

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

DICIEMBRE 2022



OFFERWISE



Elaborado para:



Objetivo:

Conocer la **relevancia** que tienen los **canales de mensajería** instantánea en **Latinoamérica**, así como el nivel de **conocimiento** y **aceptación** de los **chatbots**, y el **rol** que juegan **entre servicios y clientes finales**.



Metodología



METODOLOGÍA

Estudio **cuantitativo**, aplicado vía online, a través del panel de Offerwise.



PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres de 18 a 55 años, que **utilicen canales de mensajería instantánea** (por ejemplo, SMS, WhatsApp, Telegram, Messenger, iMessage) de todos los NSE.



MUESTRA

Levantamiento en **5 países**: México, Colombia, Chile, Costa Rica y Argentina (**400 entrevistas por país**)



LEVANTAMIENTO

Del 23 al 28 de noviembre de 2022

Margen de error: 5% para la muestra total considerando un intervalo de confianza del 95%





OFFERWISE

Percepción del usuario ante los canales de mensajería instantánea



Auronix

Diciembre 2022



EVALUACIÓN CONCEPTO CANALES DE MENSAJERÍA

El 52% de los encuestados a nivel latinoamérica declaran conocer el concepto de mensajería instantánea. A nivel de país destaca Costa Rica con 58% de conocimiento mientras que existe una oportunidad de este concepto entre los argentinos.

“La mensajería instantánea o IM por sus siglas en inglés (Instant Messaging) es un tipo de comunicación basada en texto, entre dos personas que tienen una conversación por medio de computadores, tablets, teléfonos inteligentes o cualquier dispositivo conectado a internet.”



P2 ¿Habías escuchado, leído o visto este concepto anteriormente?

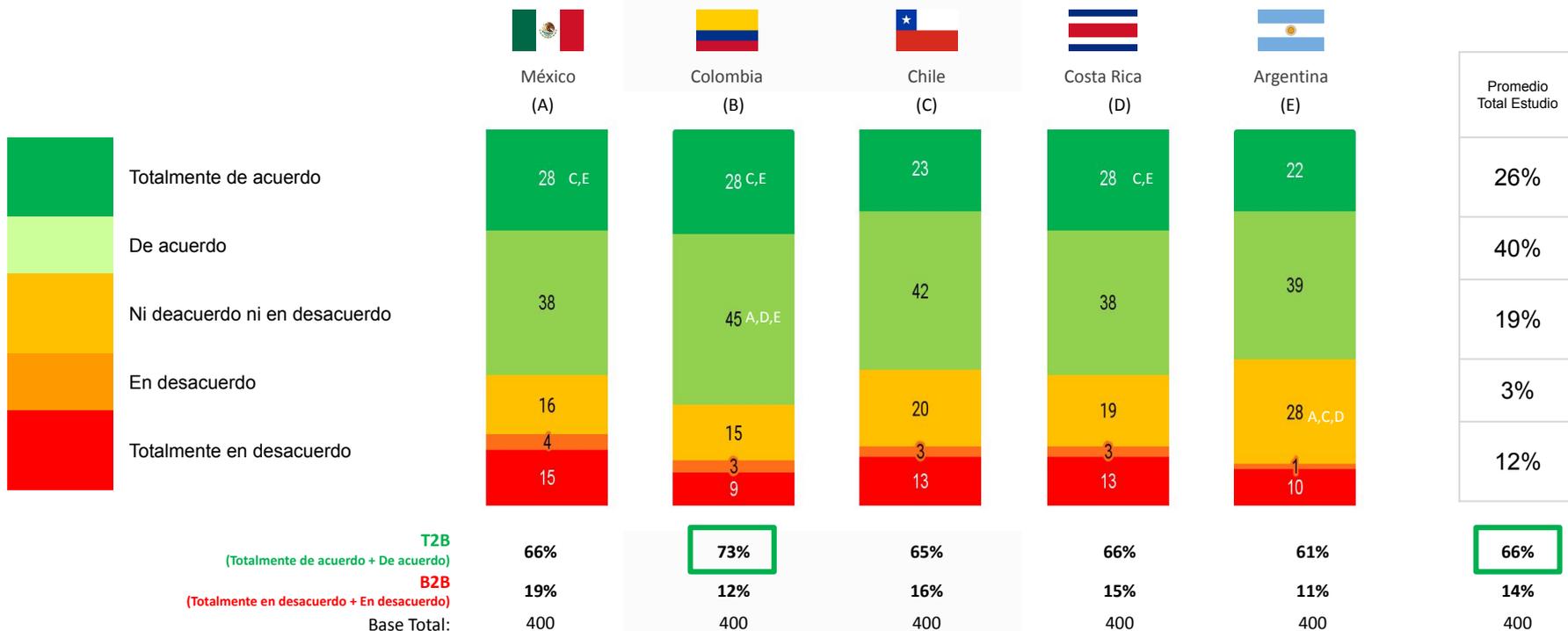
| ¿LO HABÍAS ESCUCHADO? | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|------------------------|
| |  |  |  |  |  | Promedio Total estudio |
| Si | 51% | 52% | 53% | 58% | 45% | 52% |
| No | 50% | 48% | 47% | 42% | 56% | 49% |
| Base | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | |



EVALUACIÓN CONCEPTO CANALES DE MENSAJERÍA

7 de cada 10 encuestados declaran estar de acuerdo con el concepto evaluado sobre mensajería instantánea en los 5 países evaluados. Destaca Colombia con 73%, seguido de forma equivalente por México y Costa Rica con el 66% en top two box.

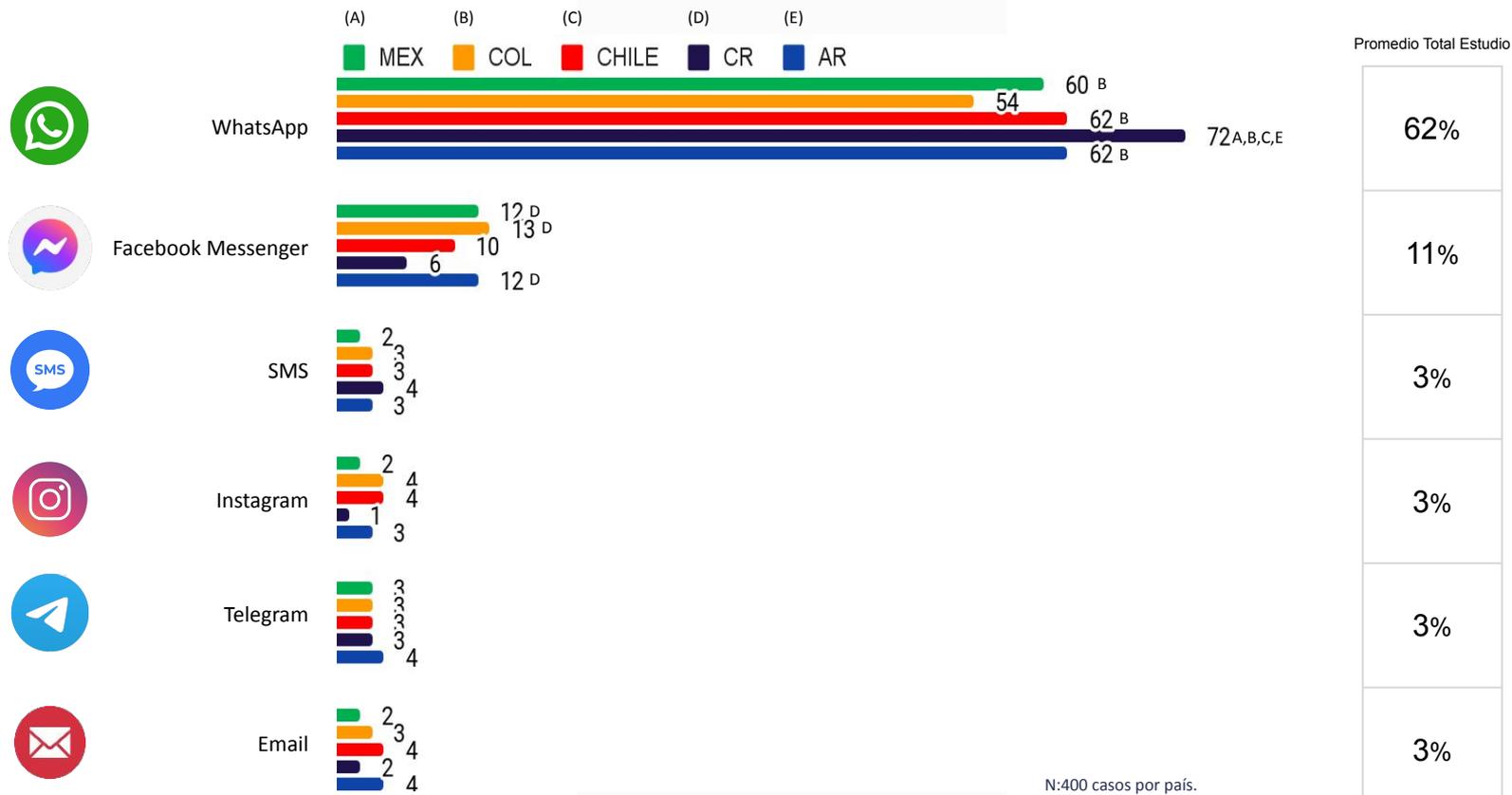
“La mensajería instantánea o IM por sus siglas en inglés (Instant Messaging) es un tipo de comunicación basada en texto, entre dos personas que tienen una conversación por medio de computadores, tablets, teléfonos inteligentes o cualquier dispositivo conectado a internet.”



CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO (TOM) – CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



WhatsApp lidera de forma importante el conocimiento espontáneo en todos los países latinoamericanos con un promedio de respuesta abierta de 62%.



N:400 casos por país.

A,B,C,D,E: Indican diferencias significativas al 95% de confianza entre países



P3. Por favor, díganos cuál es el primer canal de mensajería instantánea que se le viene a la mente

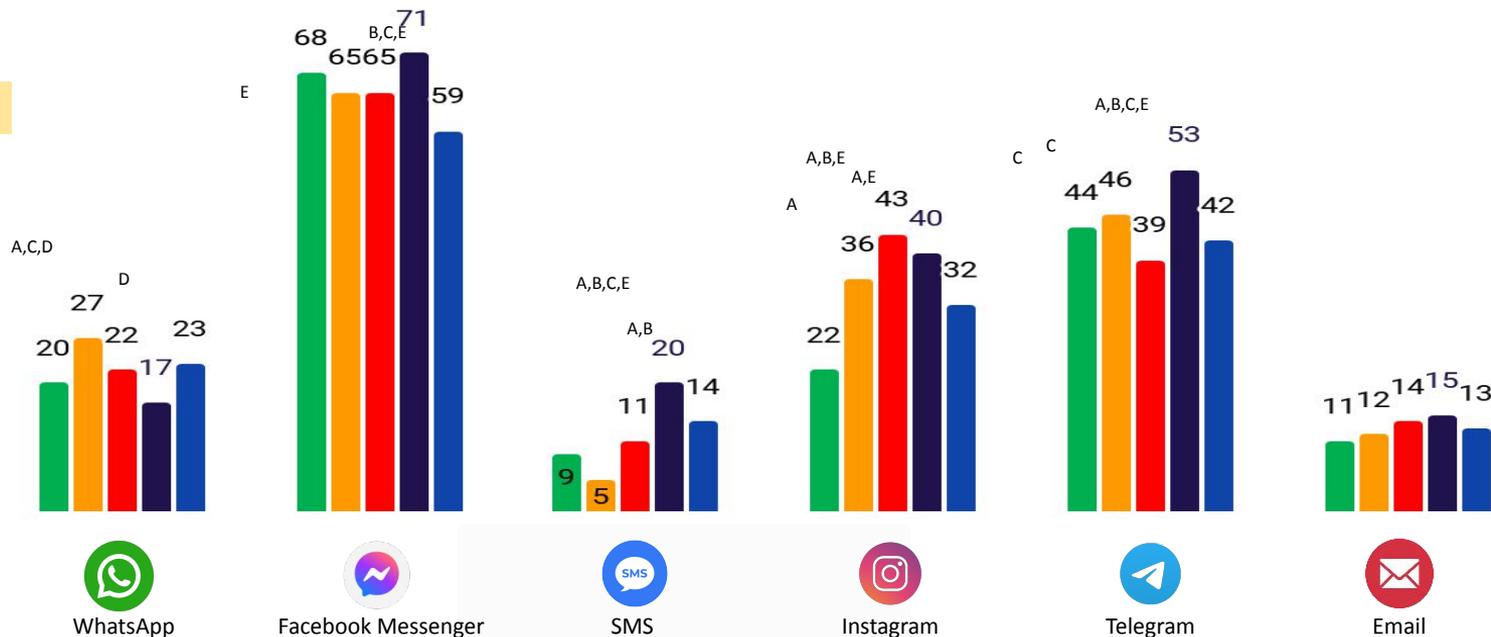
Respuesta abierta

CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO (SOM) – CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Considerando el resto de las menciones espontáneas (después de las realizadas en la primera mención), se refuerza Messenger de Facebook entre los países latinoamericanos con un promedio de 66%.

