



CONSUMIDOR Y DATOS DIGITALES

Junio de 2021





VIVIMOS UN MOMENTO DE FUERTE DIGITALIZACIÓN

20.660.497



Equipos que permiten conexión a internet móvil

94%



De las conexiones a internet se realiza a través de smartphones

66%



Hogares cuentan con conexión fija a internet (Banda ancha).

10%

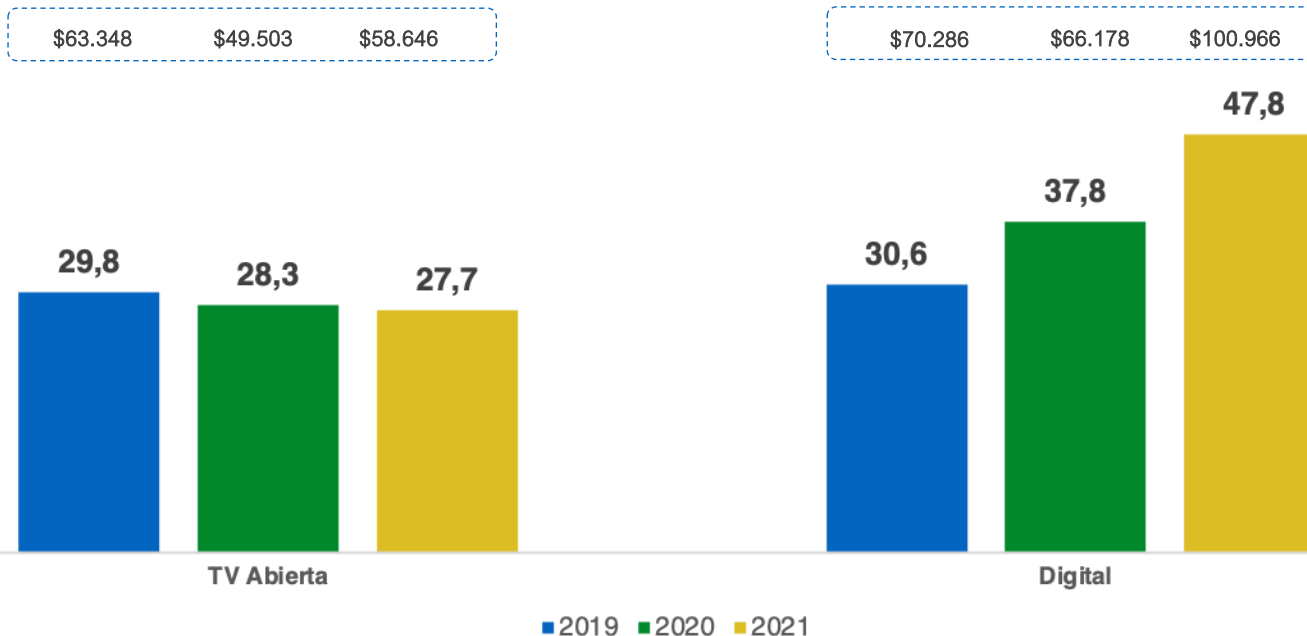


Aumentaron las conexiones a internet fija en un año



DIGITAL HA VENIDO AUMENTANDO SU PARTICIPACIÓN EN LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

Share de Inversión en Medios (%) Ene-Abr (MM\$)



activasite.com

Fuente: AAM, Abril 2021

REDES SOCIALES EN CHILE



16 Millones de usuarios de RRSS en 2020 - Incremento de 1 millón de usuarios anuales-
La población de Chile en el mismo periodo creció en 350 mil personas.



En Chile, el 81,3% de la audiencia potencial tiene una cuenta en Facebook.
98,8% de los accesos a la red son desde el teléfono móvil.



Instagram cuenta con 9,7 millones usuarios, entre Q3 y Q4 de 2020, sumó 200 mil usuarios.
54% de los usuarios de la red son mujeres.

Fuente: Hootsuite, enero 2021

EN UN ECOSISTEMA CADA VEZ MÁS AGRESIVO

En Chile se registraron 2.3 mil millones de ciberataques



Octubre – Diciembre 2020 registró 1.4 mil millones

Fuente: FortiGuard Labs

Fake news



- Políticas
- Sanitarias



- 900 mil rezagados en el proceso de vacunación.

Fuente: MINSAL

Infodemia



Fenómeno descrito por la OMS, saturación de noticias que llevan a la desconexión de las personas.

