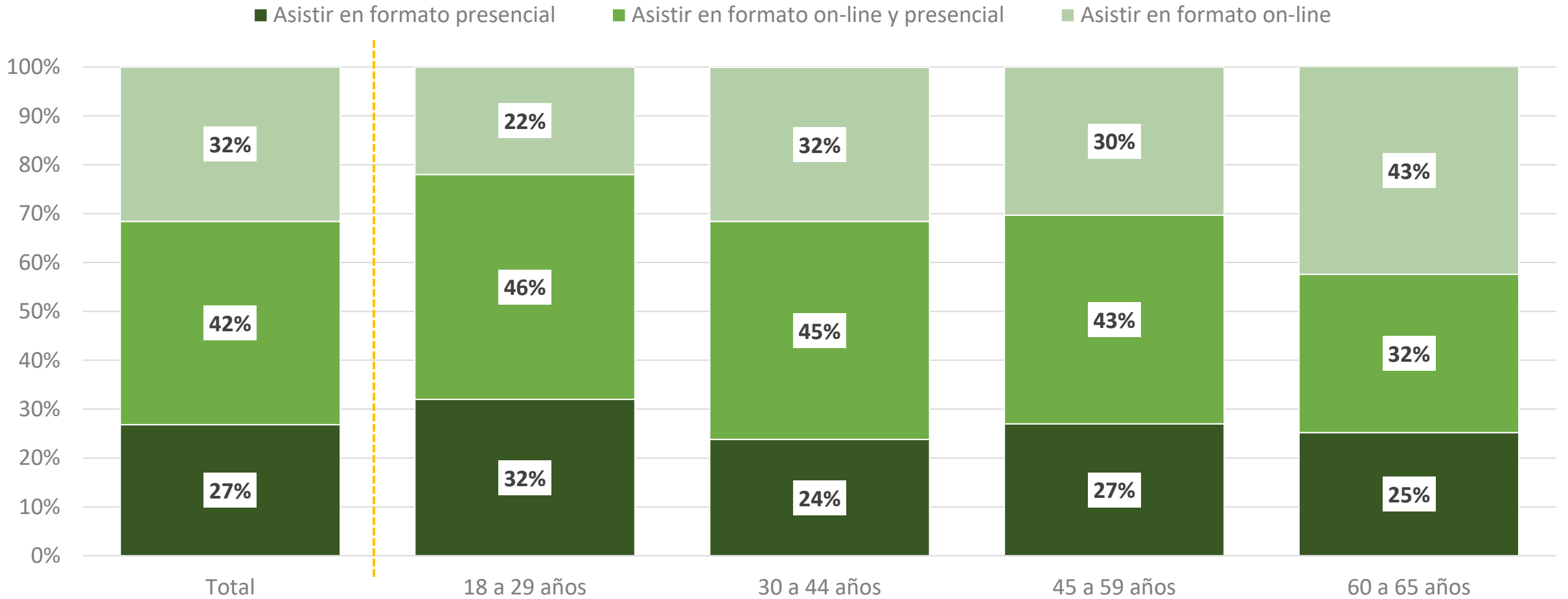


Si tuviera que asistir a un curso o clase a futuro, ¿Cuál de las siguientes opciones preferiría?

Respuesta única

Base: Base: Total de personas que hicieron alguna clase o curso online en los últimos 3 meses

PREFERENCIA DE FORMATO DE CLASES



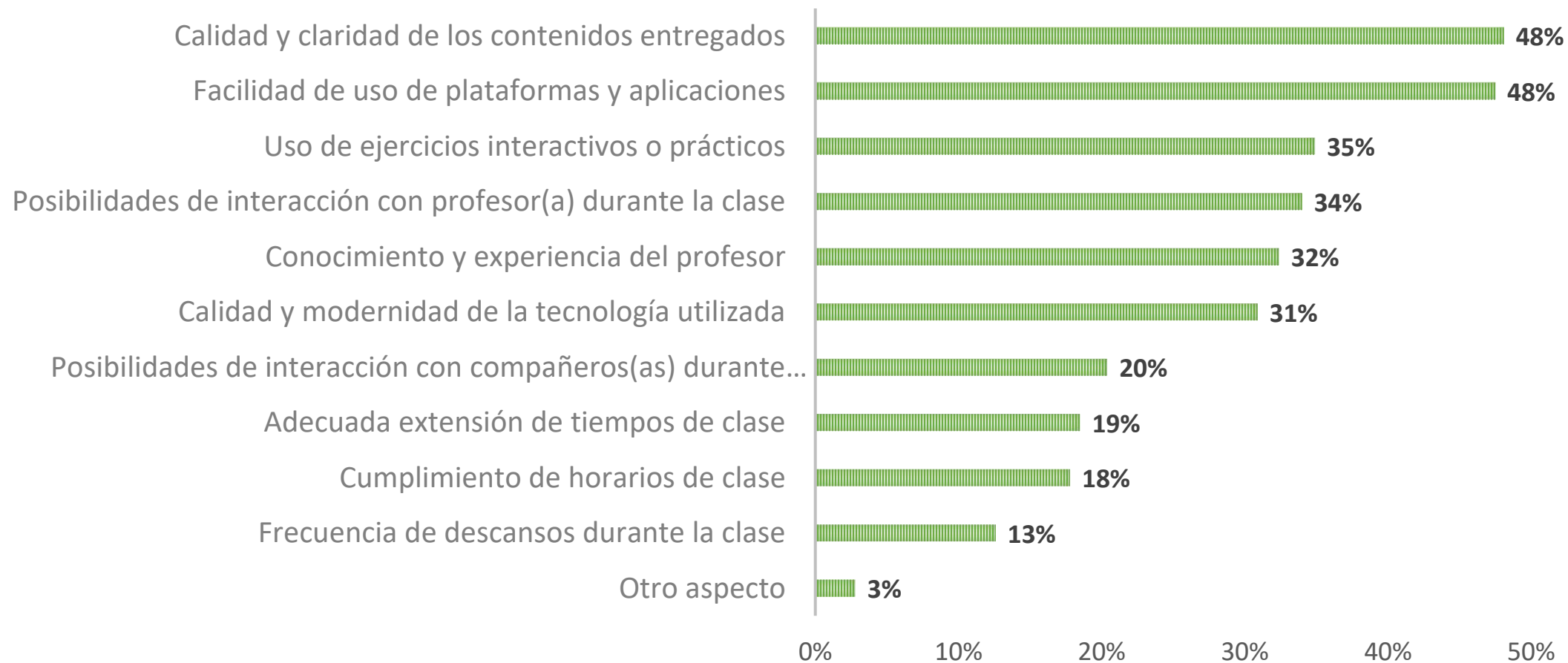
Si tuviera que asistir a un curso o clase a futuro, ¿Cuál de las siguientes opciones preferiría?

Respuesta única

Base: Base: Total de personas que hicieron alguna clase o curso online en los últimos 3 meses

REQUERIMIENTOS PARA UNA BUENA EXPERIENCIA DE CLASES ONLINE

% que elige cada alternativa



¿Qué se requiere para que la experiencia con un curso o clase on-line sea excelente?

Respuesta múltiple; máximo 3 opciones

Base: Base: Total de personas que hicieron alguna clase o curso online en los últimos 3 meses

ALGUNOS HALLAZGOS DE LA EXPERIENCIA DIGITAL EN LA EDUCACIÓN

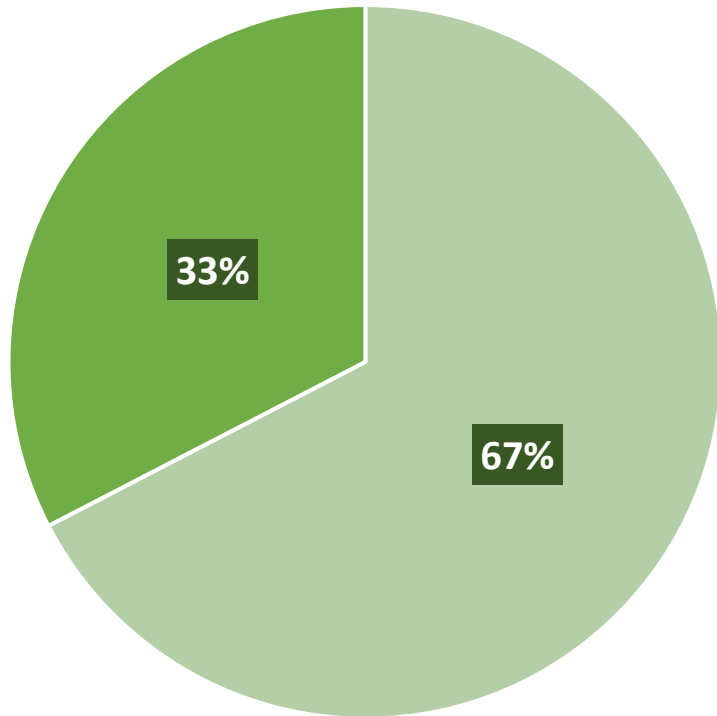
- ★ **Satisfacción alta pero no consistente:** 69% califica positivamente la experiencia online, pero con altibajos en mediciones evolutivas. La educación digital aún no se consolida en las experiencias que genera, por lo que hay que invertir en su mejora continua.
- ★ **Brecha generacional:** 84% de satisfacción en 45-59 años vs 63% en 18-29 años. Los jóvenes son más críticos con la experiencia digital educativa, lo que implica que hay que rediseñar experiencias para nativos digitales
- ★ **Preferencia híbrida:** 42% prefiere formato mixto presencial/online. La flexibilidad es más valorada que una modalidad específica, lo que implica la necesidad de desarrollar modelos educativos flexibles y adaptativos.
- ★ **Contenido y usabilidad tecnológica:** La calidad de contenidos (48%) y la facilidad de uso tecnológico (48%) son prioridades. La tecnología debe ser facilitadora del contenido y no protagonista, lo cual implica priorizar pedagogía sobre innovación tecnológica.
- ★ **Interactividad y aplicación práctica:** Crece la importancia de aplicar ejercicios interactivos y prácticos. La dinámica social y aplicabilidad en clases son fundamentales, lo cual implica integrar dinámicas y metodologías colaborativas para contextos digitales.



