

CHILE / CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Estudio global indica que a un 65% de los jóvenes chilenos les inquieta la cantidad de información que manejan las marcas sobre ellos

El Ciudadano · 27 de noviembre de 2017



«Connected Life 2017» es el nombre de un estudio realizado por Kantar TNS, que analizó la confianza que tienen los consumidores en las marcas en relación a la tecnología, contenido, datos y comercio electrónico.

Según consigna Soy Chile, los datos arrojados por esta investigación señalan que a nivel internacional, el 43% de los consumidores objetan los dispositivos conectados que monitorean sus actividades. En Chile, el 66% de los consultados critica esto mismo, señalando además que «prefieren la privacidad sobre la comodidad».

Asimismo, se indica que el 42% de los jóvenes chilenos entre 16 y 24 años creen que usan «demasiado» sus celulares.

Volviendo al ámbito global, a un 40% de los encuestados les inquieta la cantidad de datos personales que las compañías manejan sobre sus usuarios, porcentaje donde Polonia, con el 72%, y Chile, con el 65%, alcanzan la más alta puntuación.

Otras cifras señalan que el 32% de los chilenos considera que el contenido que las marcas publican en redes sociales es irrelevante; a un 52% les preocupa el control que las redes sociales tienen sobre lo que los usuarios ven en sus publicaciones; y un 44% paga todo usando un celular.

Mauricio Martínez, gerente general de Kantar TNS y Kantar Millward Brown Chile, explicó a Soy Chile que en los países desarrollados, la conexión que buscan las compañías con los usuarios mediante la tecnología o ampliando el alcance del comercio electrónicamente, «parece estar erosionando la confianza en lugar de creándola (...) cuando se trata de datos, la gente está cada vez más consciente del precio que están pagando por sus estilos de vida conectados, y muchos resienten un intercambio injusto», puntualizó Martínez.

Fuente: [El Ciudadano](#)