Respuesta abierta



| | | | | | | |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Promedio Total Estudio: | 22% | 66% | 12% | 35% | 45% | 13% |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|

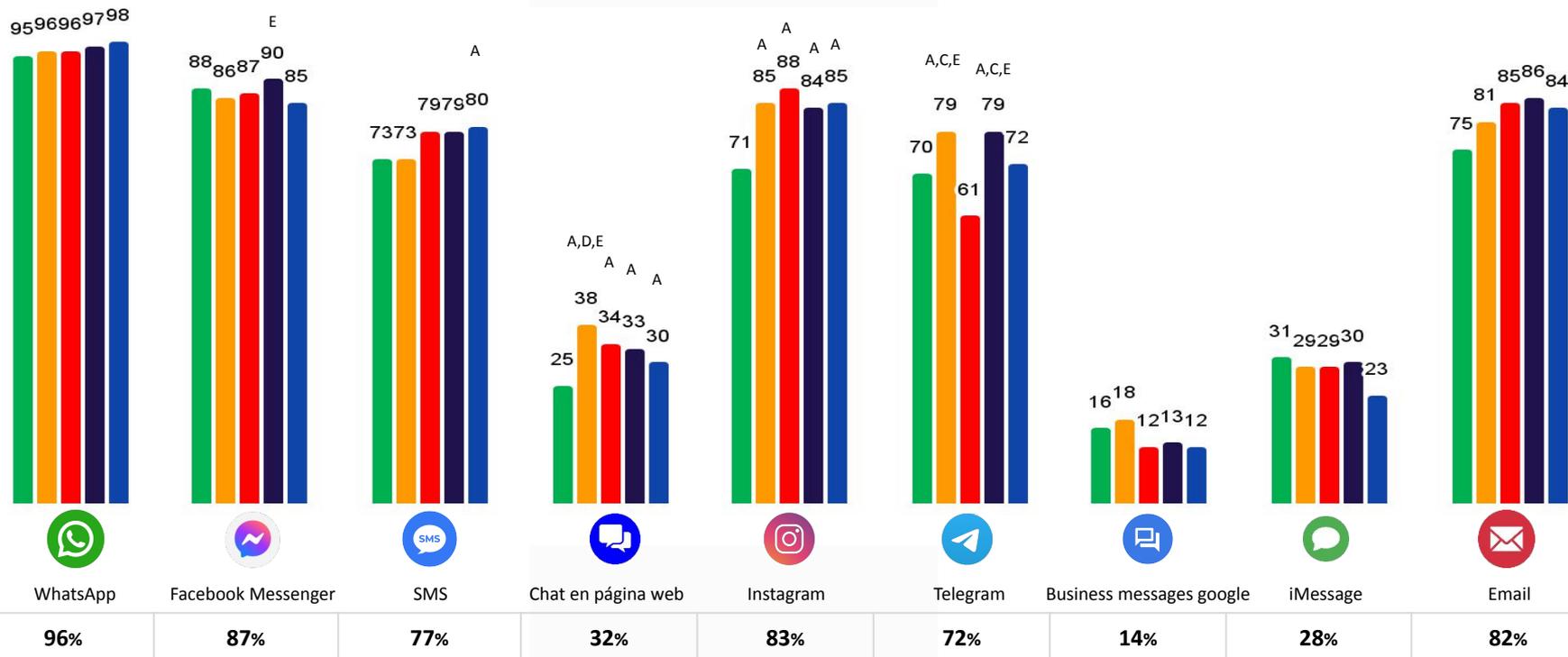
■ MEX (A)
 ■ COL (B)
 ■ CHILE (C)
 ■ CR (D)
 ■ AR (E)

N:400 casos por país.



CONOCIMIENTO AYUDADO

Al mencionarle a los encuestados los canales de mensajería, WhatsApp lidera el conocimiento en la categoría entre los diferentes países con el 96%, seguido por Facebook Messenger con 87% e Instagram con 83%.



■ MEX (A)
 ■ COL (B)
 ■ CHILE (C)
 ■ CR (D)
 ■ AR (E)

N:400 casos por país.



IMPORTANCIA Y EXPERIENCIA DE CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Los canales de mensajería juegan un papel muy importante en los países de América Latina con niveles superiores al 90%. Los usuarios también califican esta experiencia como favorable, respaldado por 9 de cada 10.

Importancia de los canales de mensajería instantánea (T2B) – (Muy importante + importante)



México

93%



Colombia

96%



Chile

93%



Costa Rica

93%



Argentina

92%

Promedio
Total Estudio

93%

Experiencia en canales de mensajería instantánea (T2B) – (Excelente + Buena)



México

95%



Colombia

98%



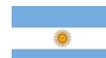
Chile

95%



Costa Rica

93%



Argentina

96%

Promedio
Total Estudio

95%



FRECUENCIA DE USO CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

WhatsApp presenta un notable liderazgo en frecuencia de uso, destacando en los diferentes países de Latinoamérica evaluados con un 98% seguido por Facebook Messenger con un 85% y SMS con 79%.

Respaldo de frecuencia una **vez a la semana**



México



Colombia



Chile



Costa Rica



Argentina

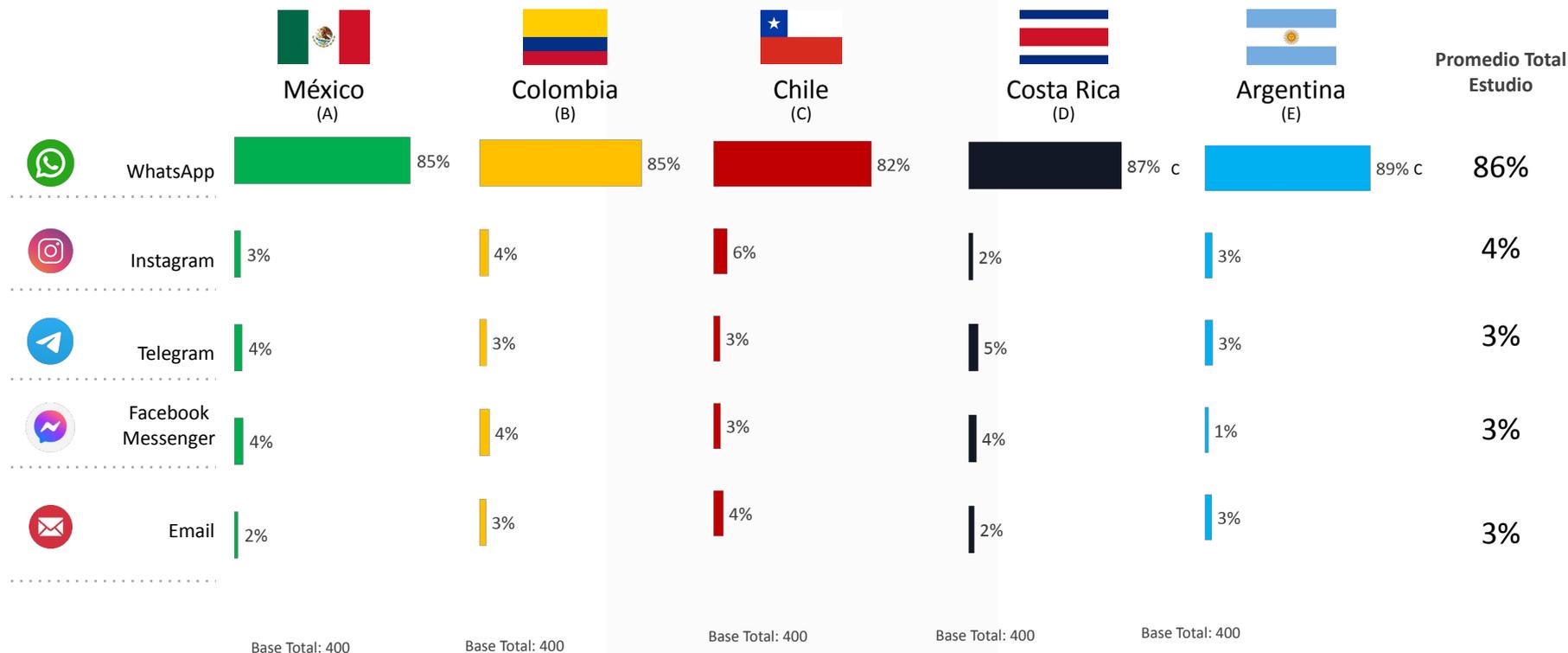
Promedio
Total Estudio

| | México | Colombia | Chile | Costa Rica | Argentina | Promedio Total Estudio |
|-----------------------------|--------|----------|-------|------------|-----------|---------------------------|
| WhatsApp | 97% | 98% | 98% | 99% | 99% | 98% |
| Facebook Messenger | 82% | 89% | 89% | 83% | 86% | 86% |
| SMS | 83% | 98% | 75% | 70% | 71% | 79% |
| Chat en Página Web | 75% | 82% | 80% | 61% | 78% | 75% |
| Instagram | 80% | 60% | 57% | 33% | 60% | 58% |
| Telegram | 62% | 61% | 51% | 46% | 55% | 55% |
| RCS | 64% | 61% | 45% | 50% | 43% | 53% |
| Business Messages de Google | 60% | 54% | 45% | 47% | 52% | 52% |
| iMessage | 67% | 58% | 45% | 39% | 46% | 51% |
| Email | 58% | 54% | 44% | 45% | 47% | 50% |



CANAL FAVORITO DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

WhatsApp, es considerado de forma considerable como el canal favorito de mensajería instantánea con un promedio de 86% entre los países evaluados.

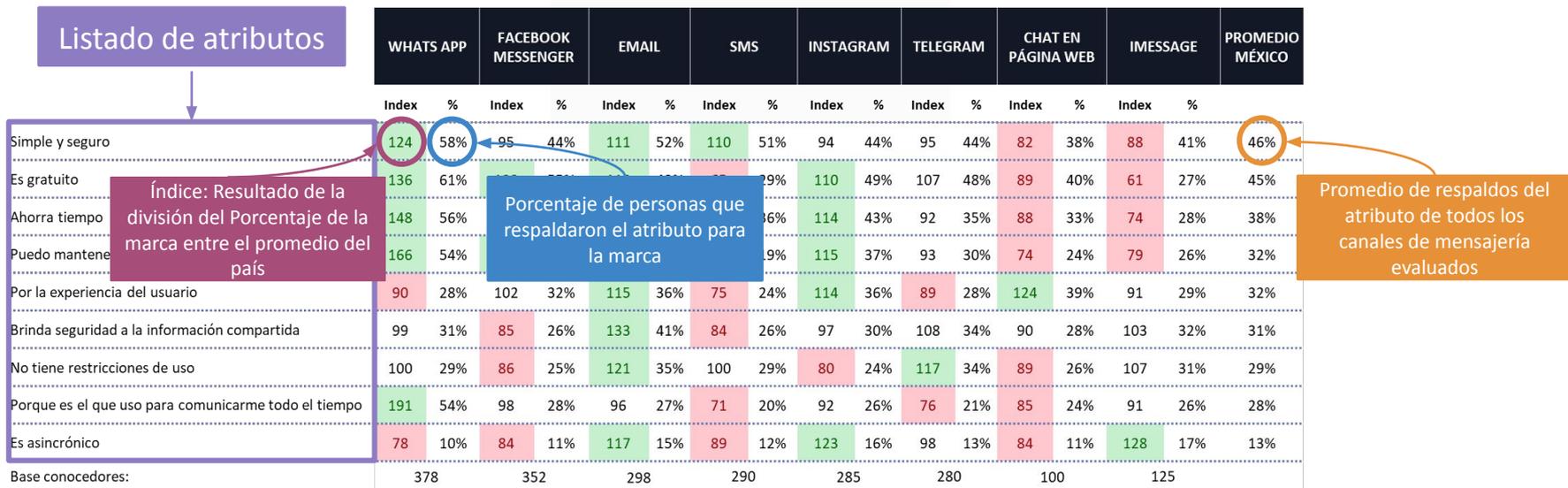


N:400 casos por país.



ATRIBUTOS INDEXADOS

Para poder identificar qué atributos caracterizan a cada canal de mensajería entre el set competitivo, se realiza un index del respaldo (%) de cada atributo entre el promedio del país. Si el index es igual o mayor a 110 significa que hay un sobre index del respaldo de ese atributo entre el promedio del país, es decir, ese atributo es poderoso para el canal de mensajería en cuestión.



■ 110 o más (Arriba del Index)
 ■ 90 o menos (Abajo del Index)



ATRIBUTOS CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

Los atributos más relevantes en México son “simple y seguro” y “es gratuito”, ambos sobre indexando en WhatsApp y E-mail.