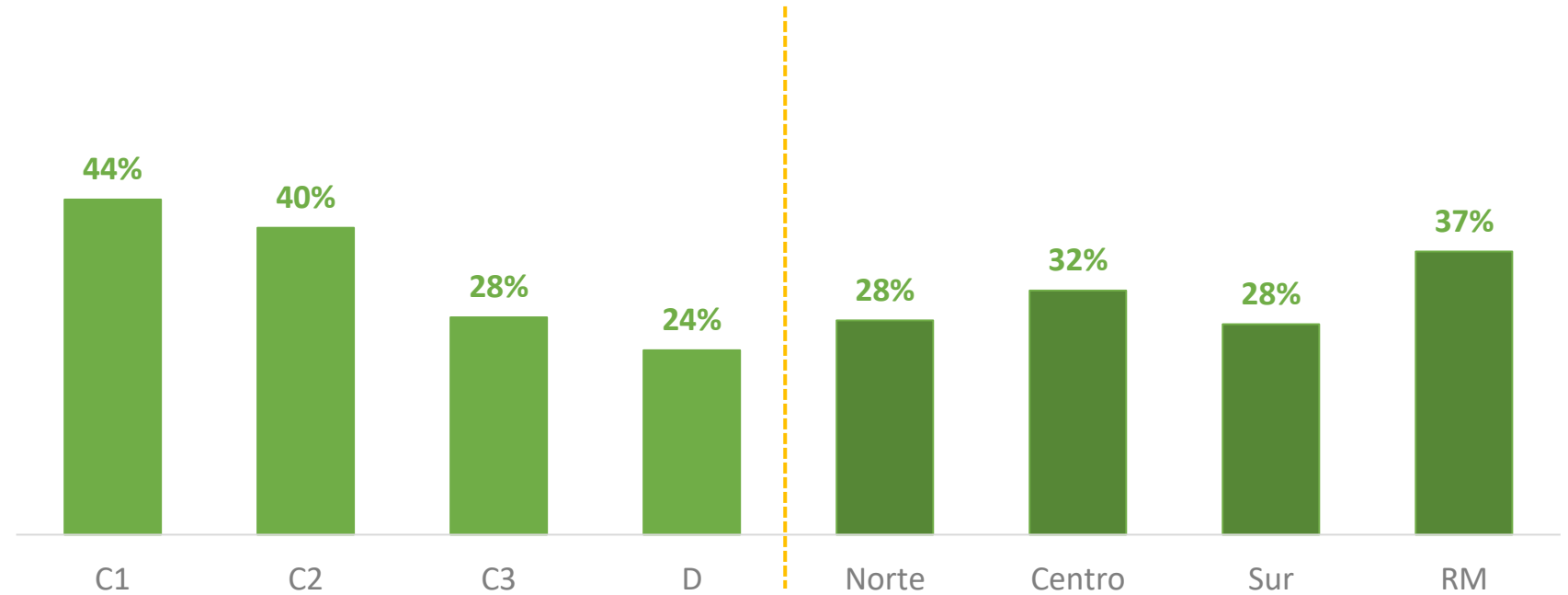
EXPERIENCIA DIGITAL EN EL TRABAJO

REALIZACIÓN DE TRABAJO REMOTO

- No ha realizado teletrabajo en los últimos 3 meses
- Sí ha realizado teletrabajo en los últimos 3 meses



Si ha realizado teletrabajo en los últimos 3 meses



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

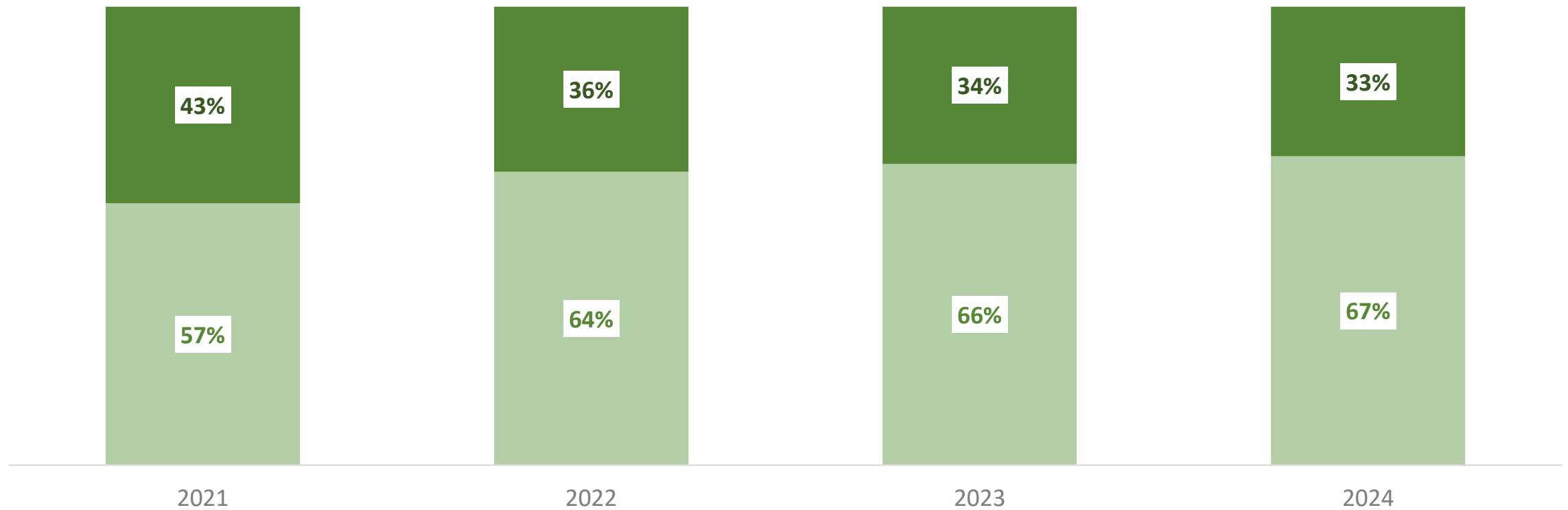
Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia

REALIZACIÓN DE TRABAJO REMOTO

■ No ha realizado trabajo remoto o teletrabajo en los últimos 3 meses

■ Sí ha realizado trabajo remoto o teletrabajo en los últimos 3 meses²

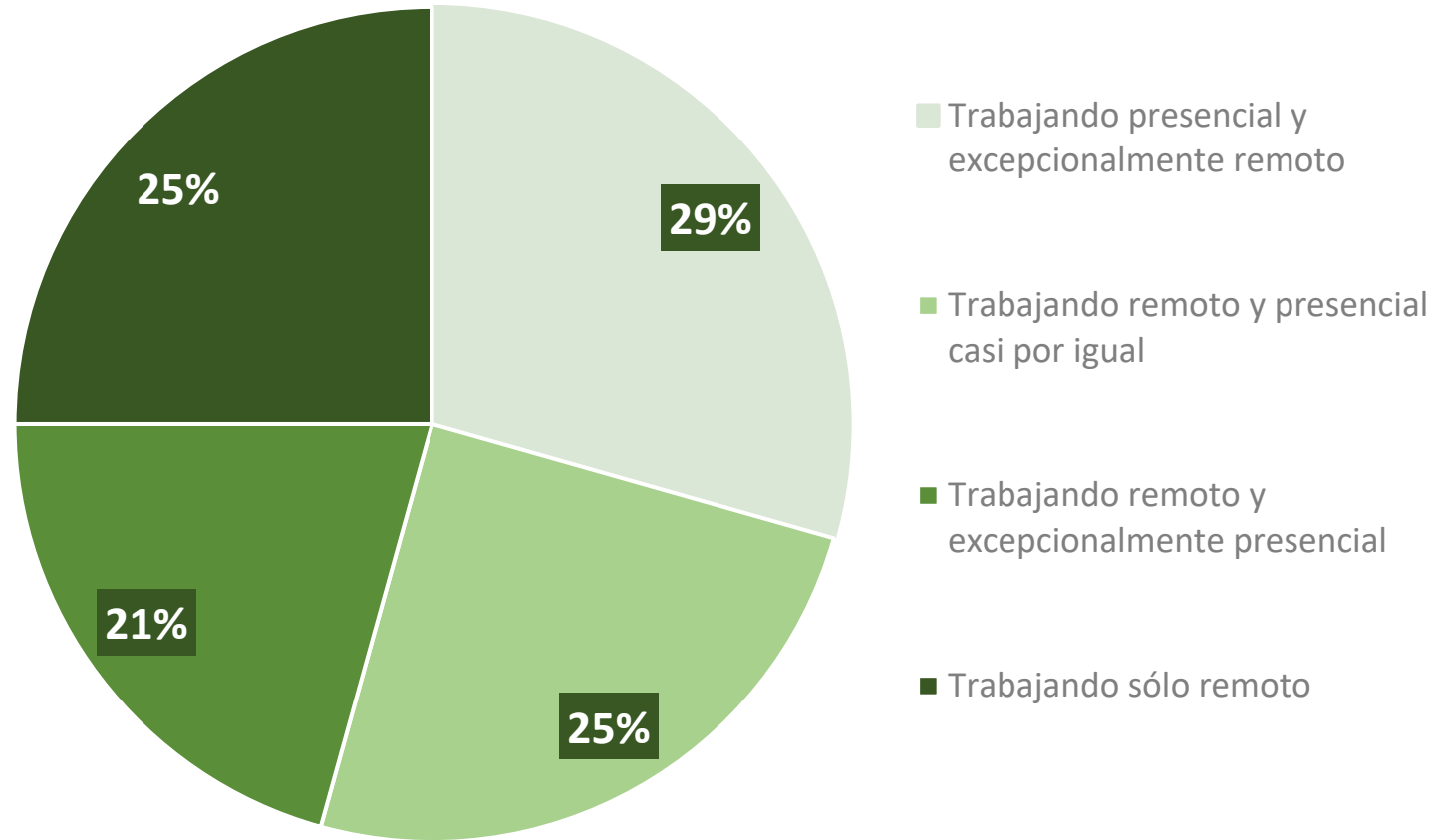


¿Cuál de las siguientes frases lo(a) representa mejor?

Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia

FORMATO DE REALIZACIÓN DE TRABAJO REMOTO

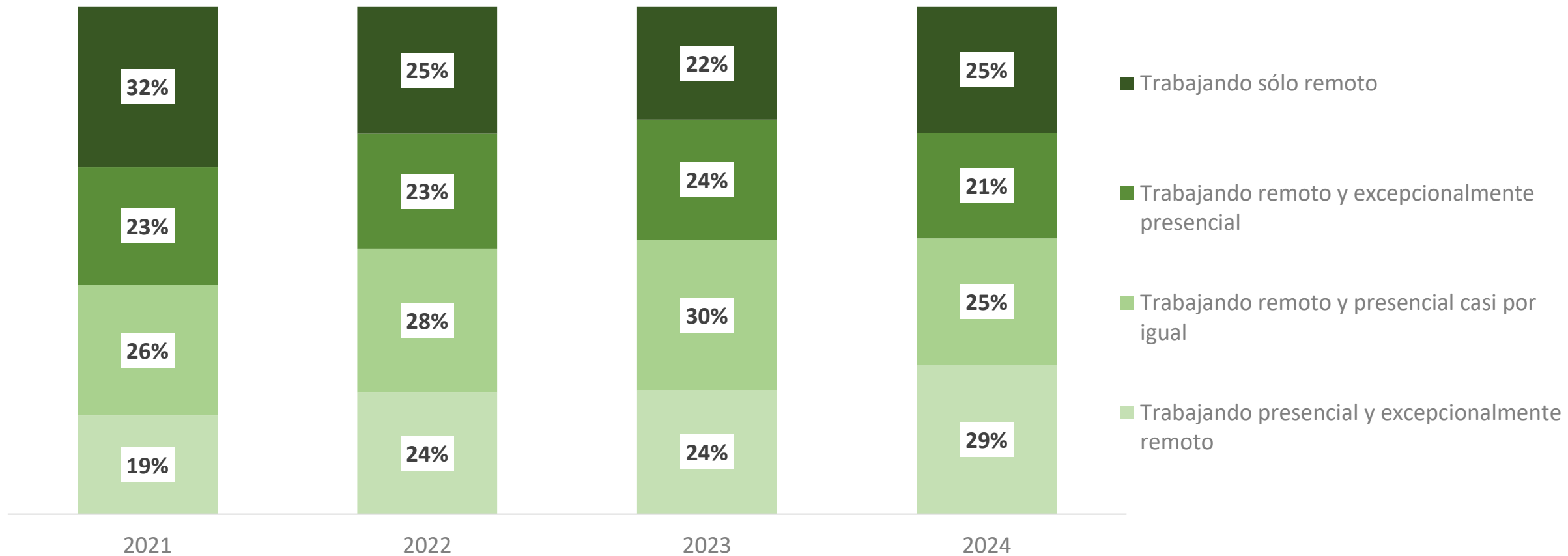


¿En qué formato ha realizado trabajo remoto o teletrabajo?

Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

FORMATO DE REALIZACIÓN DE TRABAJO REMOTO



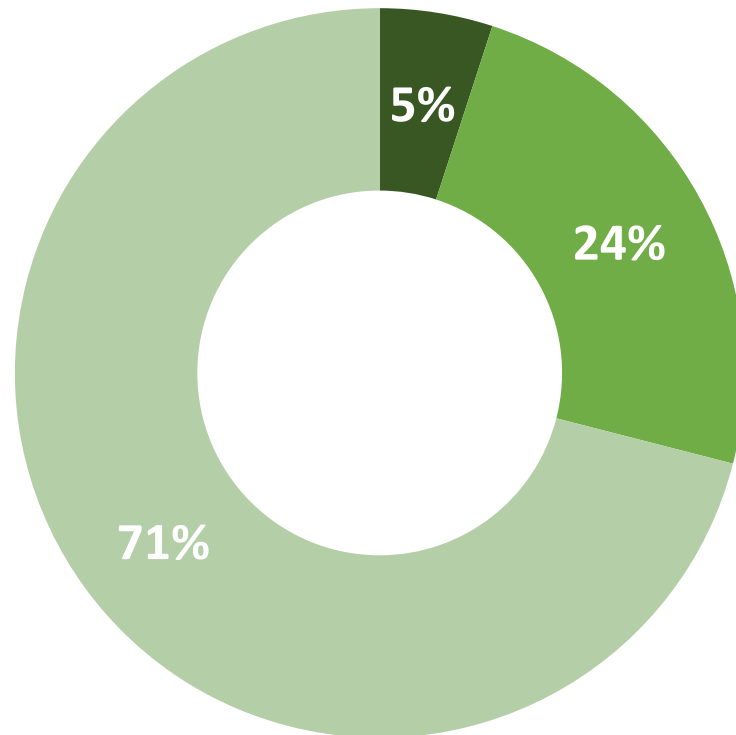
¿En qué formato ha realizado trabajo remoto o teletrabajo?

Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE TRABAJO REMOTO

■ Mala o muy mala ■ Ni buena ni mala ■ Buena o Muy buena



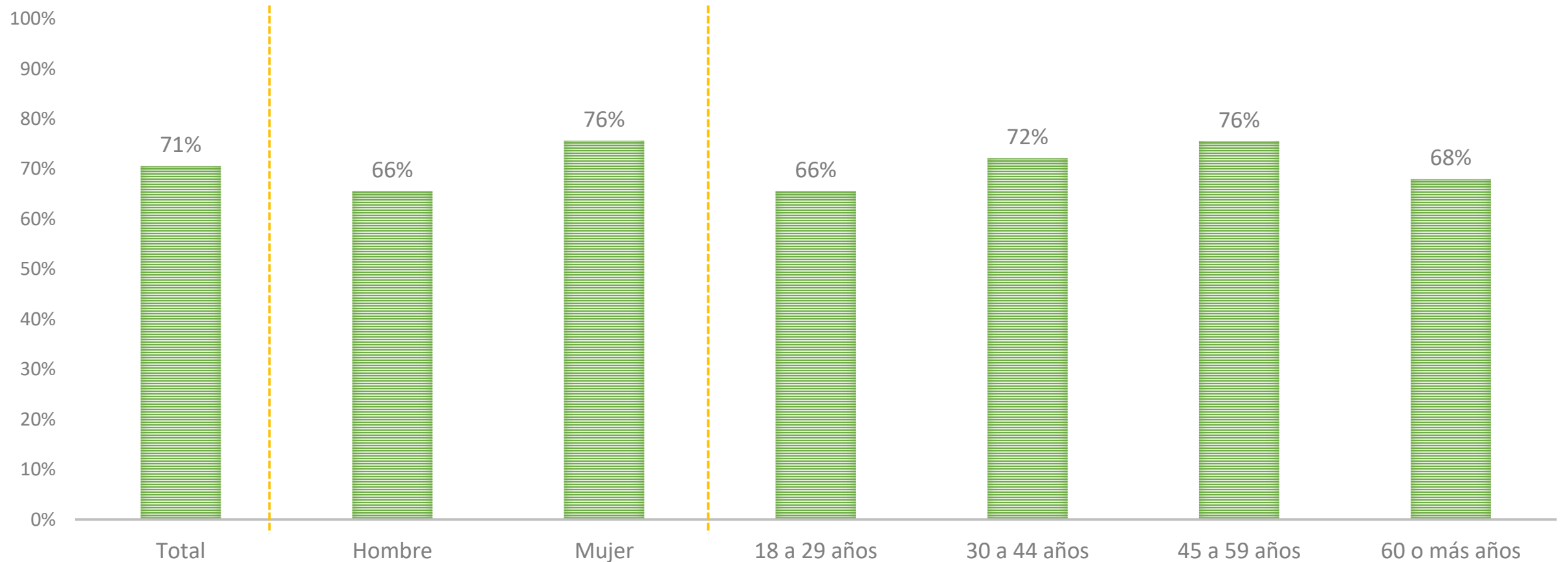
¿Cómo evaluaría su experiencia reciente de trabajo remoto o teletrabajo?

Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE TRABAJO REMOTO

% que declara que ha sido buena o muy buena



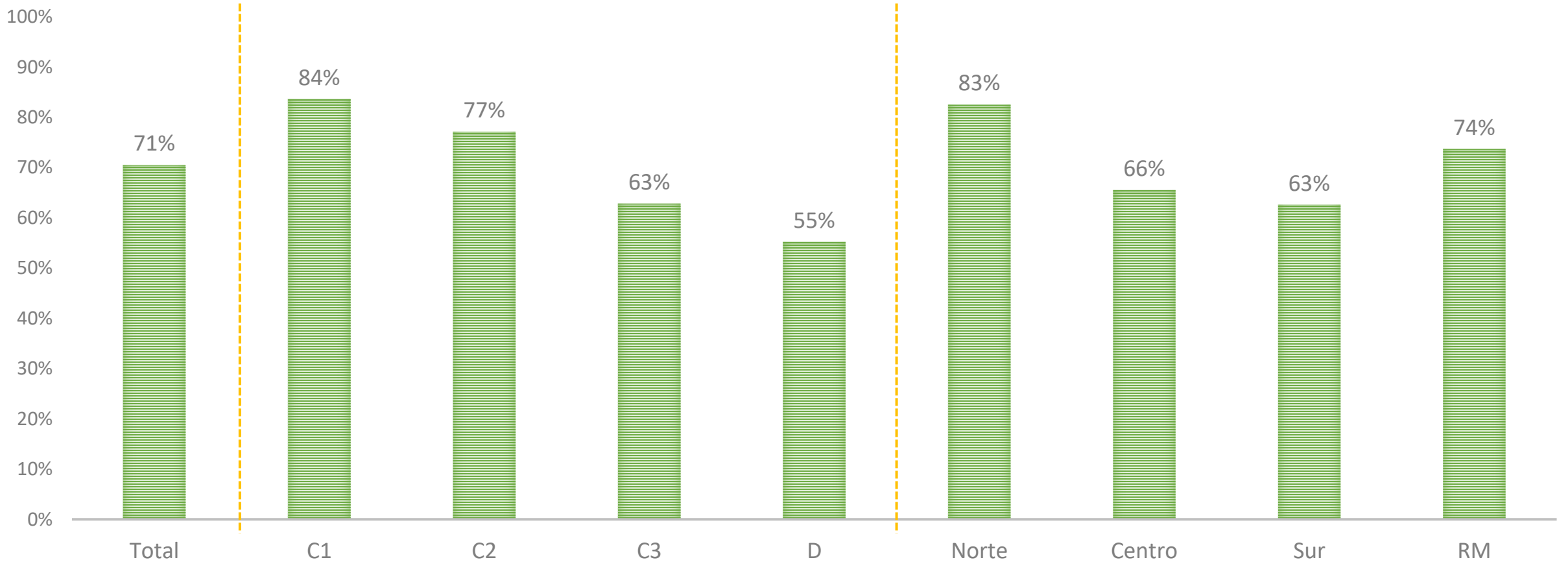
¿Cómo evaluaría su experiencia reciente de trabajo remoto o teletrabajo?