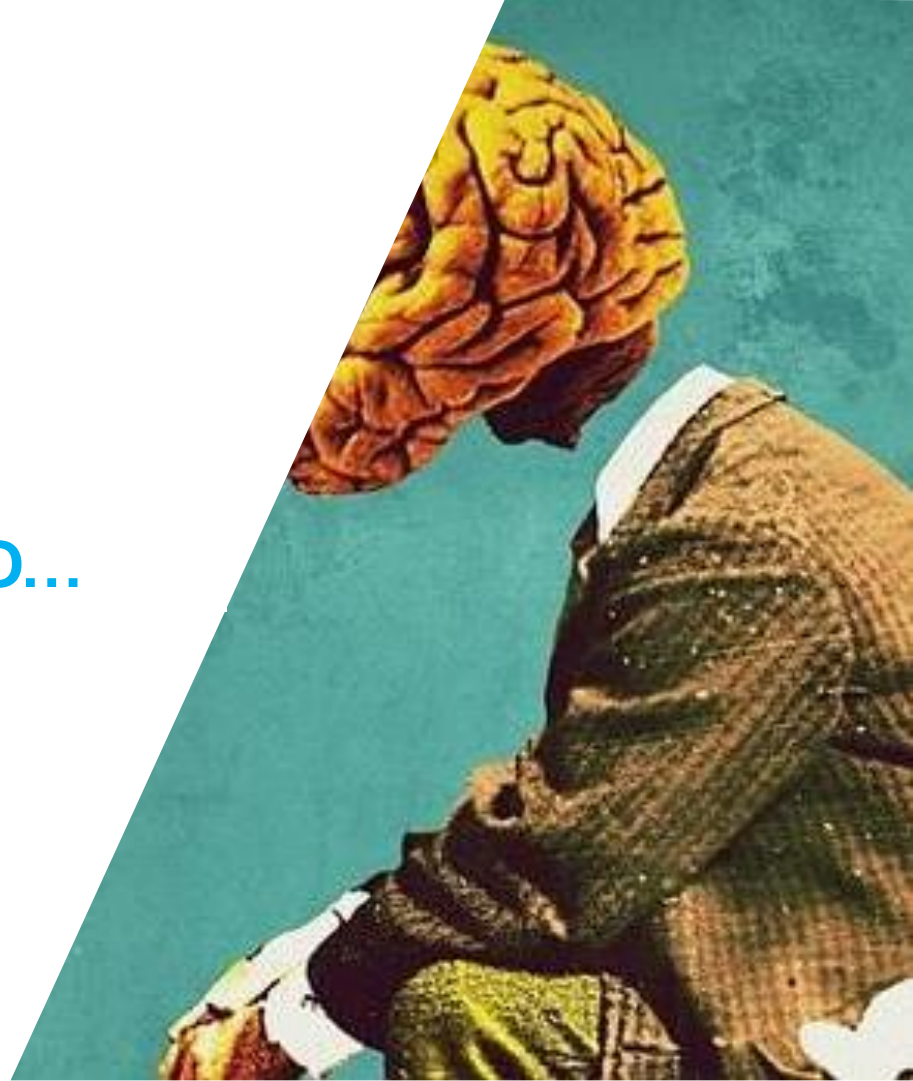
Cambridge Analytica



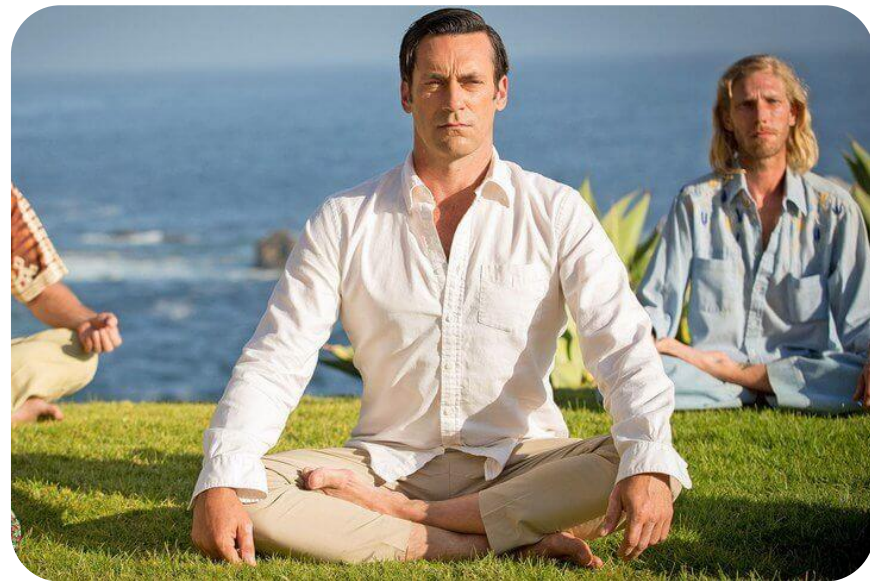
Todo inició con un test de personalidad, finalizó con un presidente electo en Estados Unidos.