WhatsApp, además se caracteriza por ser el único canal que declaran usar para comunicarse todo el tiempo, además este se caracteriza por ahorrar tiempo. Por otro lado, el e-mail se caracteriza por brindar seguridad a la información compartida.



| | WHATSAPP | | FACEBOOK MESSENGER | | EMAIL | | SMS | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | CHAT EN PÁGINA WEB | | IMESSAGE | | PROMEDIO MÉXICO |
|--|----------|-----|--------------------|-----|-------|-----|-------|-----|-----------|-----|----------|-----|--------------------|-----|----------|-----|-----------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | |
| Simple y seguro | 124 | 58% | 95 | 44% | 111 | 52% | 110 | 51% | 94 | 44% | 95 | 44% | 82 | 38% | 88 | 41% | 46% |
| Es gratuito | 136 | 61% | 123 | 55% | 110 | 49% | 65 | 29% | 110 | 49% | 107 | 48% | 89 | 40% | 61 | 27% | 45% |
| Ahorra tiempo | 148 | 56% | 92 | 35% | 97 | 37% | 96 | 36% | 114 | 43% | 92 | 35% | 88 | 33% | 74 | 28% | 38% |
| Puedo mantener varias conversaciones a la vez | 166 | 54% | 136 | 44% | 79 | 26% | 59 | 19% | 115 | 37% | 93 | 30% | 74 | 24% | 79 | 26% | 32% |
| Por la experiencia del usuario | 90 | 28% | 102 | 32% | 115 | 36% | 75 | 24% | 114 | 36% | 89 | 28% | 124 | 39% | 91 | 29% | 32% |
| Brinda seguridad a la información compartida | 99 | 31% | 85 | 26% | 133 | 41% | 84 | 26% | 97 | 30% | 108 | 34% | 90 | 28% | 103 | 32% | 31% |
| No tiene restricciones de uso | 100 | 29% | 86 | 25% | 121 | 35% | 100 | 29% | 80 | 24% | 117 | 34% | 89 | 26% | 107 | 31% | 29% |
| Porque es el que uso para comunicarme todo el tiempo | 191 | 54% | 98 | 28% | 96 | 27% | 71 | 20% | 92 | 26% | 76 | 21% | 85 | 24% | 91 | 26% | 28% |
| Es asincrónico | 78 | 10% | 84 | 11% | 117 | 15% | 89 | 12% | 123 | 16% | 98 | 13% | 84 | 11% | 128 | 17% | 13% |
| Base conocedores: | 378 | | 352 | | 298 | | 290 | | 285 | | 280 | | 100 | | 125 | | |

■ 110 o más (Arriba del Index)

■ 90 o menos (Abajo del Index)



ATRIBUTOS CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

En Colombia, los atributos más relevantes son “simple y seguro” y “es gratuito”, ambos sobre indexando en WhatsApp. WhatsApp, además de ser caracterizado por sobre indexar en la mayoría de atributos, destacando de forma considerable “porque es el que uso para comunicarme todo el tiempo”. Por su lado, el e-mail destaca por brindar seguridad a la información compartida e Instagram por la experiencia del usuario.



| | WHATS APP | | FACEBOOK MESSENGER | | INSTAGRAM | | EMAIL | | TELEGRAM | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | IMESSAGE | | PROMEDIO COLOMBIA |
|--|-----------|-----|--------------------|-----|-----------|-----|-------|-----|----------|-----|-------|-----|--------------------|-----|----------|-----|-------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | |
| Es gratuito | 126 | 61% | 126 | 61% | 113 | 55% | 104 | 51% | 99 | 48% | 64 | 31% | 93 | 45% | 74 | 36% | 48% |
| Simple y seguro | 128 | 58% | 91 | 41% | 101 | 46% | 119 | 54% | 100 | 45% | 106 | 48% | 65 | 30% | 90 | 41% | 46% |
| Ahorra tiempo | 134 | 56% | 85 | 36% | 89 | 37% | 101 | 42% | 92 | 38% | 88 | 37% | 102 | 42% | 109 | 45% | 42% |
| Brinda seguridad a la información compartida | 119 | 36% | 89 | 27% | 97 | 29% | 154 | 46% | 95 | 29% | 64 | 19% | 62 | 19% | 119 | 36% | 30% |
| Puedo mantener varias conversaciones a la vez | 195 | 58% | 141 | 42% | 111 | 33% | 85 | 25% | 102 | 30% | 47 | 14% | 51 | 15% | 69 | 21% | 30% |
| No tiene restricciones de uso | 114 | 34% | 103 | 30% | 86 | 25% | 120 | 35% | 106 | 31% | 84 | 25% | 90 | 26% | 96 | 28% | 29% |
| Por la experiencia del usuario | 102 | 30% | 86 | 25% | 125 | 37% | 114 | 33% | 111 | 32% | 62 | 18% | 102 | 30% | 99 | 29% | 29% |
| Porque es el que uso para comunicarme todo el tiempo | 247 | 61% | 81 | 20% | 91 | 22% | 119 | 29% | 67 | 16% | 49 | 12% | 57 | 14% | 90 | 22% | 25% |
| Es asincrónico | 88 | 12% | 81 | 11% | 110 | 15% | 139 | 19% | 118 | 16% | 90 | 12% | 84 | 11% | 90 | 12% | 13% |
| Base conocedores: | 382 | | 343 | | 341 | | 324 | | 317 | | 292 | | 151 | | 117 | | |

■ 110 o más (Arriba del Index)

■ 90 o menos (Abajo del Index)



ATRIBUTOS CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



En Chile, los atributos más relevantes son “simple y seguro” y “es gratuito”, ambos sobre indexando en WhatsApp. WhatsApp presenta buenos indicadores, sin embargo, pero presenta diferentes competidores, especialmente con el e-mail e Instagram.



| | WHATS APP | | FACEBOOK MESSENGER | | INSTAGRAM | | EMAIL | | SMS | | TELEGRAM | | CHAT EN PÁGINA WEB | | IMESSAGE | | PROMEDIO CHILE |
|--|-----------|-----|--------------------|-----|-----------|-----|-------|-----|-------|-----|----------|-----|--------------------|-----|----------|-----|----------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | |
| Es gratuito | 139 | 68% | 119 | 58% | 116 | 56% | 102 | 50% | 60 | 29% | 96 | 47% | 85 | 42% | 83 | 40% | 49% |
| Simple y seguro | 122 | 53% | 93 | 41% | 103 | 45% | 125 | 55% | 101 | 44% | 93 | 41% | 80 | 35% | 84 | 37% | 44% |
| Ahorra tiempo | 155 | 61% | 92 | 36% | 105 | 41% | 112 | 44% | 75 | 29% | 91 | 36% | 99 | 39% | 72 | 28% | 39% |
| Puedo mantener varias conversaciones a la vez | 199 | 60% | 127 | 38% | 113 | 34% | 87 | 26% | 42 | 13% | 97 | 29% | 65 | 20% | 70 | 21% | 30% |
| No tiene restricciones de uso | 132 | 40% | 110 | 33% | 113 | 34% | 118 | 36% | 67 | 20% | 93 | 28% | 85 | 26% | 82 | 25% | 30% |
| Brinda seguridad a la información compartida | 114 | 30% | 68 | 18% | 113 | 30% | 170 | 45% | 83 | 22% | 105 | 28% | 58 | 15% | 89 | 24% | 27% |
| Por la experiencia del usuario | 88 | 22% | 102 | 26% | 128 | 32% | 129 | 33% | 65 | 16% | 89 | 23% | 101 | 26% | 100 | 25% | 25% |
| Porque es el que uso para comunicarme todo el tiempo | 245 | 61% | 79 | 19% | 108 | 27% | 130 | 32% | 54 | 13% | 64 | 16% | 53 | 13% | 67 | 17% | 25% |
| Es asincrónico | 92 | 10% | 89 | 10% | 124 | 14% | 138 | 16% | 96 | 11% | 76 | 9% | 91 | 10% | 93 | 11% | 11% |
| Base conocedores: | 385 | | 349 | | 351 | | 340 | | 316 | | 244 | | 137 | | 114 | | |

■ 110 o más (Arriba del Index)

■ 90 o menos (Abajo del Index)



ATRIBUTOS CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



En Costa Rica, los atributos más relevantes son “simple y seguro” y “es gratuito”, ambos sobre indexando en WhatsApp. WhatsApp se caracteriza por ahorrar tiempo y por ser el que usan para comunicarse todo el tiempo, principalmente. En este país WhatsApp y E-mail, presentan el mejor desempeño, por encima del resto de los canales evaluados.

| | WHATS APP | | FACEBOOK MESSENGER | | EMAIL | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | IMESSAGE | | PROMEDIO COSTA RICA |
|--|-----------|-----|--------------------|-----|-------|-----|-----------|-----|----------|-----|-------|-----|--------------------|-----|----------|-----|---------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | |
| Es gratuito | 128 | 67% | 121 | 63% | 107 | 56% | 104 | 54% | 103 | 54% | 48 | 25% | 109 | 56% | 81 | 42% | 52% |
| Simple y seguro | 124 | 60% | 93 | 45% | 114 | 56% | 100 | 49% | 94 | 46% | 106 | 52% | 64 | 31% | 107 | 52% | 49% |
| Ahorra tiempo | 145 | 62% | 94 | 40% | 98 | 42% | 90 | 39% | 101 | 44% | 64 | 28% | 101 | 44% | 107 | 46% | 43% |
| Puedo mantener varias conversaciones a la vez | 183 | 64% | 121 | 42% | 91 | 32% | 108 | 38% | 106 | 37% | 49 | 17% | 74 | 26% | 68 | 24% | 35% |
| Brinda seguridad a la información compartida | 129 | 39% | 70 | 21% | 153 | 47% | 94 | 29% | 89 | 27% | 84 | 26% | 88 | 27% | 94 | 29% | 31% |
| No tiene restricciones de uso | 123 | 38% | 108 | 33% | 115 | 35% | 96 | 29% | 93 | 28% | 82 | 25% | 83 | 25% | 99 | 30% | 30% |
| Por la experiencia del usuario | 104 | 31% | 91 | 28% | 113 | 34% | 126 | 38% | 102 | 31% | 59 | 18% | 108 | 33% | 97 | 29% | 30% |
| Porque es el que uso para comunicarme todo el tiempo | 254 | 68% | 74 | 20% | 128 | 34% | 85 | 23% | 68 | 18% | 51 | 14% | 65 | 18% | 75 | 20% | 27% |
| Es asincrónico | 93 | 13% | 91 | 13% | 125 | 17% | 100 | 14% | 101 | 14% | 81 | 11% | 105 | 15% | 104 | 14% | 14% |
| Base conocedores: | 389 | | 360 | | 342 | | 336 | | 317 | | 316 | | 131 | | 119 | | |

■ 110 o más (Arriba del Index)

■ 90 o menos (Abajo del Index)



ATRIBUTOS CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

En Argentina, los atributos más relevantes son “simple y seguro” y “es gratuito”, ambos sobre indexando en WhatsApp. Este, destaca en la mayoría de atributos, sin embargo las oportunidades son mejorar la experiencia de usuario y ser asincrónico. E-mail destaca en “simple y seguro”, “experiencia de usuario” y “brinda seguridad a la información compartida”.



| | WHATS APP | | INSTAGRAM | | FACEBOOK MESSENGER | | EMAIL | | SMS | | TELEGRAM | | CHAT EN PÁGINA WEB | | PROMEDIO ARGENTINA |
|--|-----------|-----|-----------|-----|--------------------|-----|-------|-----|-------|-----|----------|-----|--------------------|-----|--------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | |
| Es gratuito | 140 | 65% | 112 | 52% | 119 | 55% | 103 | 48% | 53 | 25% | 92 | 43% | 80 | 37% | 47% |
| Simple y seguro | 129 | 52% | 100 | 41% | 91 | 37% | 140 | 57% | 97 | 39% | 83 | 34% | 61 | 25% | 41% |
| Ahorra tiempo | 163 | 54% | 95 | 31% | 70 | 23% | 110 | 36% | 75 | 25% | 100 | 33% | 88 | 29% | 33% |
| Puedo mantener varias conversaciones a la vez | 204 | 55% | 114 | 31% | 129 | 35% | 73 | 20% | 46 | 12% | 93 | 25% | 41 | 11% | 27% |
| No tiene restricciones de uso | 131 | 34% | 93 | 24% | 90 | 23% | 117 | 30% | 108 | 28% | 92 | 24% | 69 | 18% | 26% |
| Por la experiencia del usuario | 84 | 20% | 123 | 30% | 72 | 17% | 130 | 32% | 87 | 21% | 99 | 24% | 105 | 25% | 24% |
| Brinda seguridad a la información compartida | 120 | 28% | 84 | 20% | 76 | 18% | 158 | 37% | 101 | 24% | 108 | 26% | 54 | 13% | 24% |
| Porque es el que uso para comunicarme todo el tiempo | 281 | 60% | 111 | 24% | 52 | 11% | 129 | 28% | 39 | 8% | 55 | 12% | 32 | 7% | 21% |
| Es asincrónico | 68 | 8% | 107 | 12% | 133 | 15% | 118 | 14% | 113 | 13% | 102 | 12% | 58 | 7% | 12% |
| Base conocedores: | 392 | | 339 | | 338 | | 335 | | 319 | | 286 | | 118 | | |

■ 110 o más (Arriba del Index)

■ 90 o menos (Abajo del Index)