Respuesta única

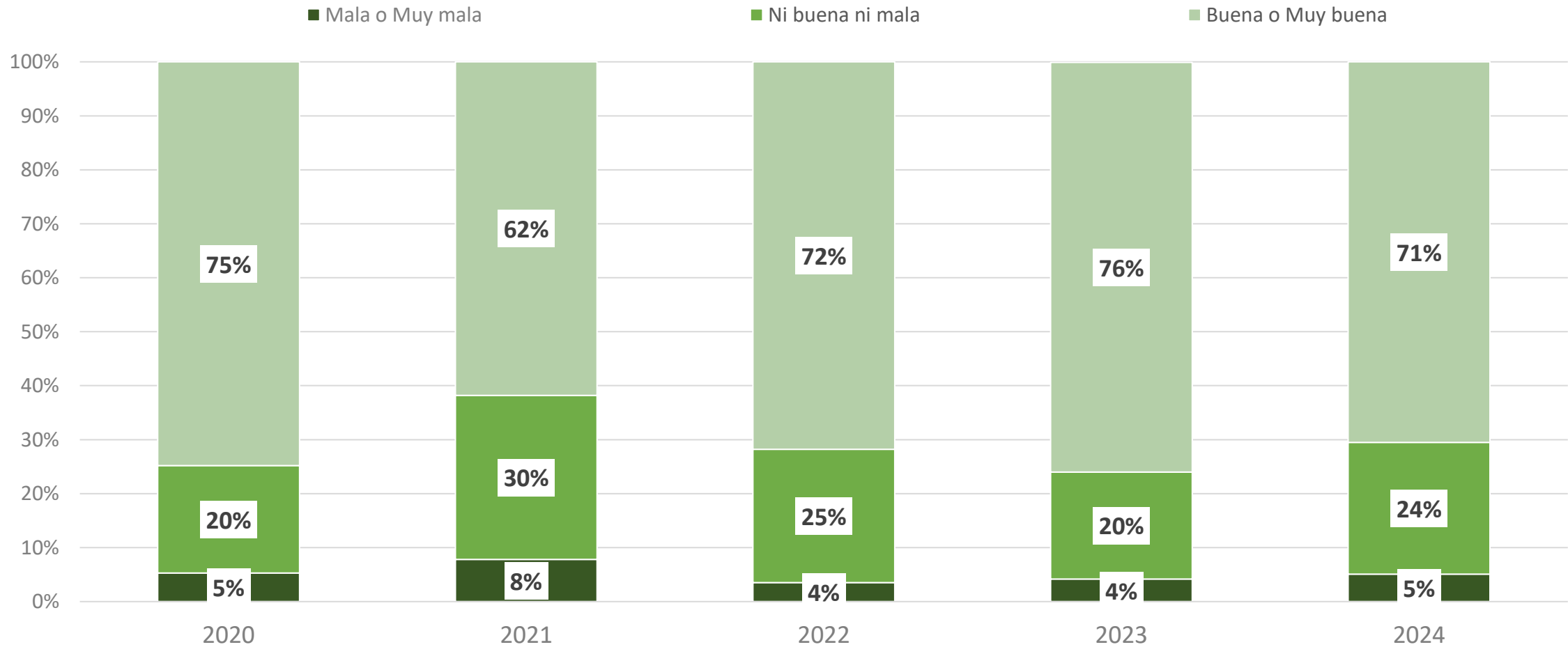
Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE TRABAJO REMOTO

% que declara que ha sido buena o muy buena



EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE TRABAJO REMOTO



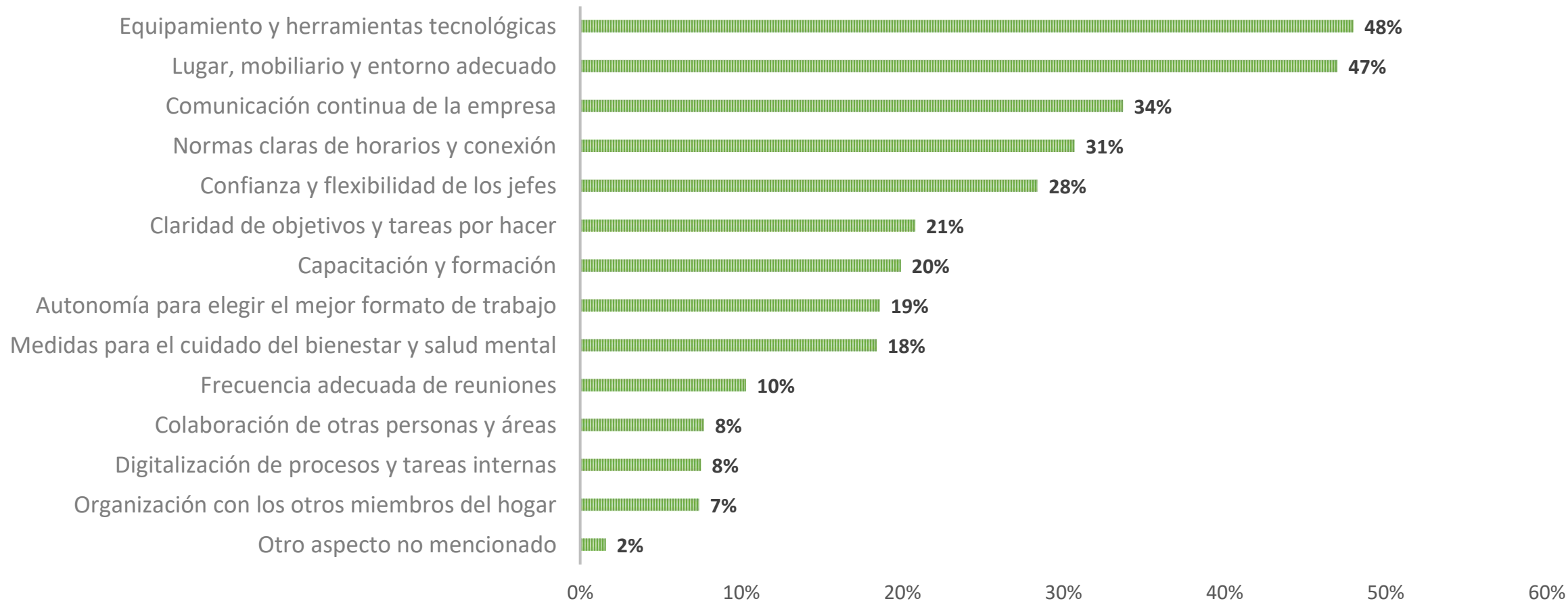
¿Cómo evaluaría su experiencia reciente de trabajo remoto o teletrabajo?

Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

REQUERIMIENTOS PARA UNA BUENA EXPERIENCIA DE TRABAJO REMOTO

% que elige cada alternativa

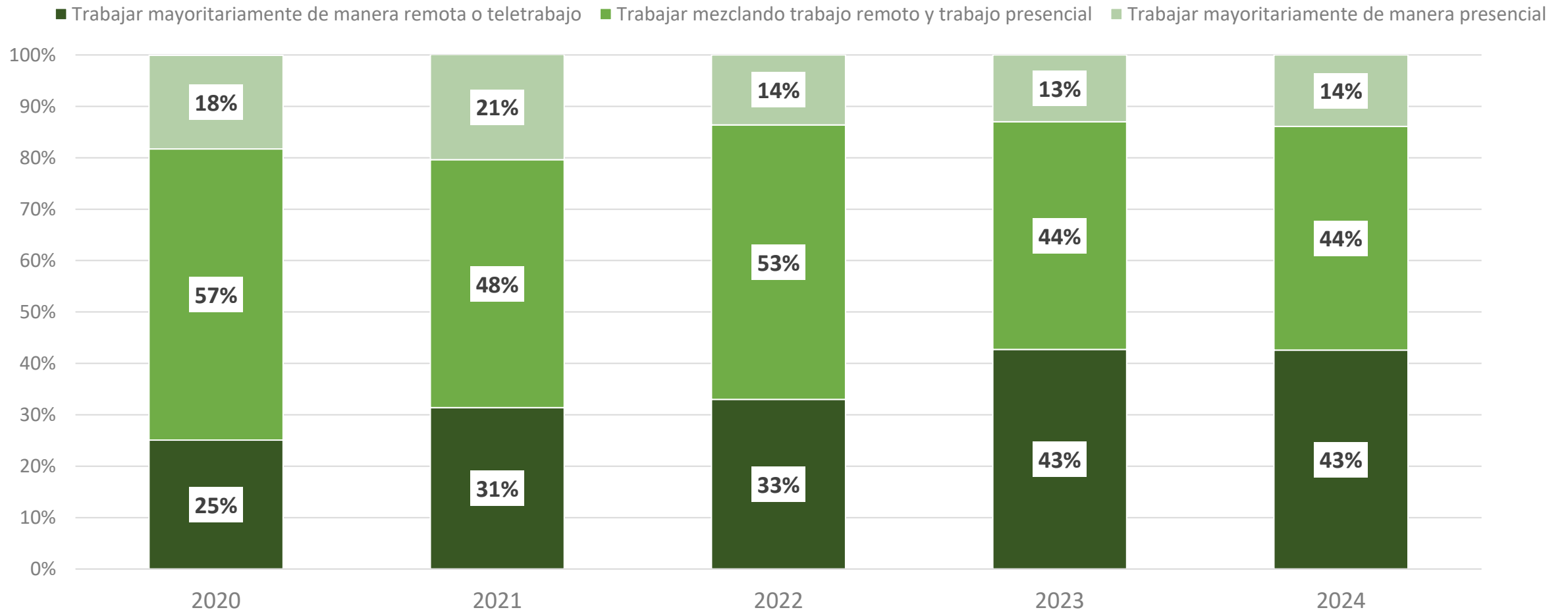


¿Qué es lo que más se necesita para realizar adecuadamente trabajo remoto o teletrabajo?