LO QUE REDUNDA EN UN CONSUMIDOR MÁS EXPUESTO...



PERO... ¿ES UN CONSUMIDOR MÁS CONSCIENTE?



LOS CHILENOS ESTAMOS PREOCUPADOS POR LA HUELLA DIGITAL





LOS CHILENOS ESTAMOS PREOCUPADOS POR LA HUELLA DIGITAL

% 8+9+10 “completamente de acuerdo”

2020

Me preocupa compartir mi información personal digitalmente



58%

Compartir información personal es necesario actualmente



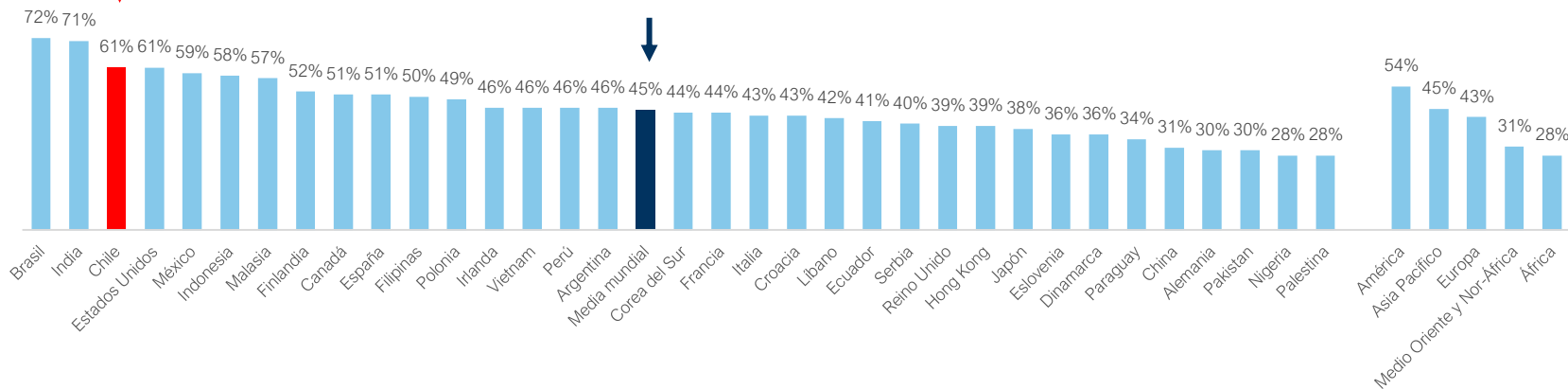
12%

Fuente: Estudio Privacidad de la información digital. Activa Research / WIN, Mayo 2021