OFFERWISE

Percepción del usuario entre canales de mensajería instantánea y servicios



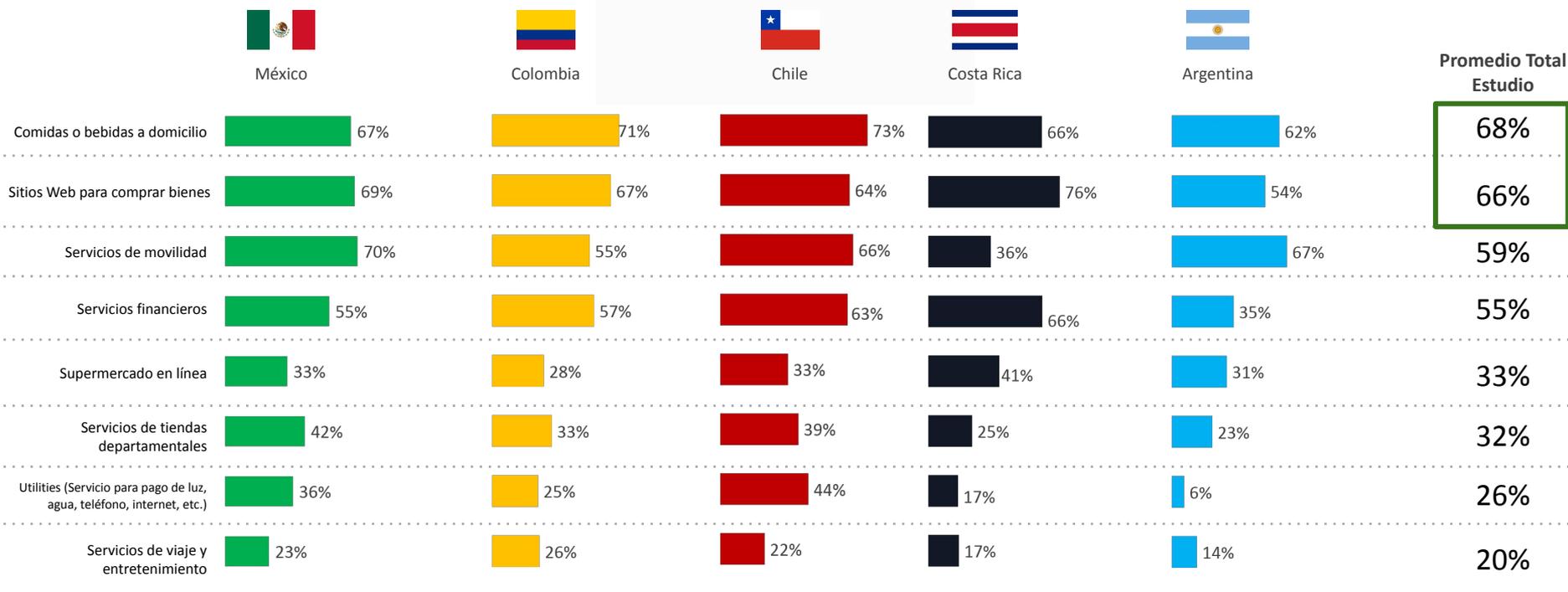
Auronix

Diciembre 2022



APLICACIONES DE SERVICIOS INSTALADAS

Las aplicaciones más instaladas son las de envío de comida o bebidas a domicilio con un 68% en promedio entre los países encuestados, seguido por Apps de sitios web para comprar bienes con 66%, lo que destaca estos dos casos de uso para las aplicaciones instaladas.



N:400 casos por país.



FAMILIARIDAD - CHABOTS

Existe una oportunidad para los países encuestados de familiarizar los chatbots, pues en promedio un 55% de los encuestados no están familiarizados con tener una conversación o interacción con estos. Los países con mayor familiaridad son México y Costa Rica con poco más del 50%

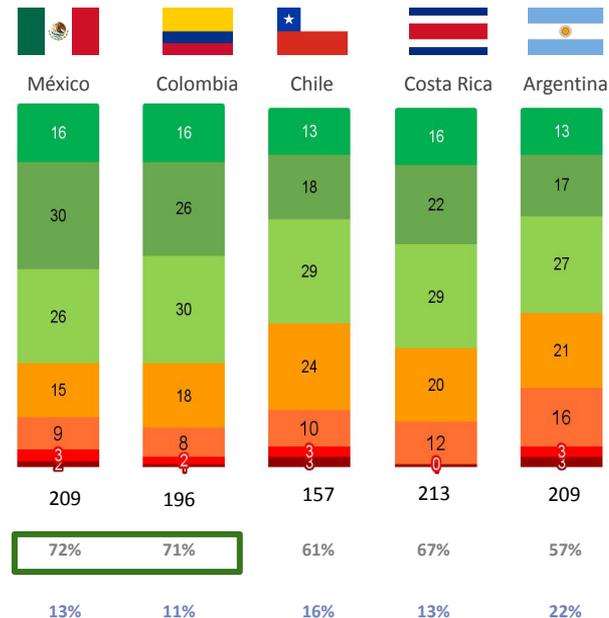
México y Colombia presentan el mayor T3B, con un indicador mayor al 70%.

| ¿HAS OÍDO HABLAR SOBRE CHATBOTS? | | | | | | |
|----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|----------|
| | | | | | | Promedio |
| Si | 52% | 49% | 39% | 53% | 34% | 45% |
| No | 48% | 51% | 61% | 47% | 66% | 55% |
| Base | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | |

- Extremadamente familiarizado
- Muy familiarizado
- Familiarizado
- Algo familiarizado
- Poco familiarizado
- Nada familiarizado
- No estoy familiarizado

T3B (Extremadamente familiarizado + Muy familiarizado + Familiarizado)

B3B (Nada familiarizado + No estoy familiarizado + Poco familiarizado)



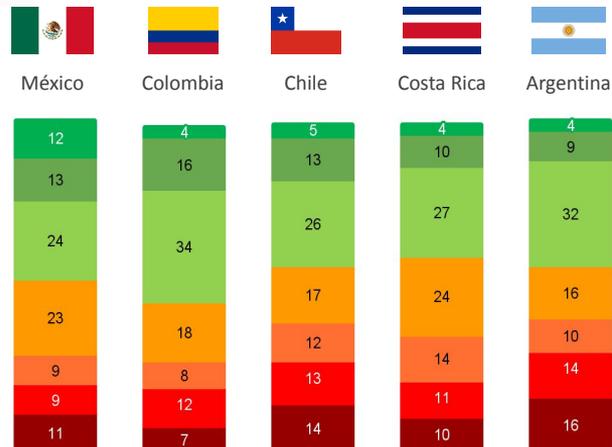
FAMILIARIDAD - CHABOTS

Del 55% de los encuestados que desconocían este término, existe una buena disposición por interactuar con ellos con porcentajes superiores al 40%, destacando Colombia con un T3B del 54%, seguido por México con un 49%.

¿QUÉ TAN DISPUESTO ESTÁS A INTERACTUAR CON UN CHATBOT?

| ¿HAS OÍDO HABLAR SOBRE CHATBOTS? | | | | | | |
|----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|----------|
| | | | | | | Promedio |
| Si | 52% | 49% | 39% | 53% | 34% | 45% |
| No | 48% | 51% | 61% | 47% | 66% | 55% |
| Base | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | |

- Extremadamente dispuesto
- Muy dispuesto
- Dispuesto
- Regular
- Poco dispuesto
- Nada dispuesto



T3B (Extremadamente dispuesto + Muy dispuesto + Dispuesto)

B3B (Poco dispuesto + Nada dispuesto + Algo Dispuesto)

| | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 49% | 54% | 44% | 41% | 45% |
| 29% | 27% | 39% | 35% | 40% |



PERCEPCIONES DE MEJORA - CHABOTS



Entre los latinos que conocen los chatbots, en promedio el 80% declara que estos **si** han tenido mejora, principalmente porque ayudan a resolver dudas. También destacan de forma positiva la “Atención rápida” y “Tiempo de espera corto”. Dentro de los que declaran que **no** han tenido mejora destaca que estos “No resuelven dudas”.



México

■ No ■ Si



Base: 150

| | |
|-----------------------------|-----|
| No resuelven dudas (neto) | 48% |
| Respuestas limitadas (neto) | 30% |
| Mal servicio (neto) | 21% |
| Tardan en contestar (neto) | 12% |

Base: 33

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Resuelven dudas (neto) | 37% |
| El tiempo de espera es corto (neto) | 21% |
| Buen servicio (neto) | 17% |
| Fácil de usar (neto) | 10% |

Base: 115



Colombia

■ No ■ Si



Base: 140

| | |
|---------------------------|-----|
| No resuelven dudas (neto) | 48% |
| Respuestas limitadas | 48% |
| Tardan en atender | 7% |

Base: 27

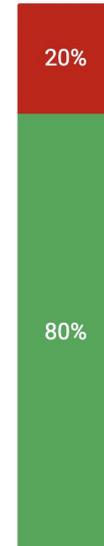
| | |
|---------------------------------------|-----|
| Resuelven dudas (neto) | 37% |
| Atención rápida (neto) | 22% |
| Buen servicio / buena atención (neto) | 17% |
| Facilidad de uso (neto) | 12% |

Base: 112



Chile

■ No ■ Si



Base: 95

| | |
|--|-----|
| No san solución / No resuelven dudas (Neto) | 61% |
| Servicio limitado / Restricción de servicio (neto) | 30% |
| Mala atención / Mal servicio (neto) | 17% |

Base: 23

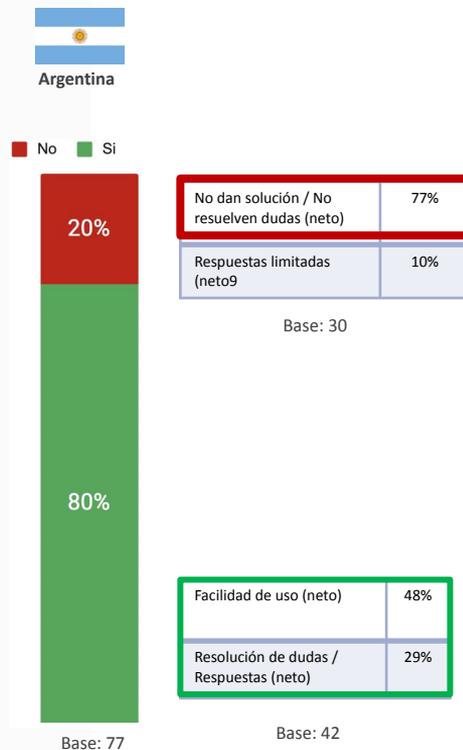
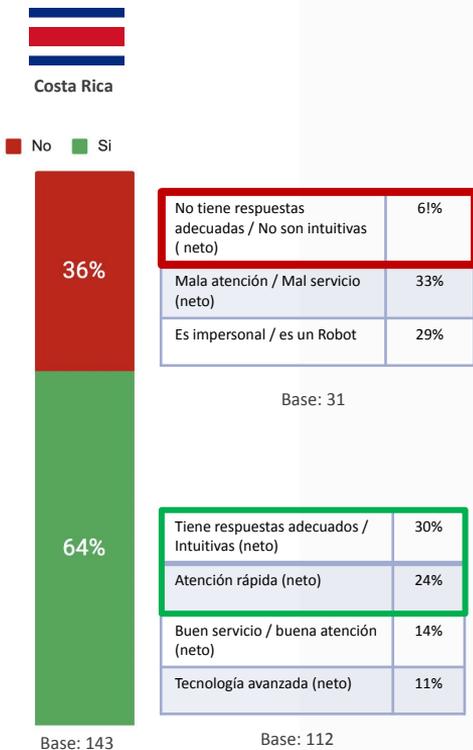
| | |
|--|-----|
| Resolución de dudas/ respuestas (neto) | 32% |
| Buen servicio / buena atención (neto) | 21% |
| Facilidad de uso (neto) | 14% |
| Atención rápida (neto) | 14% |
| Atención personalizada (neto) | 15% |

Base: 71

Respuesta abierta

PERCEPCIONES DE MEJORA - CHABOTS

Entre los latinos que conocen los chatbots, en promedio el 80% declara que estos **si** han tenido mejora, principalmente porque ayudan a resolver dudas. También destacan de forma positiva la “Atención rápida” y “Tiempo de espera corto”. Dentro de los que declaran que **no** han tenido mejora destaca que estos “No resuelven dudas”.