Respuesta múltiple; Máximo 3 opciones

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

PREFERENCIA DE FORMATO DE TRABAJO



Si tuviera la opción de elegir su modalidad de trabajo, ¿Cuál de las siguientes opciones elegiría?

Respuesta única

Base: Total de personas que trabajan en una empresa, independiente o por cuenta propia y que hicieron trabajo remoto en los últimos 3 meses

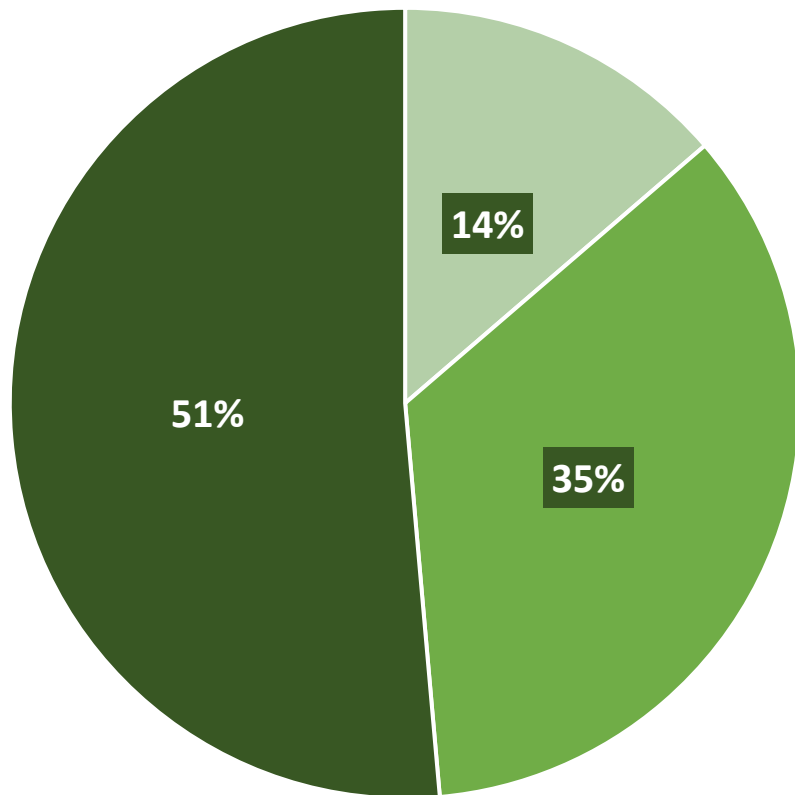
ALGUNOS HALLAZGOS DE LA EXPERIENCIA DIGITAL EN EL TRABAJO

- ★ **Estabilización del modelo:** 33% realiza trabajo remoto, sin cambios desde 2022. El teletrabajo se ha normalizado post-pandemia, lo cual implica formalizar políticas de trabajo flexible permanentes.
- ★ **Diversificación de formatos:** Cerca de un 25-30% realiza las distintas opciones de trabajo remoto. Las soluciones de formatos de trabajo se han desarrollado según las particularidades de las empresas y cargos, no prevaleciendo un modelo general
- ★ **Brecha socioeconómica:** 84% satisfacción en GSE C1 vs 55% en el D. El trabajo remoto parece amplificar desigualdades existentes, por lo que hay que hacer esfuerzos por democratizar su acceso y posibilidades.
- ★ **Crece la preferencia por trabajo sólo remoto:** Un 43% prefiere trabajar sólo remoto vs un 25% en el 2020. Los beneficios del trabajo remoto se expanden progresivamente, lo cual hace necesario buscar el balance de presencialidad necesaria para garantizar cohesión y productividad.
- ★ **Infraestructura es un factor crítico:** Equipamiento tecnológico (48%) y espacio adecuado (47%) son los aspectos prioritarios. El éxito del trabajo remoto depende del entorno en que se ejecuta, lo cual significa invertir en tecnología y habilitación de espacios domésticos.

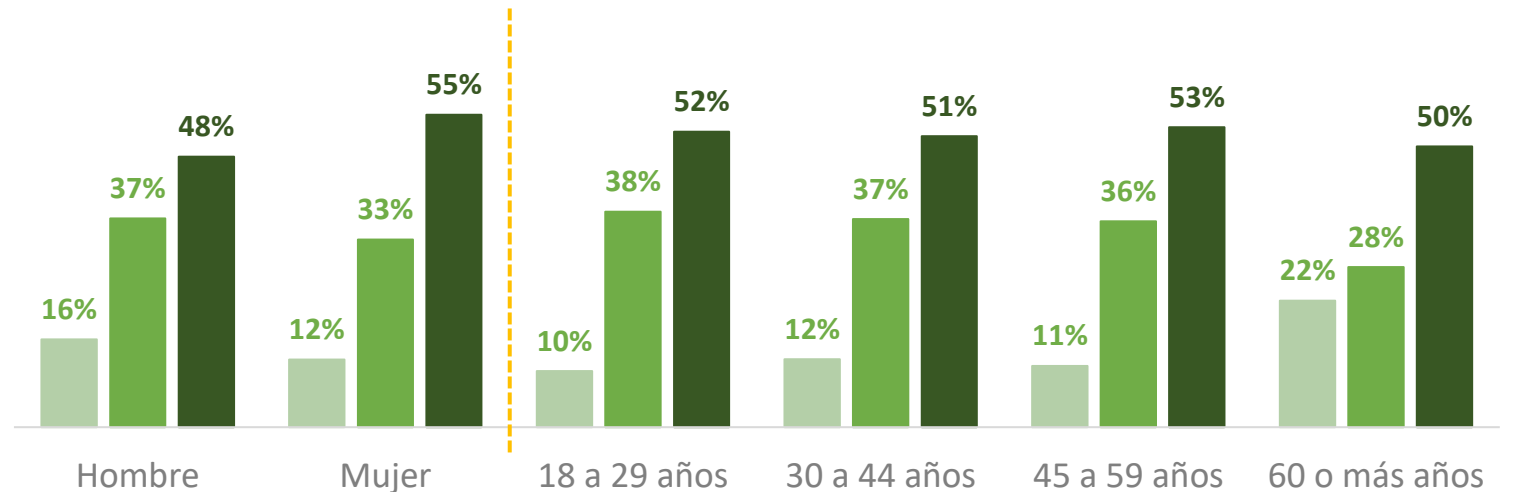


EXPERIENCIA DIGITAL EN LA COMPRA

REALIZACIÓN DE COMPRAS POR INTERNET



- No ha cotizado, vitrineado ni comprado algún producto o servicio por Internet
- Sólo ha cotizado o vitrineado algún producto o servicio por Internet
- Ha comprado algún producto o servicio por Internet



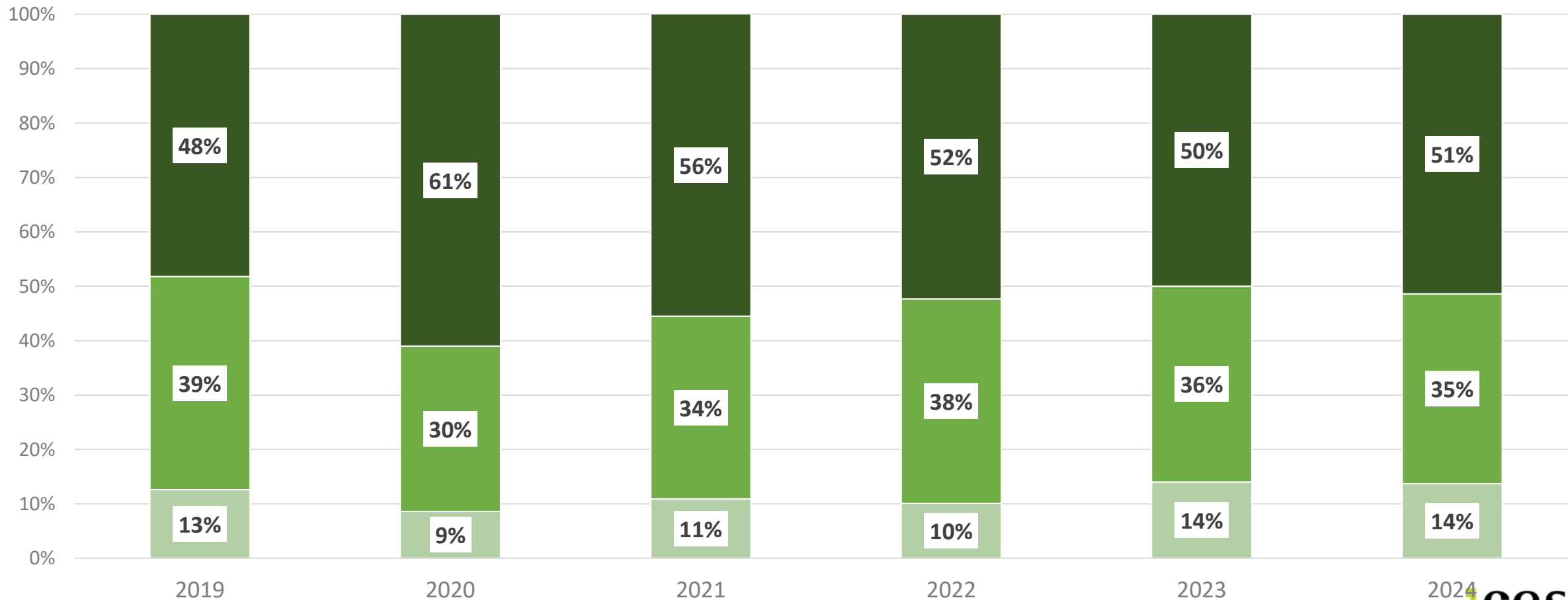
Pensando en los últimos 6 meses, ¿Cuál de las siguientes condiciones lo representan más?