ME PREOCUPA COMPARTIR MI INFORMACIÓN PERSONAL DIGITALMENTE

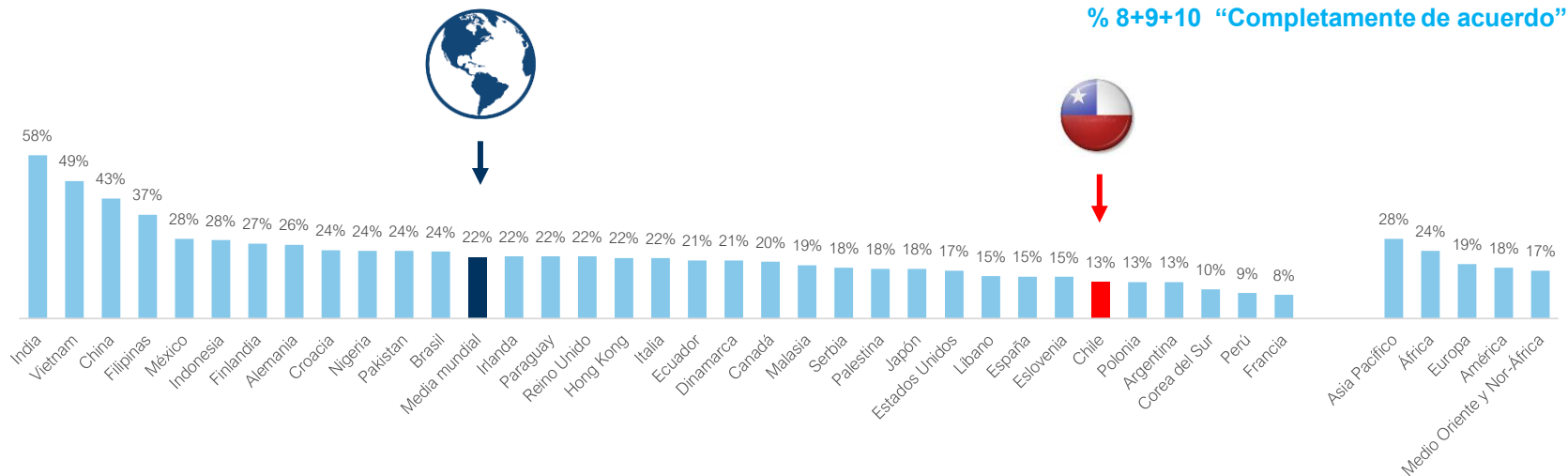


% 8+9+10 "Completamente de acuerdo"



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 26.433; E.M +/- 0,6%)

COMPARTIR INFORMACIÓN PERSONAL ES NECESARIO ACTUALMENTE

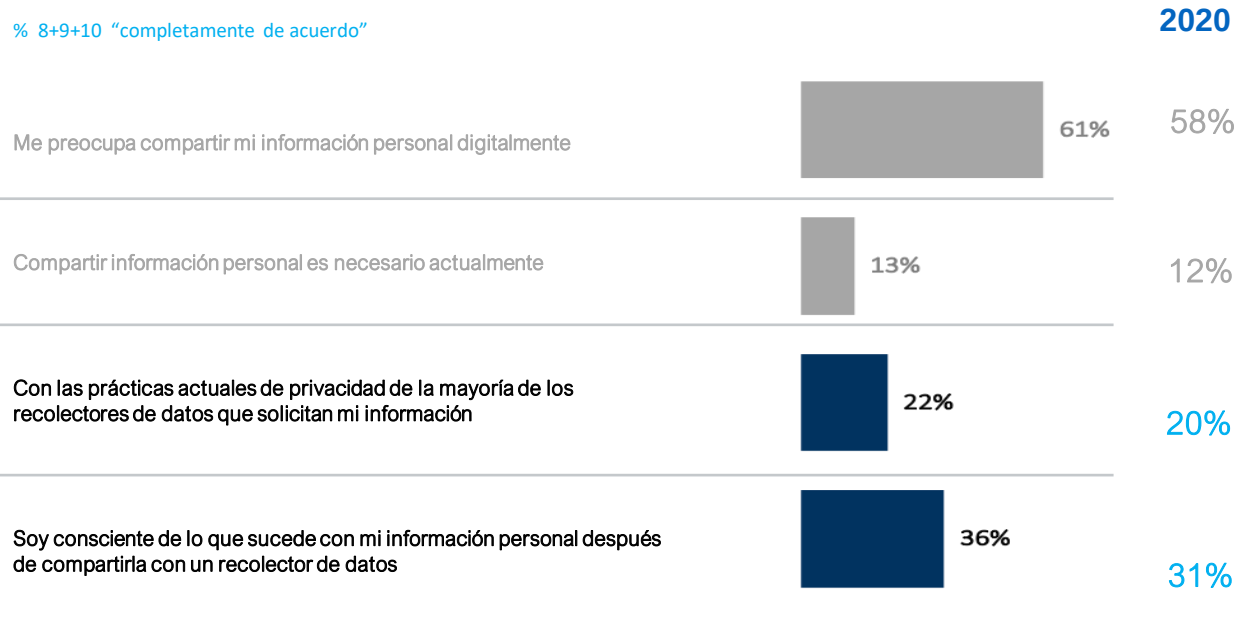


Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 26.433; E.M +/- 0,6%)