Respuesta abierta

RAZONES DE INTERACCIÓN CON CHATBOTS

Las principales razones que manifestaron las personas para interactuar con *chatbots* son la disponibilidad 24/7 y la facilidad de uso con un promedio entre los países de 33% y 25% respectivamente del total de encuestados. El rechazo para la interacción, se da en un 41% del total de porque prefieren hablar con una persona para poder resolver cualquier duda.



| | México | Colombia | Chile | Costa rica | Argentina | Promedio Total Estudio |
|---|--------|----------|-------|------------|-----------|------------------------|
| Porque están disponibles 24/7 | 29% | 40% | 31% | 28% | 35% | 33% |
| Son fáciles de usar | 34% | 27% | 19% | 25% | 22% | 25% |
| El tiempo de espera es corto | 28% | 25% | 21% | 18% | 19% | 22% |
| Porque resuelven mis dudas | 24% | 22% | 23% | 14% | 21% | 21% |
| Porque puedo llevar la conversación a mi ritmo | 21% | 17% | 14% | 19% | 14% | 17% |
| Tienen mi historial como cliente y no lo tengo que volver a repetir | 10% | 10% | 11% | 12% | 13% | 11% |
| Me dan confianza | 12% | 12% | 11% | 10% | 8% | 11% |



| | México | Colombia | Chile | Costa rica | Argentina | Promedio Total Estudio |
|--|--------|----------|-------|------------|-----------|------------------------|
| Porque prefiero hablar con una persona | 36% | 41% | 44% | 49% | 37% | 41% |
| No me resuelven mis dudas | 33% | 34% | 31% | 32% | 29% | 32% |
| No les tengo confianza | 18% | 20% | 18% | 18% | 16% | 18% |
| No les entiendo | 19% | 16% | 17% | 13% | 21% | 17% |
| No me contestan rápido | 17% | 15% | 17% | 10% | 12% | 14% |
| No me es fácil usarlos | 12% | 12% | 12% | 10% | 10% | 11% |

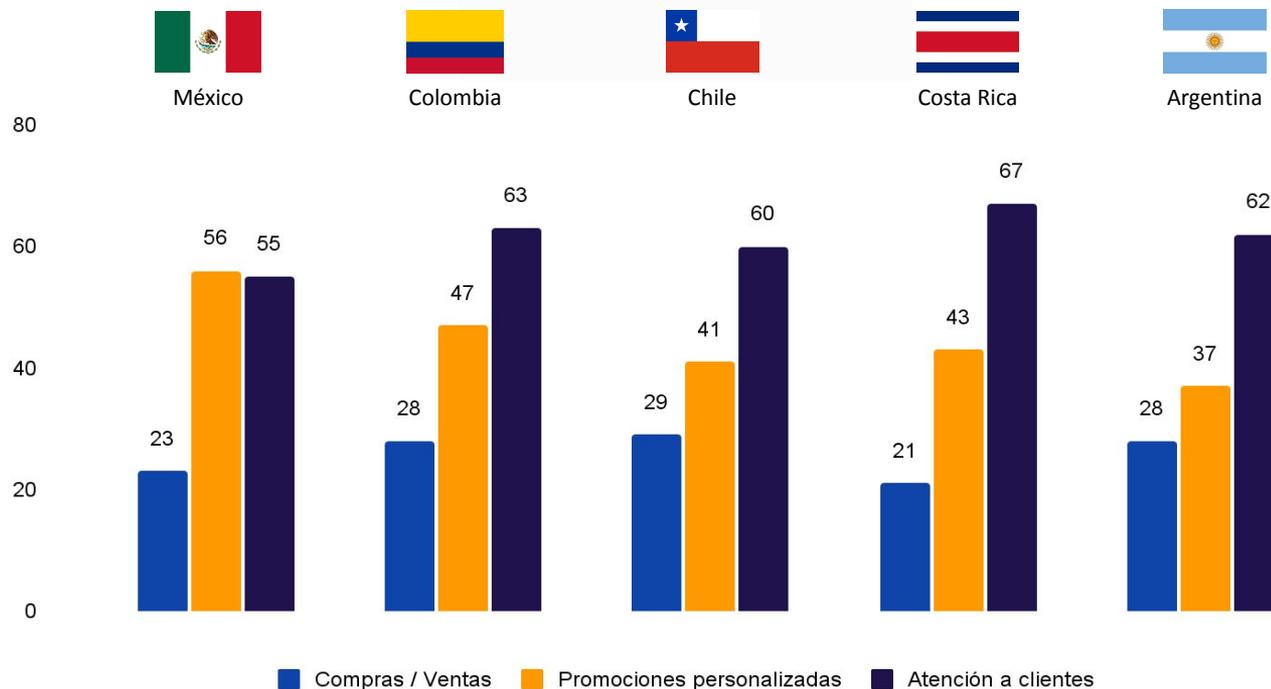
N:400 casos por país.



CASOS DE USO- INTERACCIÓN A TRAVÉS DE CANALES DE MENSAJERÍA

Lo que más les gustaría a los entrevistados es “recibir atención a clientes”, seguido por “recibir ofertas personalizadas” y en último lugar realizar “compras/venta” en promedio en los cinco países encuestados.

México destaca en la recepción de promociones personalizadas, Costa Rica en atención a clientes y Chile en Compras/ Ventas.

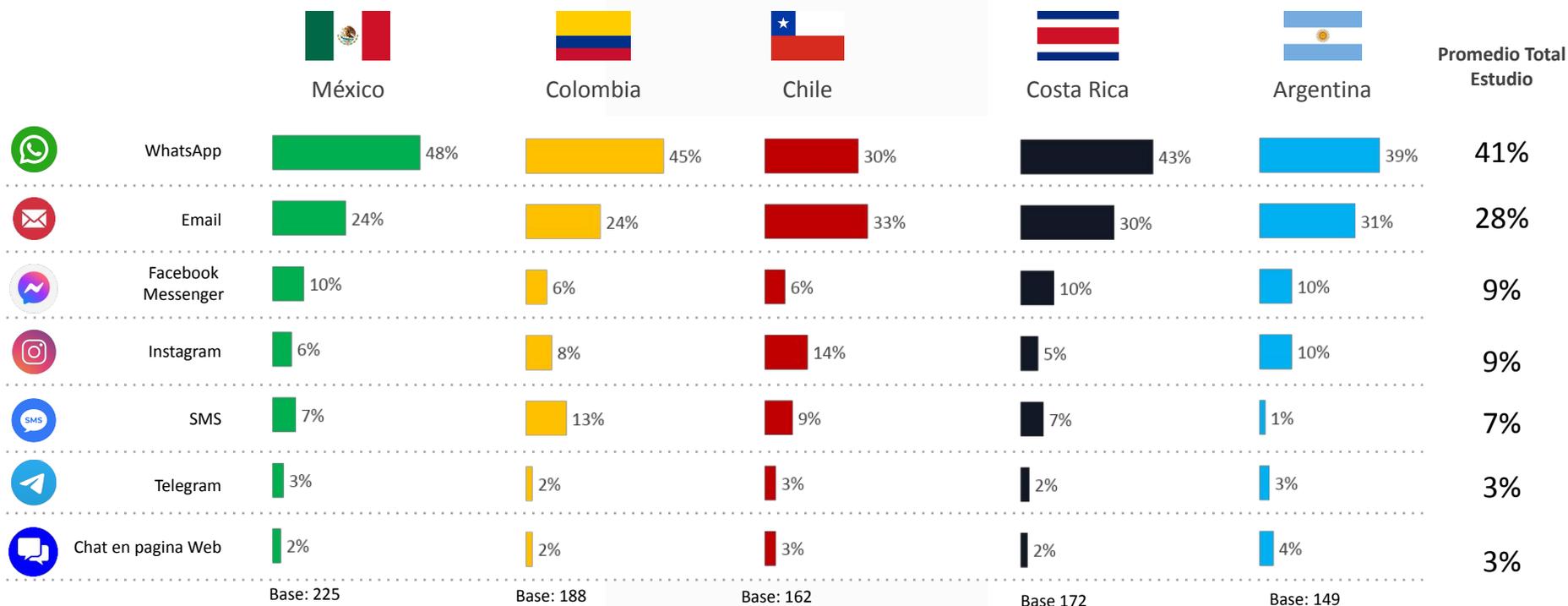


N:400 casos por país.



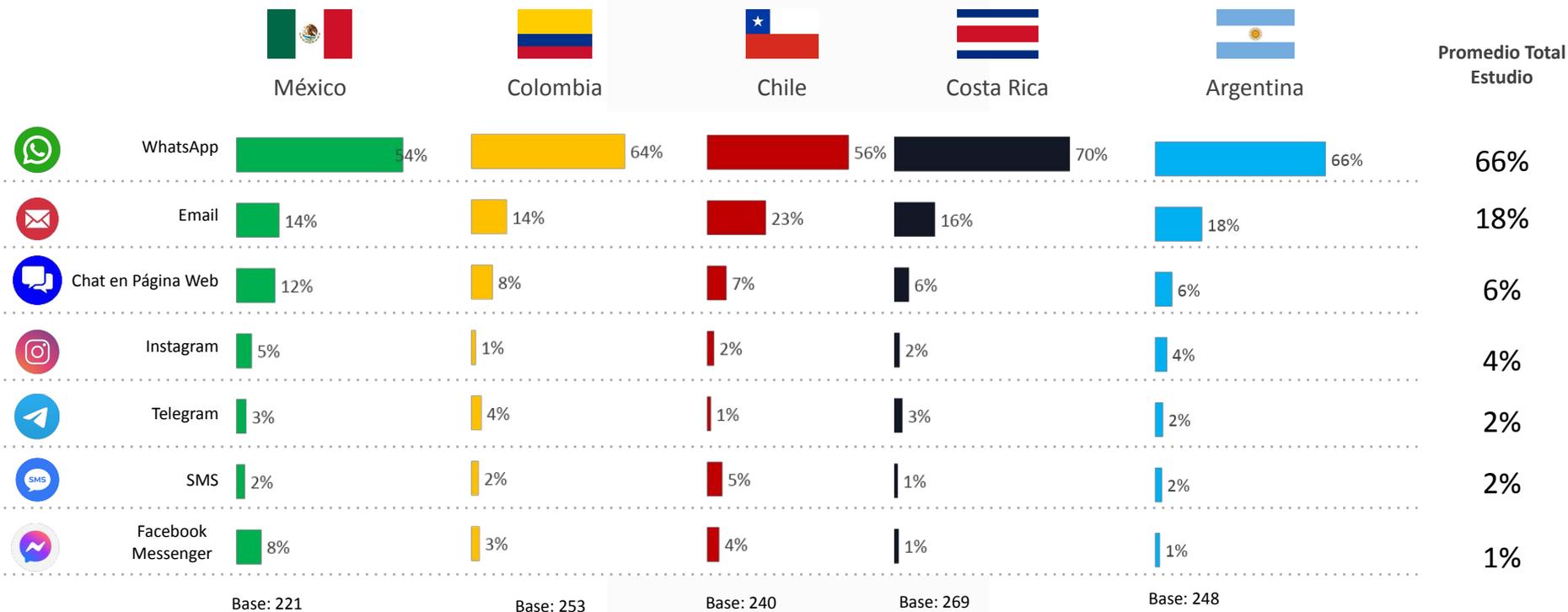
CASOS DE USO- MEJOR CANAL PARA RECIBIR PROMOCIONES

WhatsApp se posiciona como el canal favorito para recibir promociones con un promedio de 41% entre los países encuestados. En este, destacan los mexicanos, colombianos y costarricenses, principalmente. El segundo canal considerado para este caso de uso es el e-mail con un 28%. En este canal destaca Chile sobre el resto con 33%. En este canal destaca Chile sobre el resto con 33%.



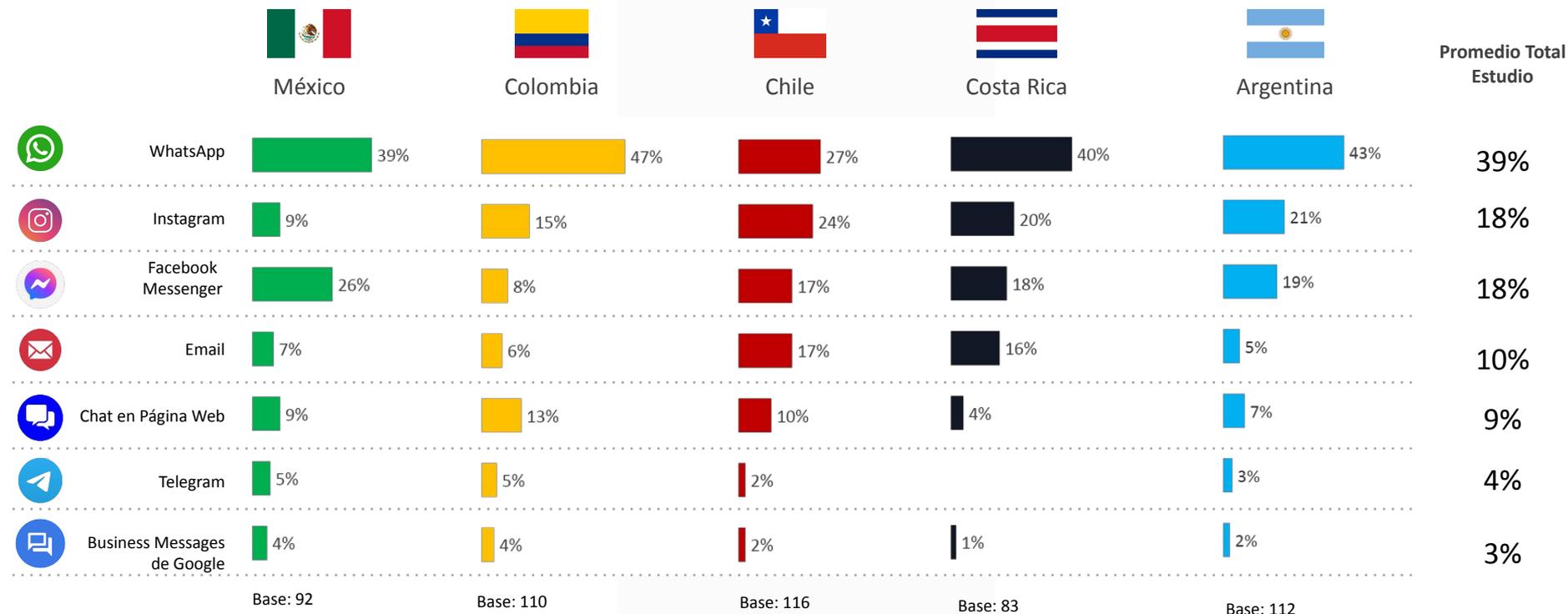
CASOS DE USO- MEJOR CANAL PARA ATENCIÓN A CLIENTES

WhatsApp se posiciona como el canal líder para proporcionar atención a clientes con 66% entre los países encuestados. En este, destaca Costa Rica con un 70%, seguido por Argentina con 66% .