Respuesta única

Base: Total de personas encuestadas

REALIZACIÓN DE COMPRAS POR INTERNET

■ No ha cotizado, vitrineado ni comprado algún producto o servicio por Internet ■ Sólo ha cotizado o vitrineado algún producto o servicio por Internet ■ Ha comprado algún producto o servicio por Internet

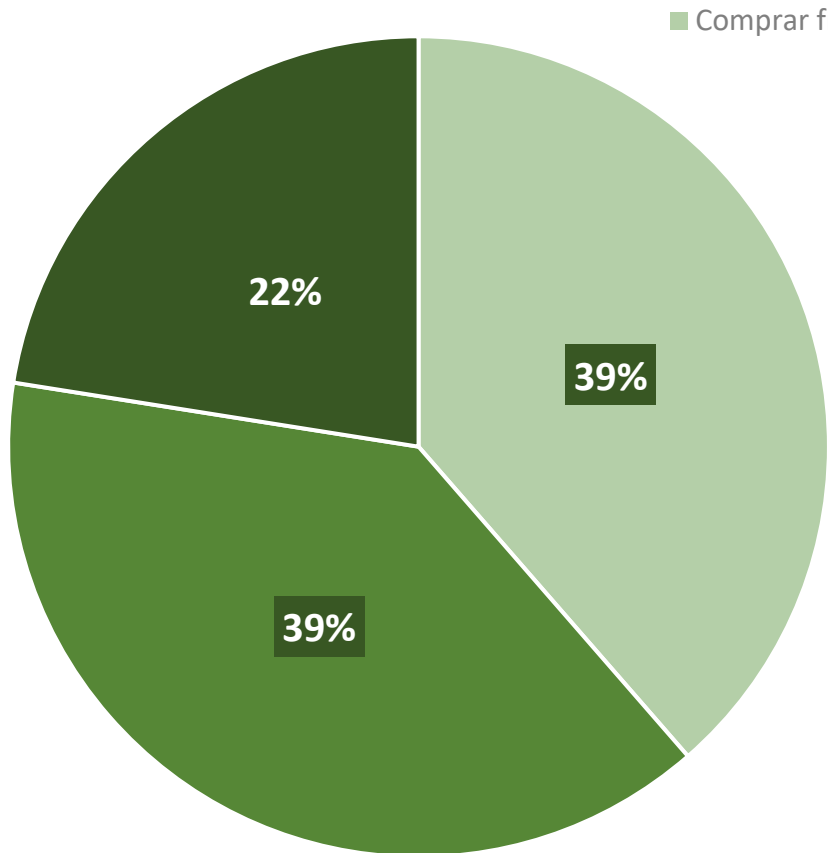


Pensando en los últimos 6 meses, ¿Cuál de las siguientes condiciones lo representan más?

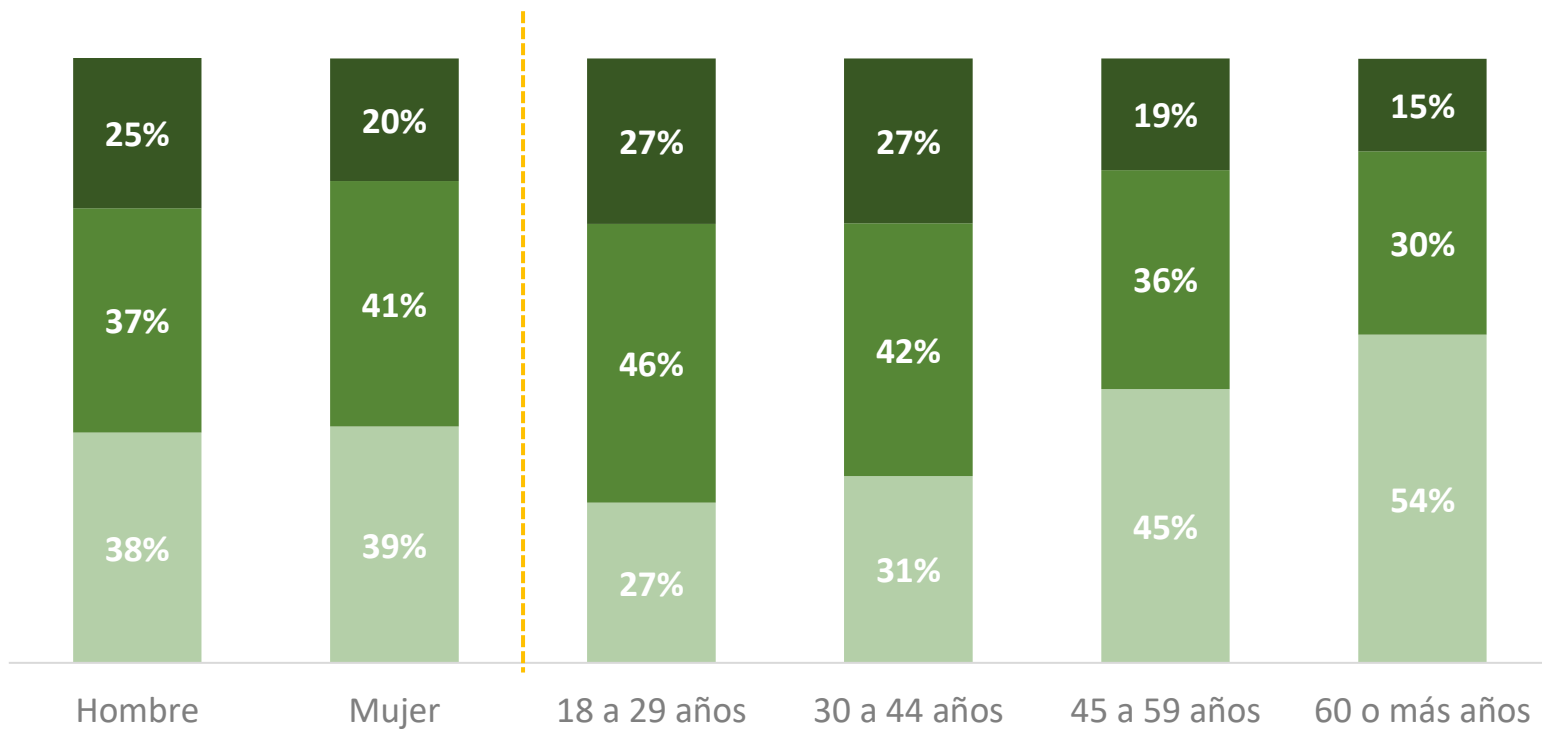
Respuesta única

Base: Total de personas encuestadas

PREFERENCIA DE FORMATO DE COMPRA



■ Comprar físicamente en el lugar de compra
 ■ Comprar físicamente o a través de Internet por igual
 ■ Comprar a través de Internet

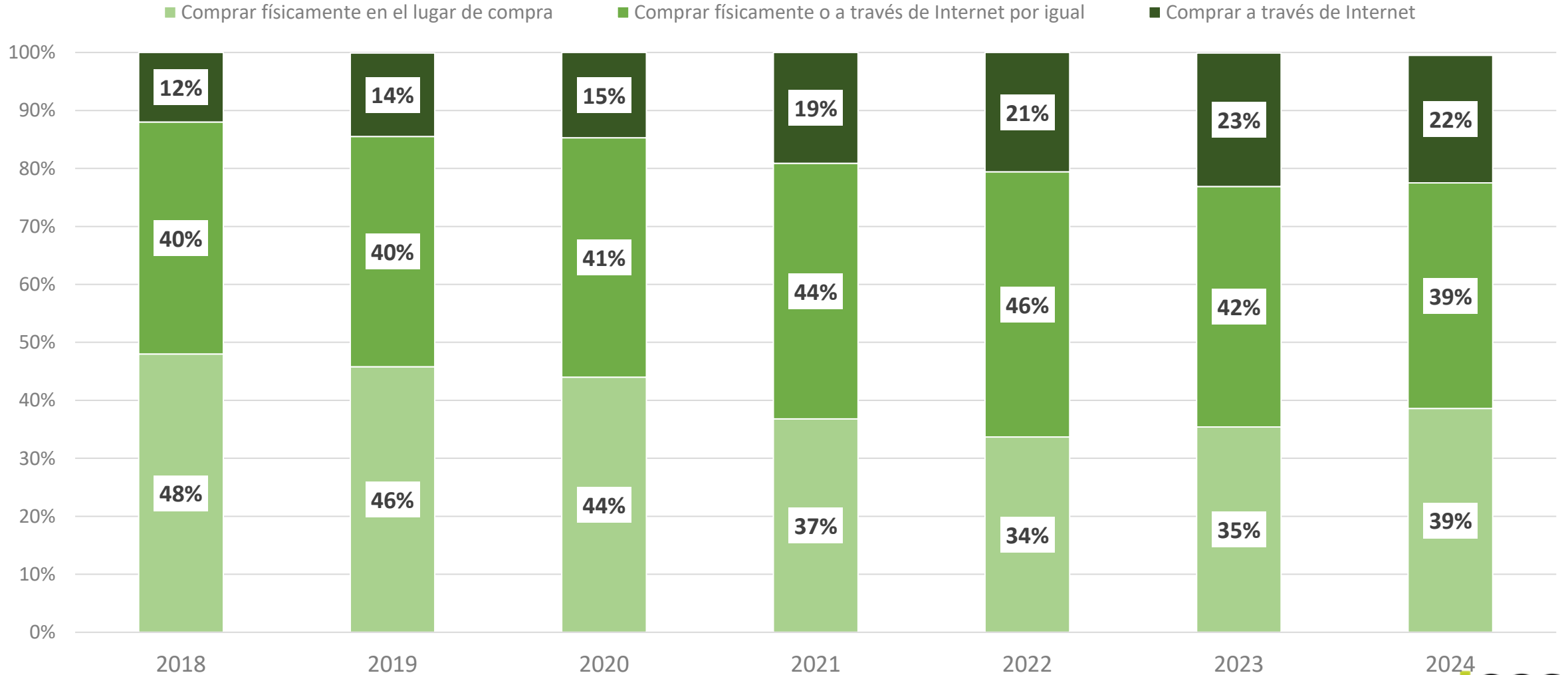


En general, usted diría que prefiere...