EL CONSUMIDOR SE ENCUENTRA EN UN ESTRÉS PERMANENTE



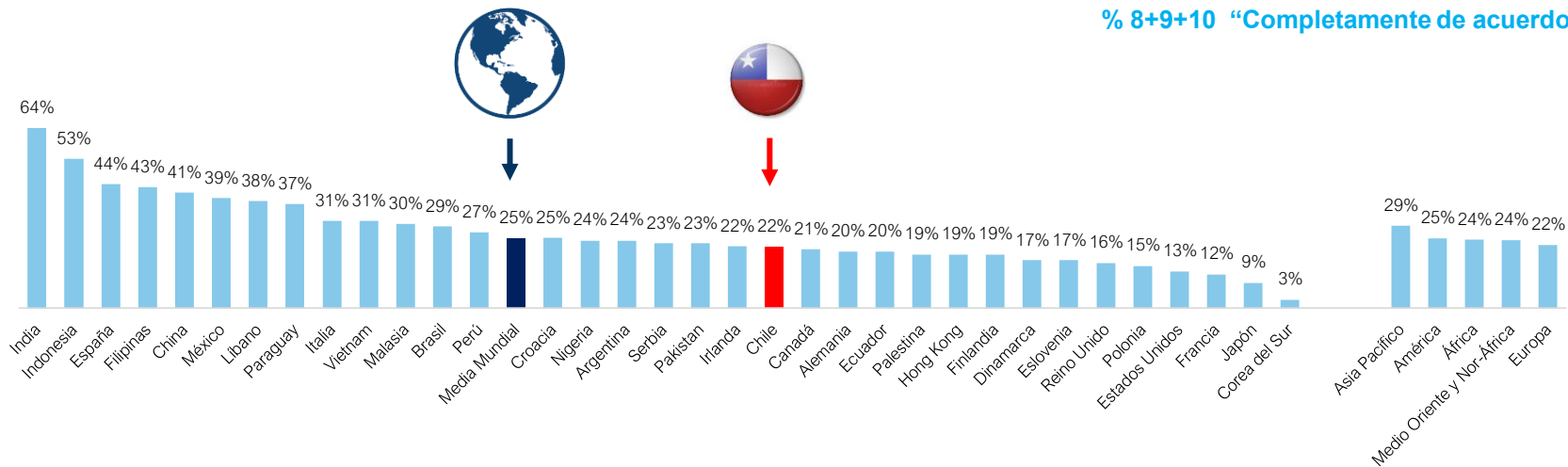
EL CONSUMIDORE ES MÁS CONSCIENTE DEL USO DE LA INFORMACIÓN LUEGO DE SU ENTREGA, LO QUE NO LO LLEVA A ESTAR DE ACUERDO CON LAS PRÁCTICAS QUE CUIDAN SU PRIVACIDAD.



Fuente: Estudio Privacidad de la información digital. Activa Research, Mayo 2021

NIVEL DE ACUERDO PRÁCTICAS ACTUALES DE PRIVACIDAD DE LOS RECOLECTORES DE DATOS QUE SOLICITAN INFORMACIÓN PERSONAL

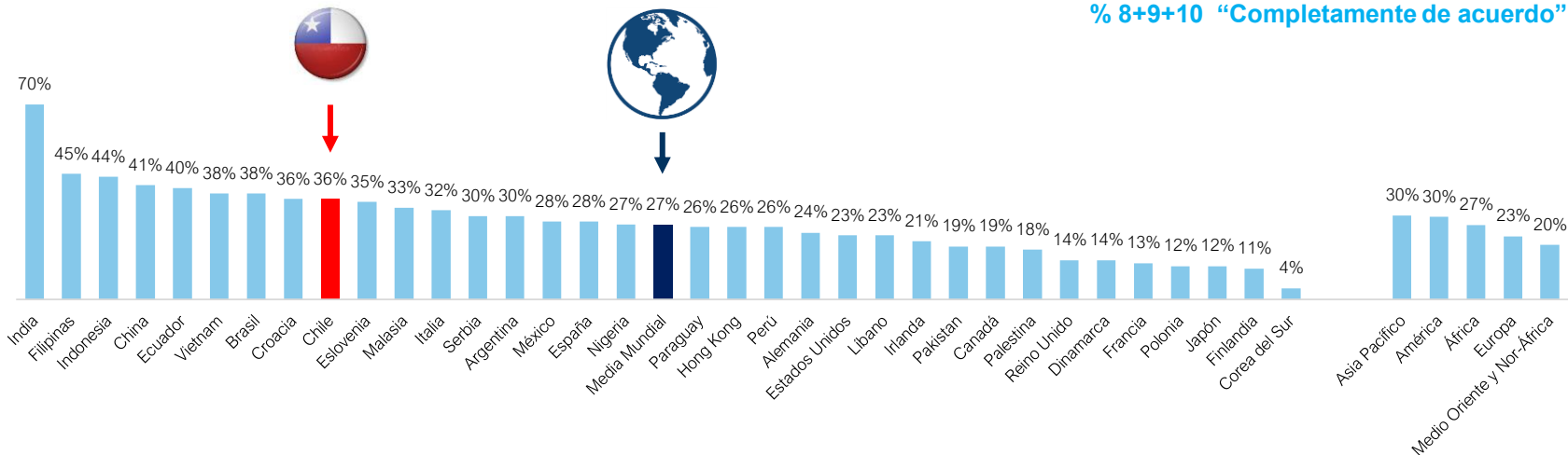
% 8+9+10 “Completamente de acuerdo”