CASOS DE USO- MEJOR CANAL PARA REALIZAR UNA COMPRA / VENTA

WhatsApp es considerado el mejor canal para realizar una compra con un promedio de 39% entre los países encuestados. Destaca Colombia con el 47% y Argentina con 43%. En México también WhatsApp es el canal más relevante; sin embargo es el país donde cobra relevancia Facebook Messenger.



INTERACCIÓN CON CHATBOTS



Entre las personas familiarizadas con los chatbots, en México destaca que garantiza inmediatez en las respuestas, en Colombia, Costa Rica y Argentina destaca el trato personalizado, mientras que en Chile declaran que es fácil de usar y es seguro.

| | México | | Colombia | | Chile | | Costa Rica | | Argentina | | Promedio Total Estudio |
|---|--------|-----|----------|-----|-------|-----|------------|-----|-----------|-----|------------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | % |
| Puedo visualizar información importante | 78 | 13% | 93 | 15% | 91 | 15% | 125 | 20% | 112 | 18% | 16% |
| Es seguro | 107 | 16% | 95 | 14% | 127 | 19% | 84 | 13% | 87 | 13% | 15% |
| Explica a detalle lo que necesito | 101 | 15% | 98 | 14% | 101 | 15% | 101 | 15% | 98 | 14% | 15% |
| El trato es personalizado | 83 | 12% | 119 | 17% | 51 | 7% | 112 | 16% | 135 | 19% | 14% |
| Es fácil de usar | 70 | 10% | 104 | 15% | 125 | 18% | 102 | 15% | 99 | 14% | 14% |
| Garantiza inmediatez a las respuestas | 155 | 21% | 80 | 11% | 103 | 14% | 84 | 11% | 78 | 10% | 13% |
| Base personas familiarizadas: | 150 | | 140 | | 95 | | 143 | | 77 | | |

■ 110 o más (Arriba del Index)
■ 90 o menos (Abajo del Index)



CASOS DE USO- SITUACIONES A RESOLVER A TRAVÉS DE UN CANAL DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Realizar compras y obtener información de productos y servicios destaca cómo los casos de uso más relevantes para resolver a través de un canal mensajería instantánea.



MÉXICO

| | |
|--|-----|
| Compras (Neto) | 24% |
| Información de productos / Servicios (neto) | 13% |
| Problemas con la paquetería (neto) | 11% |
| Quejas / Aclaraciones / Cancelaciones (Neto) | 10% |
| Consulta de precios / cotizaciones (neto) | 9% |



COLOMBIA

| | |
|--|-----|
| Compras (Neto) | 34% |
| Información de productos / Servicios (neto) | 21% |
| Quejas / Aclaraciones / Cancelaciones (Neto) | 12% |
| Precios / Facturación (neto) | 8% |
| Devoluciones reembolsos (neto) | 1% |



CHILE

| | |
|--|-----|
| Información de productos / servicios (neto) | 34% |
| Compras (neto) | 22% |
| Quejas / Aclaraciones / Cancelaciones (neto) | 19% |
| Devoluciones / Reembolso (neto) | 6% |



COSTA RICA

| | |
|--|-----|
| Compras (Neto) | 30% |
| Información de productos / Servicios (neto) | 26% |
| Quejas / Aclaraciones / Cancelaciones (neto) | 24% |
| Devoluciones / Reembolso (neto) | 1% |



ARGENTINA

| | |
|--|-----|
| Compras (neto) | 31% |
| Información de productos / servicios (neto) | 31% |
| Quejas / Aclaraciones / Cancelaciones (neto) | 18% |
| Devoluciones / Reembolso (neto) | 2% |

Respuesta abierta

N:400 casos por país.



RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS A TRAVÉS DE CANALES DE MENSAJERÍA

8 de cada 10 declaran que los canales digitales son funcionales, ya sea para realizar una compra o resolver un problema. Además con promedios superiores al 40% declaran que se sienten bien haciéndolo.



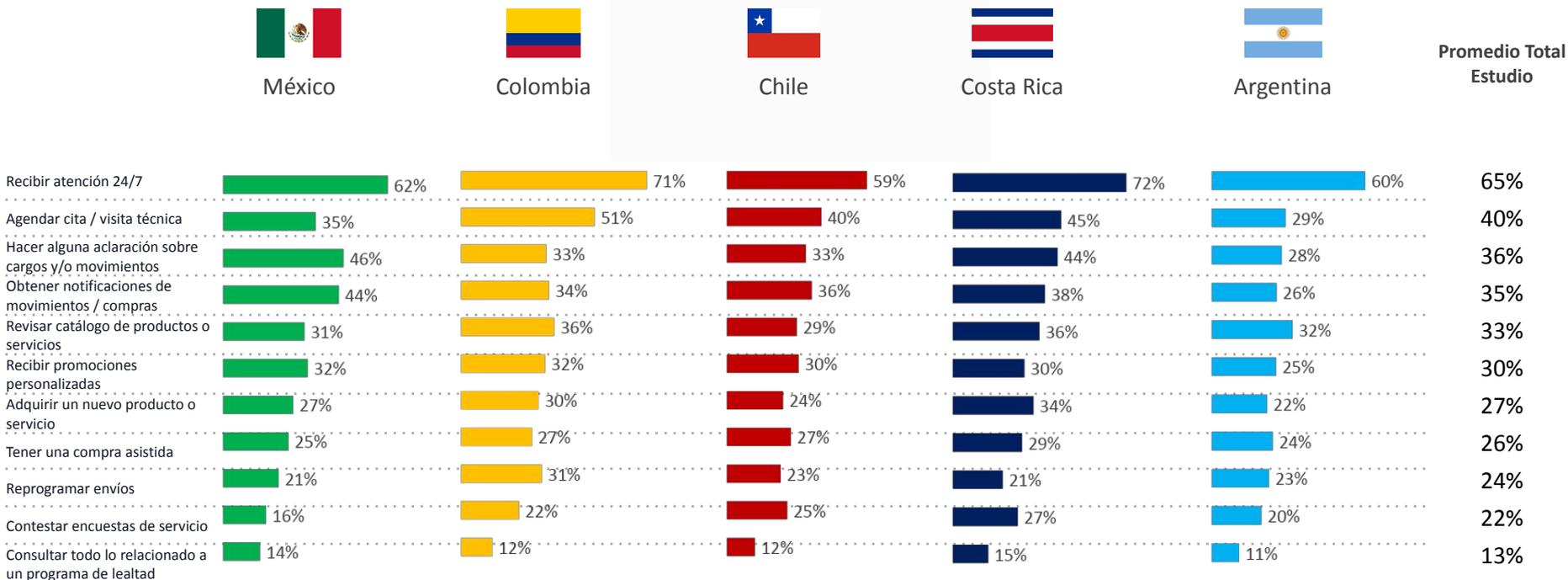
N:400 casos por país.



SITUACIONES PARA LAS QUE TE GUSTARÍA UTILIZAR CANALES DE MENSAJERÍA



La situación más respaldada es poder recibir atención 24/7 con un promedio de 65% entre los países encuestados, seguido por Agendar cita/ visita técnica con un promedio de 40%.



N:400 casos por país.



CANAL DE MENSAJERÍA IDEAL POR CASOS DE USO

El caso de uso más relevante en México es “Recibir atención 24/7” sobre indexando en WhatsApp. En general WhatsApp y el e-mail son los canales que compiten por los diferentes casos de uso, destacando WhatsApp para Recibir atención 24/7, reprogramar envíos, tener una compra asistida, agendar cita/ visita técnica, adquirir un nuevo producto o servicio; mientras que el e-mail destaca para recibir promociones personalizadas , contestar encuestas de servicio y consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad.



| | WHATSAPP | | FACEBOOK MESSENGER | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | IMESSAGE | | EMAIL | | PROMEDIO MEXICO |
|--|----------|----|--------------------|----|-------|----|--------------------|----|-----------|----|----------|----|----------|----|-------|----|-----------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | % |
| Recibir atención 24/7 | 149 | 56 | 96 | 36 | 89 | 33 | 98 | 37 | 94 | 35 | 102 | 38 | 95 | 30 | 100 | 38 | 37 |
| Obtener notificaciones de movimientos / compras | 133 | 26 | 102 | 20 | 120 | 23 | 91 | 18 | 80 | 16 | 82 | 16 | 91 | 16 | 133 | 26 | 19 |
| Hacer alguna aclaración sobre cargos y/o movimientos | 144 | 27 | 90 | 17 | 115 | 22 | 105 | 20 | 83 | 16 | 90 | 17 | 96 | 14 | 120 | 23 | 19 |
| Revisar catálogo de productos o servicios | 122 | 16 | 99 | 13 | 76 | 10 | 113 | 15 | 111 | 15 | 96 | 13 | 80 | 12 | 119 | 16 | 13 |
| Agendar cita / visita técnica | 153 | 20 | 90 | 12 | 106 | 14 | 119 | 15 | 76 | 10 | 90 | 12 | 90 | 10 | 121 | 16 | 13 |
| Recibir promociones personalizadas | 120 | 15 | 90 | 11 | 90 | 11 | 78 | 10 | 106 | 13 | 104 | 13 | 98 | 11 | 140 | 18 | 13 |
| Adquirir un nuevo producto o servicio | 131 | 12 | 77 | 7 | 71 | 6 | 97 | 9 | 102 | 9 | 125 | 11 | 111 | 6 | 122 | 11 | 9 |
| Tener una compra asistida | 139 | 12 | 133 | 11 | 88 | 7 | 85 | 7 | 103 | 9 | 88 | 7 | 82 | 8 | 97 | 8 | 8 |
| Reprogramar envíos | 176 | 12 | 68 | 5 | 83 | 6 | 119 | 8 | 58 | 4 | 97 | 7 | 79 | 7 | 144 | 10 | 7 |
| Consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad | 107 | 7 | 103 | 7 | 83 | 5 | 99 | 6 | 95 | 6 | 111 | 7 | 75 | 6 | 142 | 9 | 6 |
| Contestar encuestas de servicio | 103 | 6 | 85 | 5 | 61 | 3 | 122 | 7 | 85 | 5 | 108 | 6 | 99 | 6 | 141 | 8 | 5 |



CANAL DE MENSAJERÍA IDEAL POR CASOS DE USO

El caso de uso más relevante en Colombia es “Recibir atención 24/7” sobre indexando en WhatsApp. En general WhatsApp y el e-mail son los canales que compiten por los diferentes casos de uso, destacando WhatsApp para Recibir atención 24/7, agendar cita/ visita técnica, revisar catálogo de productos o servicios, adquirir un nuevo producto o servicio, tener una compra asistida; mientras que el e-mail destaca para contestar una encuesta de servicio, hacer aclaración de cargos y/o movimientos, recibir promociones personalizadas y consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad.