Respuesta única

Base: Total de personas encuestadas

PREFERENCIA DE FORMATO DE COMPRA



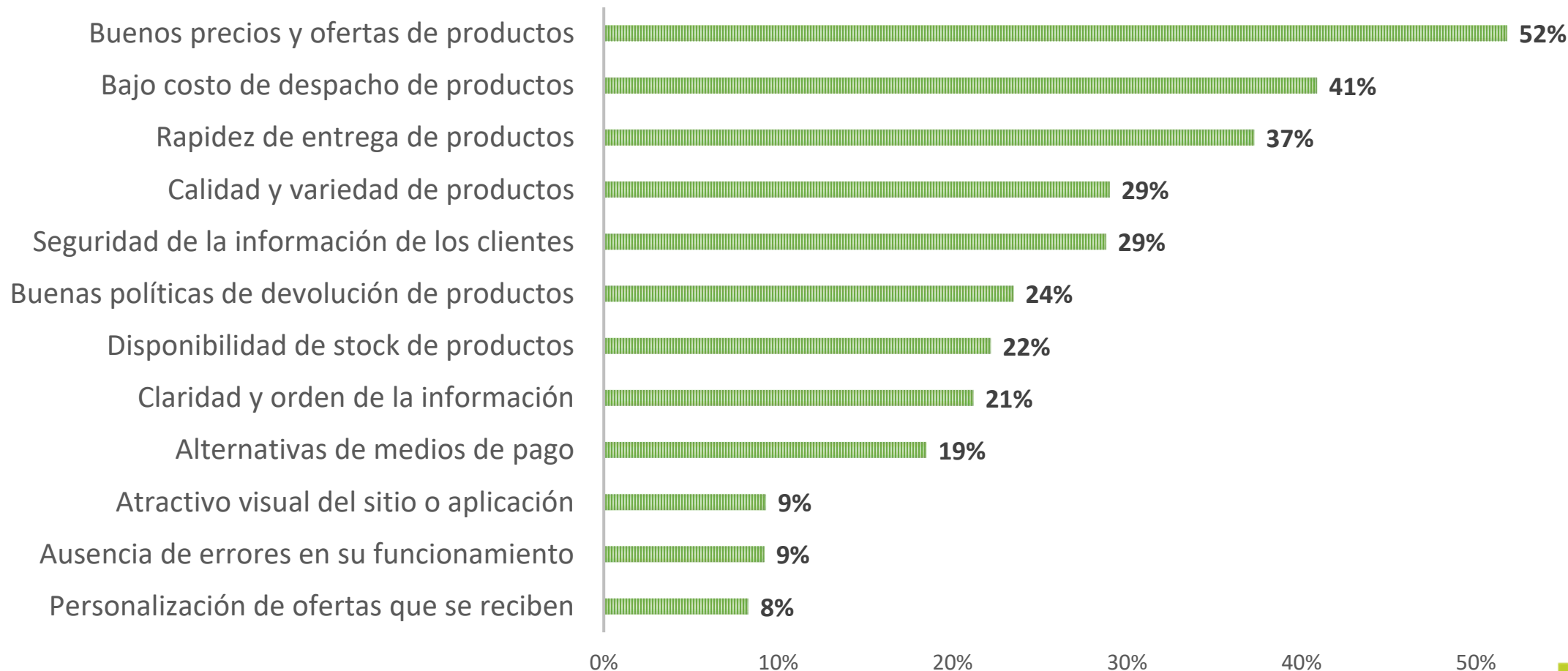
En general, usted diría que prefiere...

Respuesta única

Base: Total de personas encuestadas

ATRIBUTOS VALORADOS DE UNA WEB O APP PARA REALIZAR COMPRAS

% que elige como cada atributo entre los más importantes

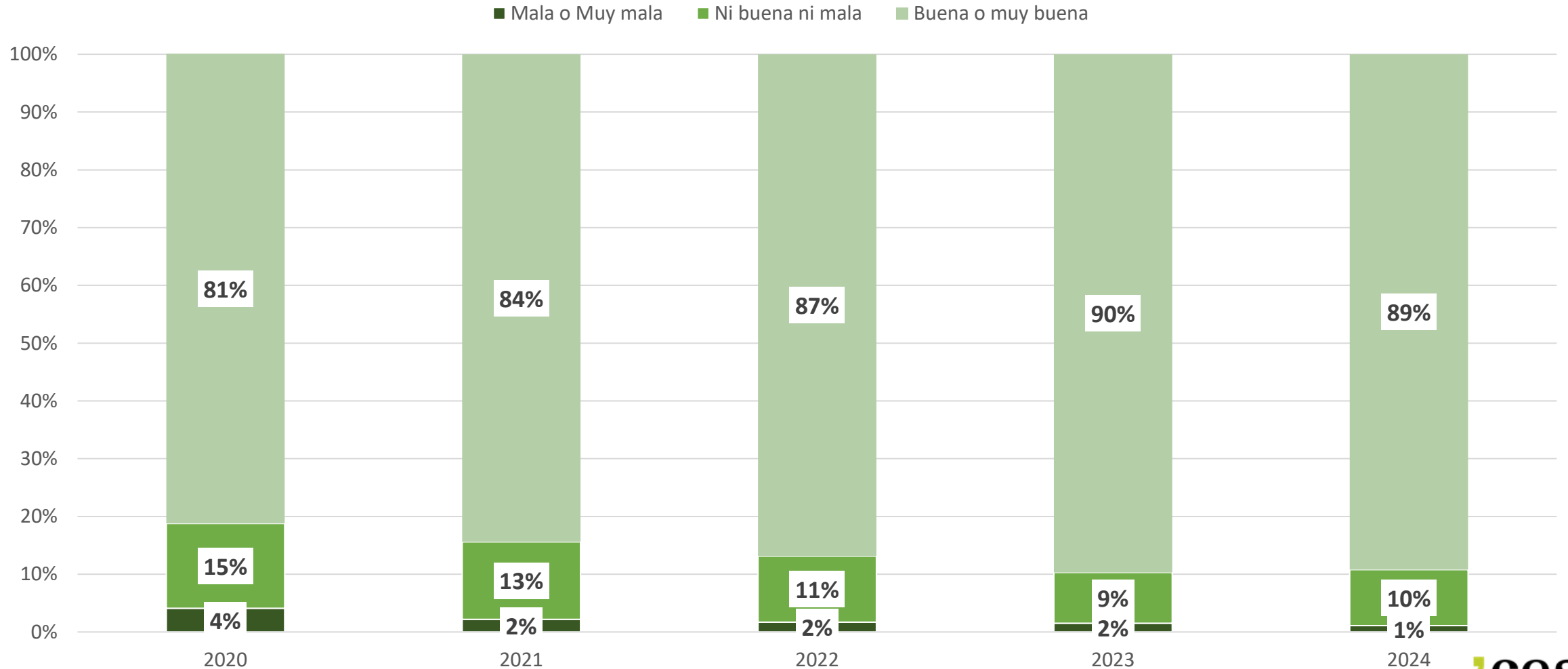


¿Cuáles de los siguientes aspectos de un sitio web o aplicación de teléfono móvil para comprar son los más importantes para usted?

Respuesta múltiple; Máximo 3 opciones

Base: Total de personas que han comprado algún producto o servicio por Internet

EVALUACIÓN DE EXPERIENCIA DE COMPRA ONLINE



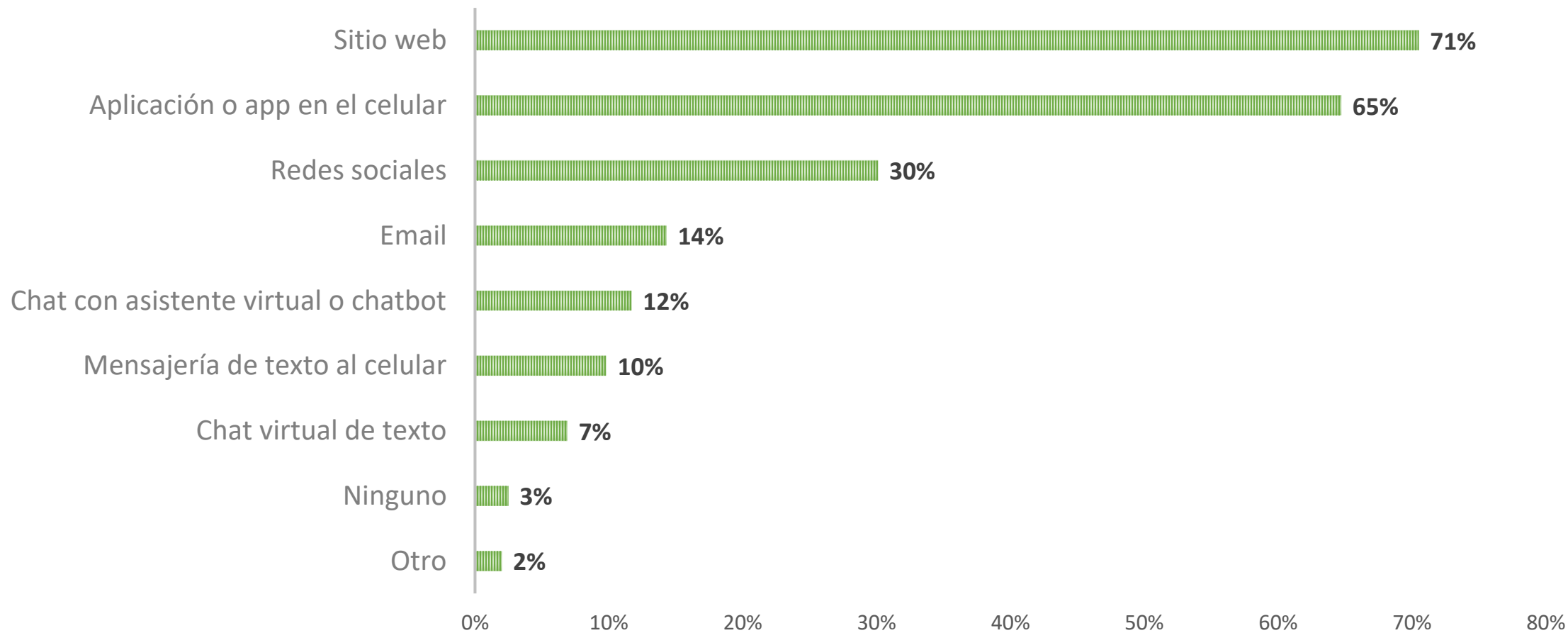
En general, ¿Cómo evaluaría su experiencia reciente de compras por Internet?