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 26.433; E.M +/- 0,6%)

SOY CONSCIENTE DE LO QUE SUCEDE CON MI INFORMACIÓN PERSONAL DESPUÉS DE COMPARTIRLA CON UN RECOLECTOR DE DATOS

% 8+9+10 “Completamente de acuerdo”



Datos expresados en %. Base total de entrevistas (N: 26.433;E.M +/- 0,6%)



SIN EMBARGO, LOS CONSUMIDORES NO SE CIERRAN A LAS TRANSACCIONES DE DATOS PERSONALES POR BENEFICIOS DIGITALES.





UN BREVE EJEMPLO DEL MUNDO FINANCIERO



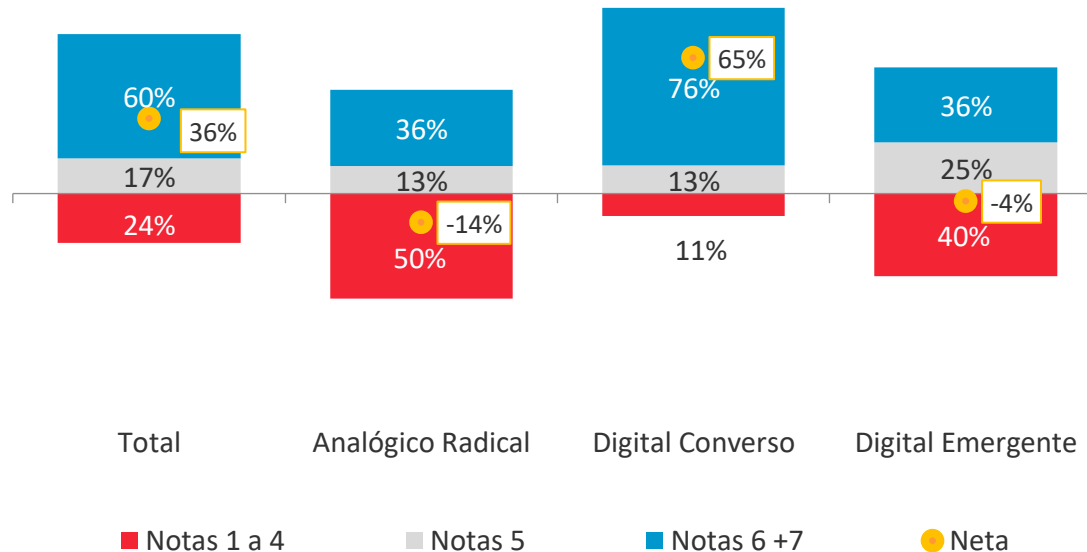
#Segmentación según Perfil Digital



© Somos Activa 2020. Todos los Derechos Reservados.

ces ACTIVA KNOWLEDGE
FOR ACTION

A MAYOR DIGITALIZACIÓN, MAYOR SATISFACCIÓN CON LA EXPERIENCIA DE CIBERSEGURIDAD EN EL SECTOR FINANCIERO



ALGUNOS DE NUESTROS APRENDIZAJES



ALGUNOS DE NUESTROS APRENDIZAJES

La consigna es “educación digital”, sobre todo entendiendo que, quienes logran experiencias memorables con los niveles de seguridad de la información personal y transaccional, son justamente los clientes intensivos en el uso de canales digitales.

Se intensifican las operaciones online y con eso se va perdiendo, poco a poco, el miedo. Las apps mejoran la percepción de seguridad y control, versus los sitios web.



ALGUNOS DE NUESTROS APRENDIZAJES

Los consumidores están dispuestos a entregar sus datos, si es que sienten que hay algo que ganar.

Detrás de los elementos funcionales está **la confianza en la marca.**

“Porque confío en la marca y creo que la app es completamente segura si la lanzaron ellos”

“Si pasa algo, me van a responder”

Fuente: Experiencia de Ciberseguridad en el Sector Financiero Activa Research

#Gracias

ACTIVA | KNOWLEDGE
FOR ACTION