| | WHATSAPP | | FACEBOOK MESSENGER | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | IMESSAGE | | EMAIL | | PROMEDIO COLOMBIA |
|--|----------|----|--------------------|----|-------|----|--------------------|----|-----------|----|----------|----|----------|----|-------|----|-------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | % |
| Recibir atención 24/7 | 160 | 65 | 97 | 39 | 91 | 37 | 98 | 40 | 91 | 37 | 103 | 42 | 90 | 36 | 107 | 43 | 40 |
| Agendar cita / visita técnica | 147 | 28 | 82 | 16 | 96 | 19 | 108 | 21 | 82 | 16 | 84 | 16 | 86 | 17 | 136 | 26 | 19 |
| Revisar catálogo de productos o servicios | 139 | 20 | 98 | 14 | 67 | 10 | 94 | 13 | 119 | 17 | 94 | 13 | 96 | 14 | 108 | 15 | 14 |
| Obtener notificaciones de movimientos / compras | 135 | 18 | 81 | 11 | 137 | 18 | 98 | 13 | 96 | 13 | 73 | 10 | 96 | 13 | 130 | 17 | 13 |
| Recibir promociones personalizadas | 119 | 14 | 99 | 12 | 110 | 13 | 82 | 10 | 97 | 11 | 97 | 11 | 88 | 10 | 136 | 16 | 12 |
| Hacer alguna aclaración sobre cargos y/o movimientos | 119 | 14 | 86 | 10 | 104 | 12 | 104 | 12 | 78 | 9 | 112 | 13 | 82 | 10 | 151 | 18 | 12 |
| Reprogramar envíos | 114 | 11 | 80 | 8 | 93 | 9 | 122 | 12 | 88 | 8 | 109 | 10 | 93 | 9 | 125 | 12 | 9 |
| Adquirir un nuevo producto o servicio | 136 | 12 | 69 | 6 | 91 | 8 | 119 | 11 | 119 | 11 | 89 | 8 | 94 | 9 | 127 | 12 | 9 |
| Tener una compra asistida | 138 | 11 | 89 | 7 | 86 | 7 | 125 | 10 | 104 | 9 | 92 | 8 | 101 | 8 | 92 | 8 | 8 |
| Contestar encuestas de servicio | 92 | 6 | 99 | 7 | 55 | 4 | 81 | 6 | 88 | 6 | 107 | 7 | 110 | 8 | 129 | 9 | 7 |
| Consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad | 167 | 5 | 74 | 2 | 93 | 3 | 111 | 3 | 74 | 2 | 74 | 2 | 74 | 2 | 185 | 5 | 3 |



CANAL DE MENSAJERÍA IDEAL POR CASOS DE USO

El caso de uso más relevante en Chile es “Recibir atención 24/7” sobre indexando en WhatsApp. En general WhatsApp y el e-mail son los canales que compiten por los diferentes casos de uso, destacando WhatsApp para Recibir atención 24/7, agendar cita/ visita técnica, adquirir un nuevo producto o servicio, tener una compra asistida y reprogramar envíos; mientras que el e-mail destaca para hacer aclaración de cargos y/o movimientos, notificar movimientos y recibir promociones personalizadas.



| | WHATSAPP | | FACEBOOK MESSENGER | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | IMESSAGE | | EMAIL | | PROMEDIO CHILE |
|--|----------|----|--------------------|----|-------|----|--------------------|----|-----------|----|----------|----|----------|----|-------|----|----------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | % |
| Recibir atención 24/7 | 147 | 51 | 84 | 29 | 96 | 34 | 98 | 34 | 98 | 34 | 101 | 35 | 90 | 31 | 114 | 40 | 35 |
| Agendar cita / visita técnica | 150 | 23 | 91 | 14 | 110 | 17 | 99 | 15 | 89 | 14 | 94 | 14 | 79 | 12 | 142 | 22 | 15 |
| Hacer alguna aclaración sobre cargos y/o movimientos | 127 | 19 | 84 | 12 | 108 | 16 | 132 | 19 | 84 | 12 | 82 | 12 | 77 | 11 | 151 | 22 | 15 |
| Obtener notificaciones de movimientos / compras | 129 | 19 | 82 | 12 | 142 | 20 | 89 | 13 | 80 | 12 | 68 | 10 | 86 | 12 | 168 | 24 | 14 |
| Revisar catálogo de productos o servicios | 110 | 15 | 114 | 16 | 79 | 11 | 97 | 14 | 128 | 18 | 105 | 15 | 81 | 11 | 117 | 16 | 14 |
| Recibir promociones personalizadas | 94 | 12 | 100 | 12 | 98 | 12 | 88 | 11 | 100 | 12 | 102 | 13 | 104 | 13 | 137 | 17 | 12 |
| Contestar encuestas de servicio | 119 | 12 | 97 | 10 | 70 | 7 | 102 | 11 | 87 | 9 | 116 | 12 | 94 | 10 | 121 | 13 | 10 |
| Adquirir un nuevo producto o servicio | 135 | 12 | 86 | 8 | 81 | 7 | 98 | 9 | 124 | 11 | 95 | 8 | 81 | 7 | 118 | 10 | 9 |
| Tener una compra asistida | 183 | 16 | 95 | 8 | 74 | 6 | 107 | 9 | 112 | 10 | 74 | 6 | 86 | 7 | 121 | 10 | 8 |
| Reprogramar envíos | 160 | 11 | 103 | 7 | 93 | 7 | 93 | 7 | 93 | 7 | 85 | 6 | 82 | 6 | 135 | 10 | 7 |
| Consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad | 146 | 6 | 94 | 4 | 82 | 4 | 94 | 4 | 76 | 3 | 94 | 4 | 82 | 4 | 152 | 7 | 4 |



CANAL DE MENSAJERÍA IDEAL POR CASOS DE USO

El caso de uso más relevante en Costa Rica es “Recibir atención 24/7” sobre indexando en WhatsApp. WhatsApp, e-mail y el chat en página web son los canales que compiten por los diferentes casos de uso. Destaca WhatsApp para Recibir atención 24/7, agendar cita/ visita técnica, revisar catálogo, adquirir un nuevo producto o servicio, tener una compra asistida, reprogramar envíos y todo lo relacionado a un programa de lealtad; el e-mail destaca para hacer aclaración de cargos y/o movimientos, notificar movimientos y contestar encuestas de servicio.



| | WHATSAPP | | FACEBOOK MESSENGER | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | IMESSAGE | | EMAIL | | PROMEDIO COSTA RICA |
|--|----------|----|--------------------|----|-------|----|--------------------|----|-----------|----|----------|----|----------|----|-------|----|---------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | % |
| Recibir atención 24/7 | 141 | 66 | 94 | 44 | 97 | 45 | 99 | 46 | 95 | 44 | 103 | 48 | 93 | 43 | 106 | 49 | 46 |
| Agendar cita / visita técnica | 169 | 30 | 85 | 15 | 99 | 18 | 95 | 17 | 81 | 14 | 88 | 16 | 92 | 16 | 135 | 24 | 18 |
| Revisar catálogo de productos o servicios | 140 | 25 | 116 | 20 | 67 | 12 | 97 | 17 | 122 | 21 | 97 | 17 | 89 | 16 | 97 | 17 | 17 |
| Hacer alguna aclaración sobre cargos y/o movimientos | 154 | 25 | 86 | 14 | 103 | 17 | 99 | 16 | 80 | 13 | 88 | 14 | 77 | 12 | 158 | 25 | 16 |
| Obtener notificaciones de movimientos / compras | 130 | 20 | 83 | 13 | 131 | 21 | 90 | 14 | 82 | 13 | 79 | 12 | 91 | 14 | 170 | 27 | 16 |
| Adquirir un nuevo producto o servicio | 148 | 18 | 98 | 12 | 68 | 8 | 111 | 14 | 119 | 15 | 100 | 12 | 74 | 9 | 119 | 15 | 12 |
| Recibir promociones personalizadas | 145 | 18 | 98 | 12 | 83 | 10 | 81 | 10 | 118 | 14 | 98 | 12 | 73 | 9 | 131 | 16 | 12 |
| Tener una compra asistida | 172 | 16 | 100 | 10 | 61 | 6 | 135 | 13 | 108 | 10 | 82 | 8 | 87 | 8 | 103 | 10 | 9 |
| Contestar encuestas de servicio | 137 | 13 | 101 | 9 | 88 | 8 | 110 | 10 | 90 | 8 | 96 | 9 | 66 | 6 | 159 | 15 | 9 |
| Reprogramar envíos | 158 | 11 | 98 | 7 | 98 | 7 | 116 | 8 | 74 | 5 | 95 | 7 | 70 | 5 | 137 | 10 | 7 |
| Consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad | 141 | 9 | 85 | 5 | 81 | 5 | 121 | 8 | 93 | 6 | 81 | 5 | 81 | 5 | 133 | 8 | 6 |



CANAL DE MENSAJERÍA IDEAL POR CASOS DE USO

El caso de uso más relevante en Argentina es “Recibir atención 24/7” sobre indexando en WhatsApp. WhatsApp y el e-mail son los canales que compiten por los diferentes casos de uso. Destaca e-mail para recibir promociones, hacer aclaración sobre cargos y movimientos, notificaciones de compra y contestar encuestas de servicio mientras que WhatsApp lidera para los demás casos de uso.



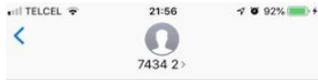
| | WHATSAPP | | FACEBOOK MESSENGER | | SMS | | CHAT EN PÁGINA WEB | | INSTAGRAM | | TELEGRAM | | IMESSAGE | | EMAIL | | PROMEDIO ARGENTINA |
|--|----------|----|--------------------|----|-------|----|--------------------|----|-----------|----|----------|----|----------|----|-------|----|--------------------|
| | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | Index | % | % |
| Recibir atención 24/7 | 138 | 56 | 91 | 37 | 92 | 37 | 100 | 40 | 97 | 39 | 99 | 40 | 97 | 39 | 102 | 41 | 40 |
| Revisar catálogo de productos o servicios | 115 | 17 | 111 | 17 | 68 | 10 | 110 | 17 | 116 | 18 | 93 | 14 | 90 | 14 | 118 | 18 | 15 |
| Agendar cita / visita técnica | 162 | 21 | 71 | 9 | 118 | 15 | 103 | 13 | 83 | 11 | 108 | 14 | 85 | 11 | 118 | 15 | 13 |
| Recibir promociones personalizadas | 112 | 13 | 112 | 13 | 92 | 11 | 84 | 10 | 105 | 12 | 95 | 11 | 88 | 10 | 138 | 16 | 11 |
| Hacer alguna aclaración sobre cargos y/o movimientos | 139 | 16 | 84 | 10 | 95 | 11 | 102 | 12 | 93 | 11 | 88 | 10 | 84 | 10 | 164 | 19 | 11 |
| Obtener notificaciones de movimientos / compras | 136 | 15 | 107 | 12 | 107 | 12 | 84 | 10 | 98 | 11 | 91 | 10 | 80 | 9 | 151 | 17 | 11 |
| Adquirir un nuevo producto o servicio | 132 | 13 | 108 | 10 | 77 | 7 | 106 | 10 | 116 | 11 | 113 | 11 | 63 | 6 | 129 | 12 | 9 |
| Tener una compra asistida | 148 | 14 | 91 | 9 | 75 | 7 | 121 | 11 | 132 | 12 | 89 | 8 | 70 | 7 | 124 | 12 | 9 |
| Reprogramar envíos | 145 | 12 | 77 | 7 | 107 | 9 | 101 | 9 | 89 | 8 | 104 | 9 | 83 | 7 | 116 | 10 | 8 |
| Contestar encuestas de servicio | 103 | 8 | 103 | 8 | 103 | 8 | 113 | 9 | 91 | 7 | 103 | 8 | 81 | 7 | 128 | 10 | 8 |
| Consultar todo lo relacionado a un programa de lealtad | 123 | 6 | 93 | 5 | 108 | 6 | 98 | 5 | 98 | 5 | 88 | 5 | 74 | 4 | 127 | 7 | 5 |



EVALUACIÓN DE IMÁGENES SOBRE CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

Estímulos evaluados

Evaluamos 4 estímulos visuales con diferentes características para poder identificar cuál de estos es el que genera mayor confianza entre los usuarios.



Mensaje de texto
hoy 20:08

Le informamos intento de compra por internet. Monto \$ 2,006.50 M.X.N el 18/04/2019 tarjeta term.*** si realizo los intentos proceda haciendo caso omiso para la liberacion de lo contrario ingrese al sitio del centro especializado prevencion a fraudes <https://alertas-banmaster.online>