Respuesta única

Base: Total de personas que han comprado algún producto o servicio por Internet

CANALES DIGITALES PARA COMPRAR O ATENDERSE

% que elige cada alternativa



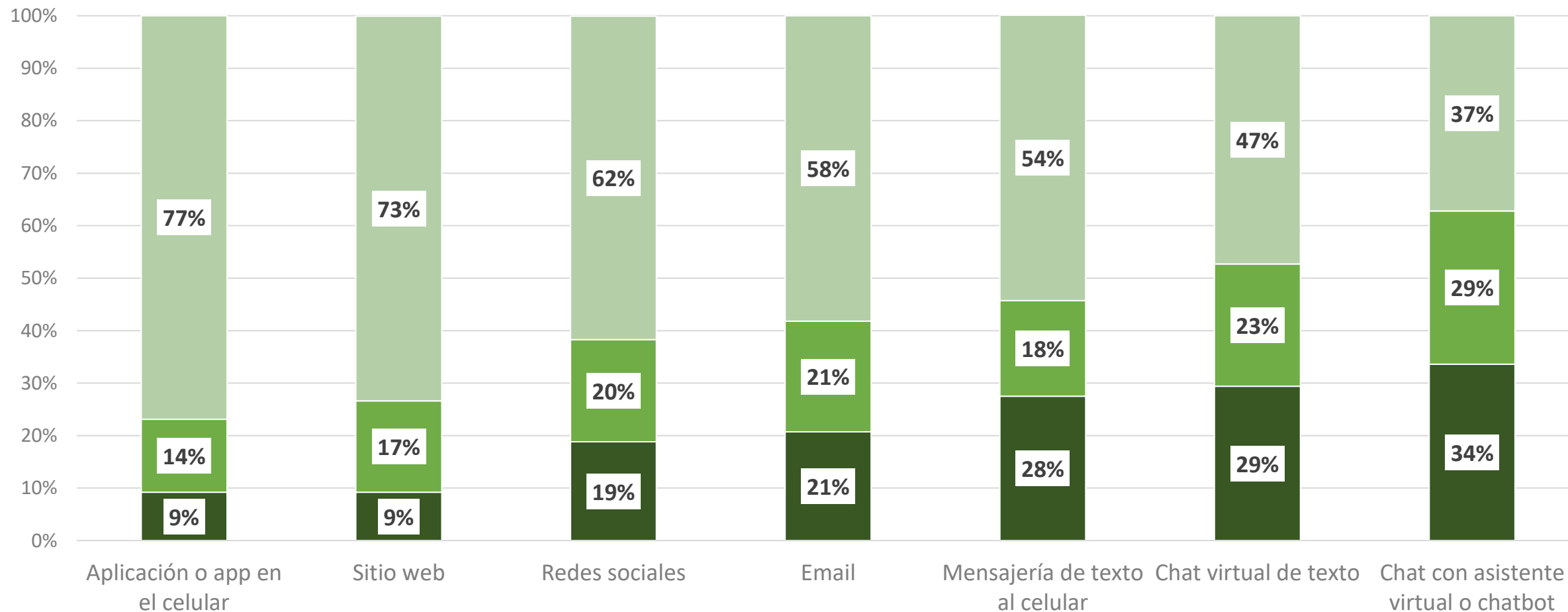
¿Cuál de los siguientes canales online o digitales usted ha utilizado ya sea para comprar o atenderse en alguna empresa en los últimos 6 meses?

Respuesta múltiple

Base: Total de personas encuestadas

EXPERIENCIA CON CANALES DIGITALES

■ Mala o Muy mala ■ Ni buena ni mala ■ Buena o Muy buena



¿Cómo calificaría su experiencia con cada canal online o digital u online en el que se ha atendido?

Escala de 1 a 7, donde 1 significa "Muy mala" y 7 "Muy buena"

Base: Personas que han utilizado cada canal digital

PREFERENCIAS DE USO DE CANALES DIGITALES

	Tienda o sucursal	Centro de atención telefónica	Email	Sitio web	App móvil	Redes sociales	MSM	Chat de texto	Chatbot
Para comprar	28%	1%	4%	1%	25%	4%	2%	2%	1%
Para cotizar y comparar	13%	1%	9%	32%	20%	8%	3%	2%	1%
Para recibir ofertas o promociones	9%	1%	37%	16%	16%	15%	3%	2%	1%
Para solicitar información	11%	9%	10%	35%	14%	10%	2%	5%	4%
Para resolver problemas	23%	17%	10%	19%	12%	6%	3%	5%	5%

Suponga que va a comprar o solicitar un producto o servicio, ¿Cuáles de los siguientes canales o medios de atención usted utilizaría para cada una de las siguientes etapas?

Respuesta múltiple

Base: Total de personas encuestadas

ALGUNOS HALLAZGOS DE LA EXPERIENCIA DIGITAL EN LA COMPRA

- ★ **Maduración del formato de compra:** 89% reporta experiencias positivas en compras online. El comercio digital alcanza niveles de servicio consistentes, lo cual desafía a evolucionar hacia una diferenciación más allá de lo básico.
- ★ **Estancamiento de las preferencias online:** Cerca de un 60% prefiere formatos de compra online, lo cual se mantiene estable en últimos 3 años. El peak de digitalización post-pandemia se ha estabilizado, lo que implica la necesidad de integrar canales físicos y digitales estratégicamente.
- ★ **Segmentación socioeconómica:** 68% de C1 compra online vs 37% del D. Persisten barreras de acceso al comercio digital más allá del poder adquisitivo, para lo cual hay que desarrollar soluciones inclusivas para todos los segmentos.
- ★ **Predominio móvil:** 65% usa apps móviles y 71% sitios web para comprar o atenderse con las empresas. Esto demuestra la fuerza creciente de la experiencia móvil casi a la par con desktop, reflejando la necesidad de priorizar el desarrollo de un modelo mobile-first.
- ★ **Chatbots aún cuestionados:** Solo 37% está satisfecho con los chatbots vs el 77% con apps. La automatización actual no cumple expectativas, lo que representa desafíos pendientes para integrar la IA en el servicio al cliente.



Resumiendo...

Evaluación positiva de las experiencias digitales



69%

Evalúa Positivamente
Experiencia Digital en la
Educación



71%

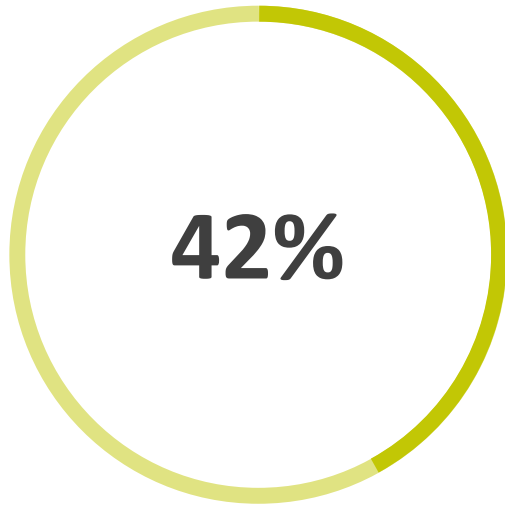
Evalúa Positivamente
Experiencia Digital en el
Trabajo



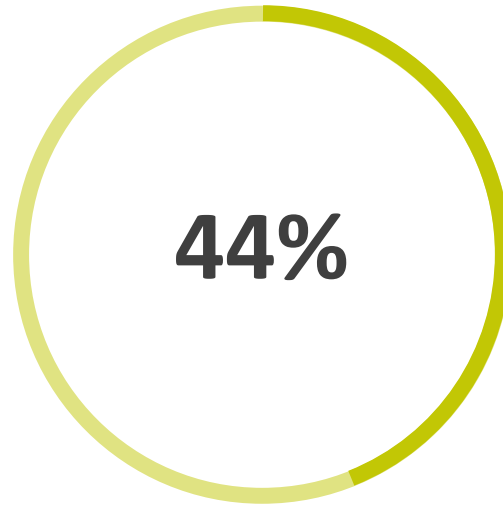
89%

Evalúa Positivamente
Experiencia Digital en la
Compra

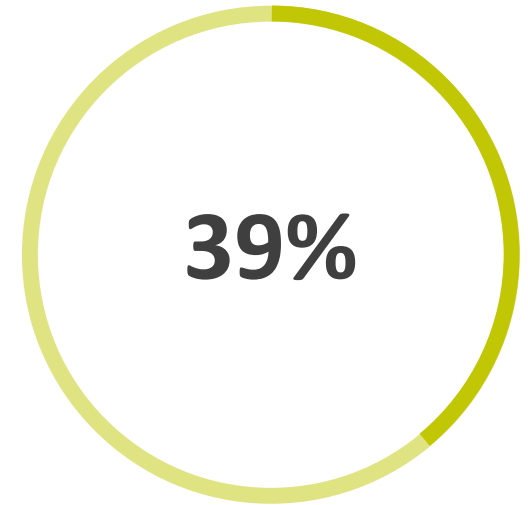
Preferencia por la mezcla de formatos



Prefiere Formato Mixto de
Educación



Prefiere Formato Mixto de
Trabajo



Prefiere Formato Mixto de
Compra



Focos y desafíos específicos



Experiencia Digital Educación

Calidad del contenido,
usabilidad tecnológica e
interactividad



Experiencia Digital Trabajo

Herramientas tecnológicas,
buen entorno de trabajo y
comunicación



Experiencia Digital Compra

Bajos costos, rapidez de
entrega y seguridad en la
compra