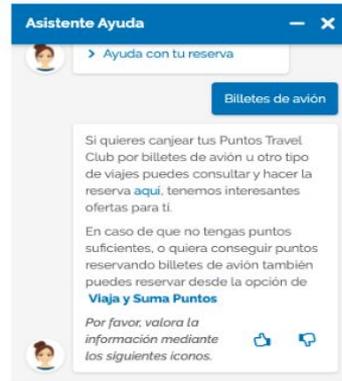
Mensaje de texto

Mensaje de texto



Escribe tu pregunta

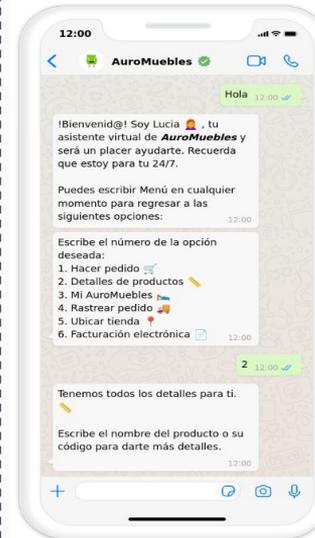
100



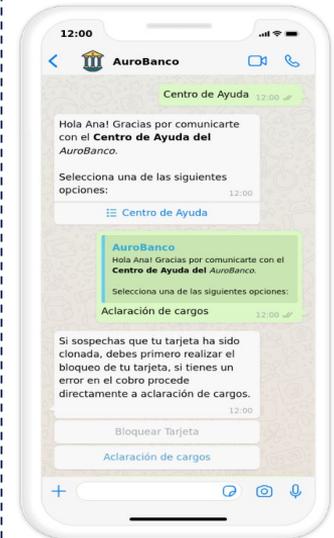
Escribe tu pregunta

100

Chatbot



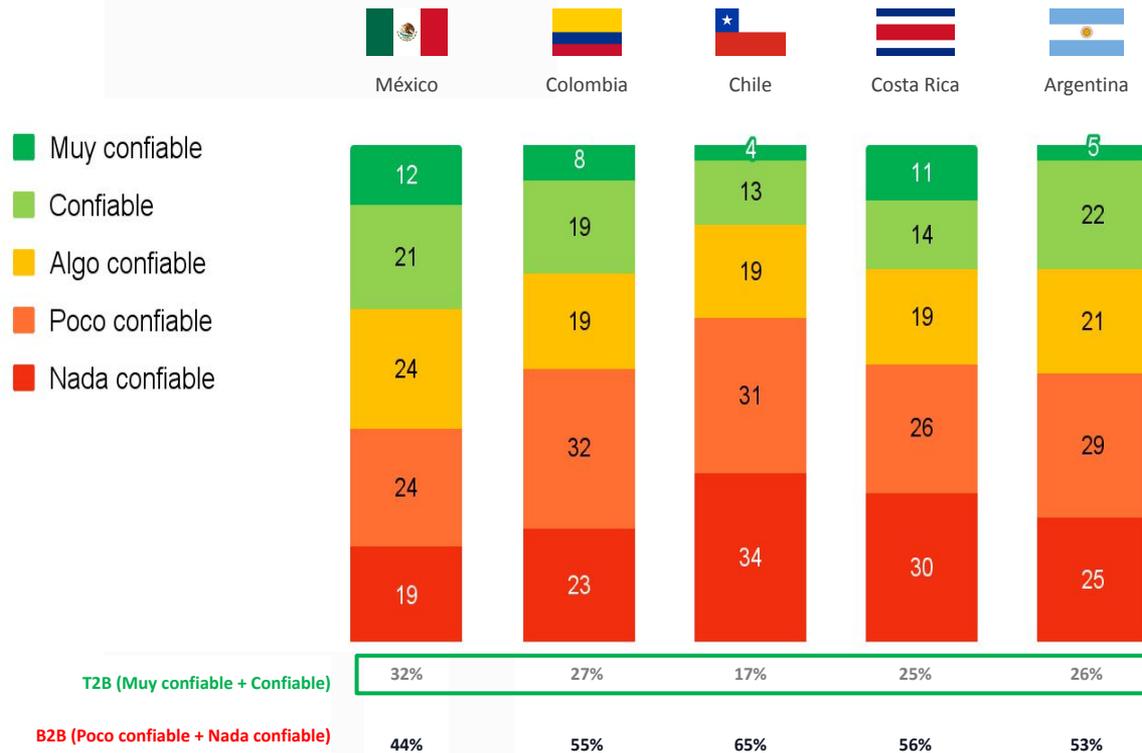
WhatsApp
verificado



WhatsApp no
verificado

EVALUACIÓN DE IMÁGENES SOBRE CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

Existe una oportunidad para que los SMS ganen confianza, pues sólo el 25% declaran la imagen como muy confiable o confiable.



EVALUACIÓN DE IMÁGENES SOBRE CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

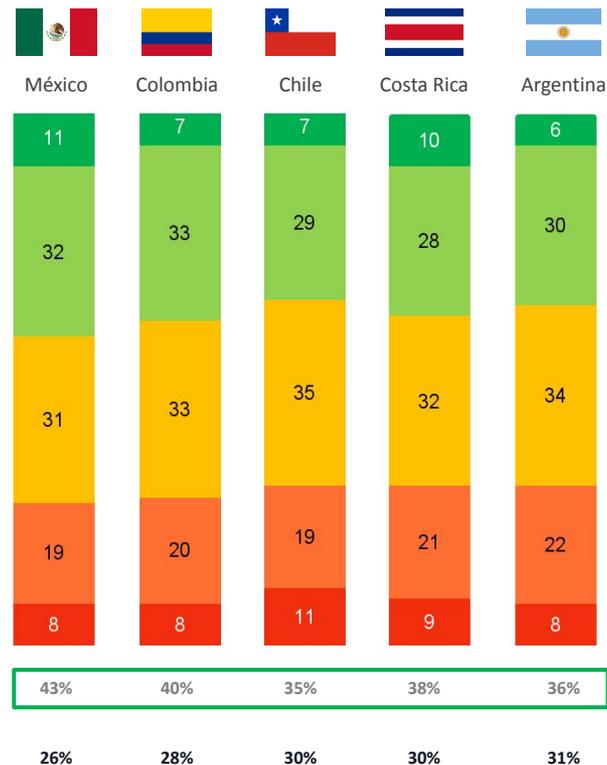
De las imágenes de chats en página web el 38% se encuentra en T2B (muy confiable y confiable), el 33% de los encuestados declaran algo de confiabilidad y el 29% poco o nada confiable.



- Muy confiable
- Confiable
- Algo confiable
- Poco confiable
- Nada confiable

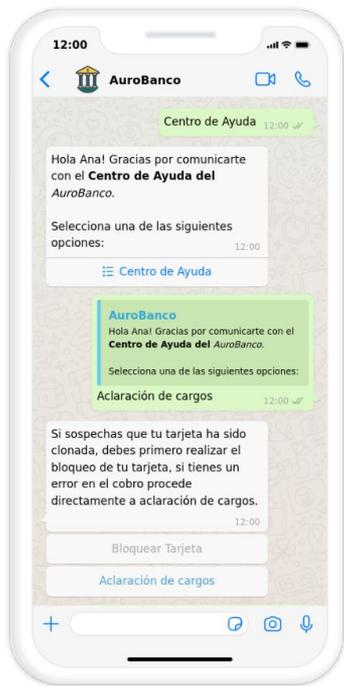
T2B (Muy confiable + Confiable)

B2B (Poco confiable + Nada confiable)



EVALUACIÓN DE IMÁGENES SOBRE CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

La imagen de WhatsApp sin el  de verificación genera un nivel de confiabilidad de un 45% en T2B (muy confiable y confiable).



- Muy confiable
- Confiable
- Algo confiable
- Poco confiable
- Nada confiable

 México
  Colombia
  Chile
  Costa Rica
  Argentina



T2B (Muy confiable + Confiable)

53% 45% 41% 47% 39%

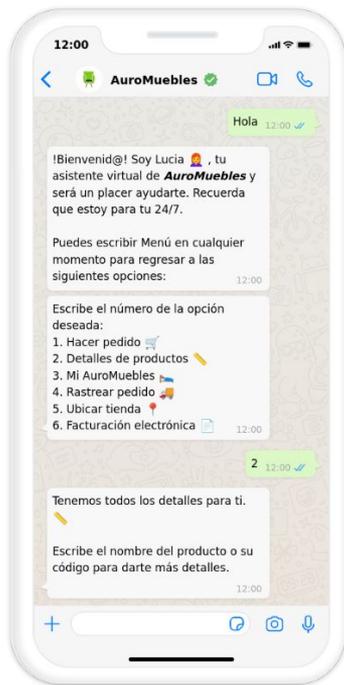
B2B (Poco confiable + Nada confiable)

23% 26% 31% 27% 33%



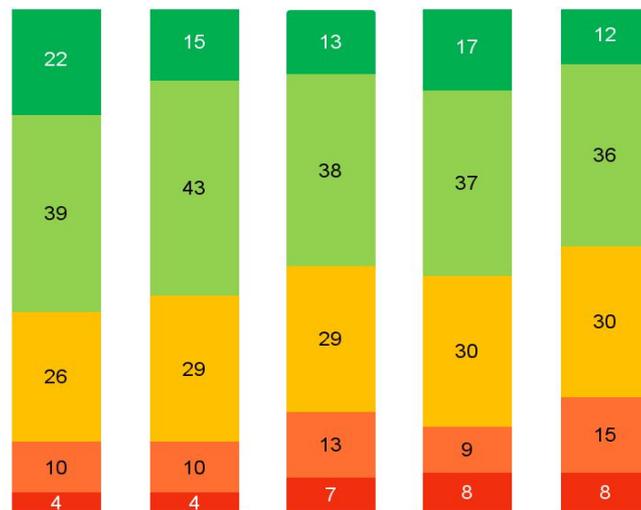
EVALUACIÓN DE IMÁGENES SOBRE CANALES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

La imagen de WhatsApp con el de verificación, genera un nivel de confiabilidad sobresaliente con un 65% en T2B (muy confiable y confiable).



- Muy confiable
- Confiable
- Algo confiable
- Poco confiable
- Nada confiable

México
 Colombia
 Chile
 Costa Rica
 Argentina



T2B (Muy confiable + Confiable)

61% 58% 51% 54% 48%

B2B (Poco confiable + Nada confiable)

14% 13% 20% 16% 23%





OFFERWISE

Principales Hallazgos



Auronix

Diciembre 2022



El concepto “canales de mensajería instantánea” es conocido en promedio por el 52% de los entrevistados entre los diferentes países evaluados de Latinoamérica.

WhatsApp se posiciona como el canal más conocido en relación a la categoría “canales de mensajería instantánea” con un promedio entre los países de 62%, como segunda mención se considera Facebook Messenger con 11%.

WhatsApp se caracteriza por ser el canal más usado, destacando en los diferentes países de Latinoamérica evaluados donde un 98% lo utiliza al menos una vez a la semana seguido por Facebook Messenger con un 85% y SMS con 79%. Además, **WhatsApp es considerado de forma considerable como el canal favorito de mensajería instantánea** con un promedio de 86% entre los países evaluados.

Los atributos que **caracterizan a WhatsApp** en los países evaluados son:

- ✓ Ahorra tiempo
- ✓ Es gratuito
- ✓ Lo uso para comunicarme todo el tiempo
- ✓ Puedo mantener varias conversaciones a la vez
- ✓ Es simple y seguro

Atributos que **son oportunidad en México**, ya que en el resto de los países sí caracterizan a WhatsApp:

- ✓ Brinda seguridad a la información compartida
- ✓ No tiene restricciones de uso

En relación a los **Chatbots** en **México y Costa Rica**, más del **50%** declaran haber escuchado de ellos, y aunque en el resto de los países el respaldo es menor a la mitad de la muestra, en promedio el **45%** estaría dispuesto a interactuar con un chatbot.

Entre los latinos que conocen los chatbots, en promedio el **80%** declara que estos si han tenido mejora a través del tiempo. Dentro de las razones destacan principalmente que los chatbots “ayudan a resolver dudas”, también destacan de forma positiva la “Atención rápida” y “Tiempo de espera corto”.

Las **razones** principales para interactuar con un chatbot son: **disponibilidad 24/7 y que son fáciles de usar.**

Entre las personas familiarizadas con los **chatbots**, en México destaca que garantiza inmediatez en las respuestas, en Colombia, Costa Rica y Argentina destaca el trato personalizado, mientras que en Chile declaran que es fácil de usar y es seguro.

Dentro de los casos de uso, la situación más respaldada en cuanto poder recibir atención 24/7 con un promedio de 65% entre los países encuestados, seguido por Agendar cita/ visita técnica con un promedio de 40%.

WhatsApp es el canal favorito para interactuar entre el usuario y las empresas/negocios. Dentro de los canales evaluados este presenta un 41% de preferencia para recibir promociones, un 66% para brindar atención a clientes y un 39% para realizar una compra / venta.

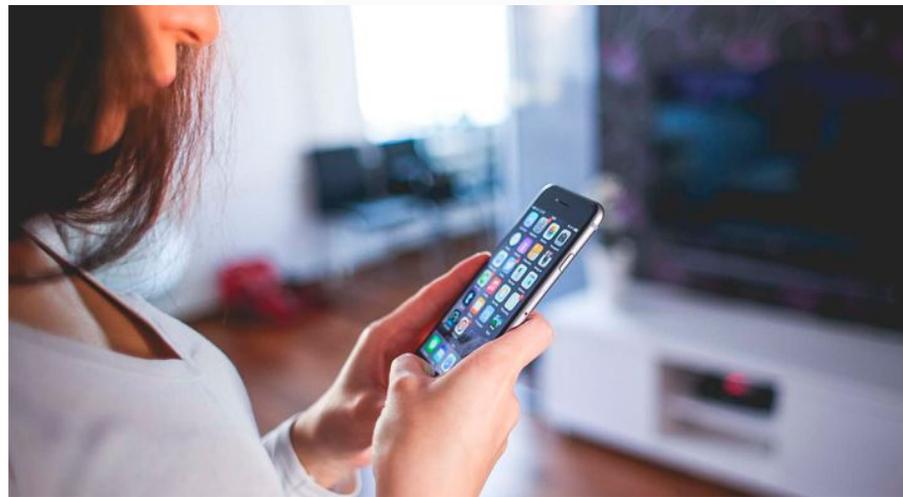
La imagen de WhatsApp con el  de verificación, es la que entre los otros canales evaluados genera un nivel de confiabilidad sobresaliente con un 65% en T2B (muy confiable y confiable).

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS



OFFERWISE

DICIEMBRE 2022



ELABORADO PARA:



Auronix
