

SEGUNDA EDICIÓN

Observatorio de Conversación Digital 2026

Estudio sobre hábitos digitales, automatización e inteligencia artificial en Uruguay. Encuesta telefónica a **400 personas** mayores de 18 años en todo el país, realizada por **Opción Consultores para DavinciBot.**

DavinciBot

PCION
consultores

FICHA TÉCNICA

Encuesta telefónica

Estudio realizado para conocer hábitos, preferencias y comportamientos de la población adulta en Uruguay.



DIMENSIÓN DE MUESTRA

04

400 casos.

07



MARGEN DE ERROR

+/- 4,9%

de margen de error al 95% de confianza ($p=0,5$, población infinita).



TIPO DE ESTUDIO

01

Encuesta telefónica



DURACIÓN

02

5 minutos.



UNIVERSO

03

Población mayor de 18 años residente en todo el país.



TIPO DE MUESTREO

05

Muestreo aleatorio simple con cuotas por sexo, edad, región y nivel educativo, con posterior calibración mediante ponderadores.



FECHA DE REALIZACIÓN

09

18 de marzo al 8 de mayo de 2026.



PONDERACIÓN

10

Se aplicó un esquema de calibración/post-estratificación (RAHE) para ajustar la muestra combinada. Los ponderadores se construyeron a partir de variables sociodemográficas (sexo, edad, región y nivel educativo).

Comportamiento de uso y preferencia de canales digitales

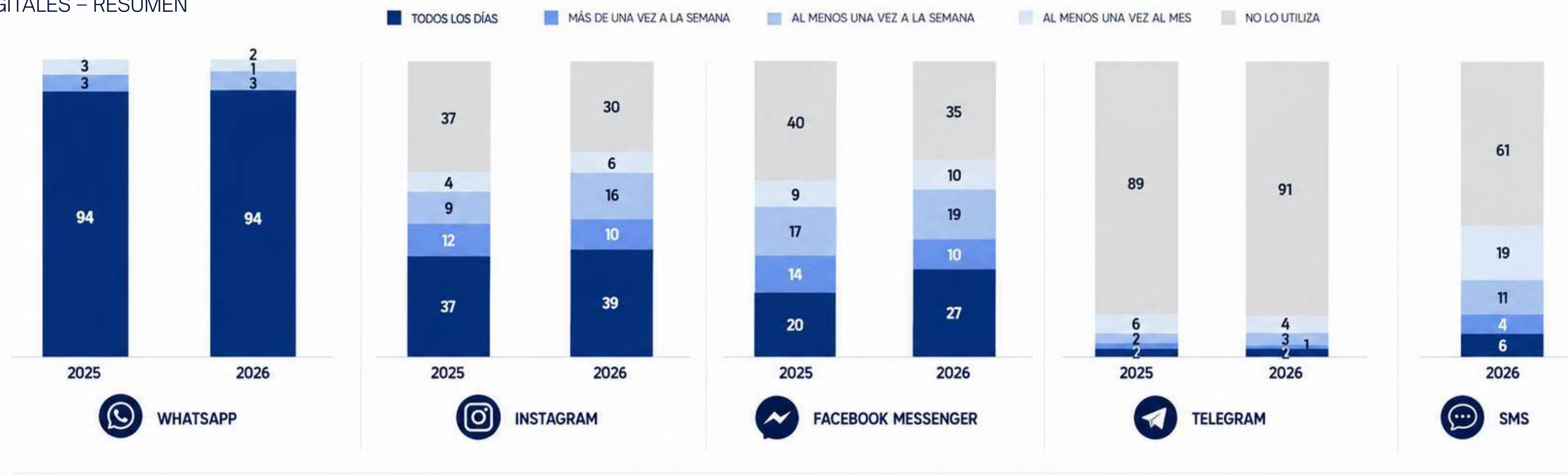
FRECUENCIA DE USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES – RESUMEN

"¿Con qué frecuencia diría que utiliza los siguientes canales de mensajería para comunicarse...?"



N = 400

TODOS LOS ENCUESTADOS



WhatsApp es el canal utilizado con mayor frecuencia entre los encuestados: **94% lo utiliza todos los días.**

En el otro extremo se encuentra **Telegram: 91% declara no utilizarlo nunca.**

Respecto a la medición anterior se observa una intensificación en el uso de **Facebook Messenger.**



Para SMS no hay datos de 2025 dado que no se relevó en esa ocasión.

Comportamiento de uso y preferencia de canales digitales

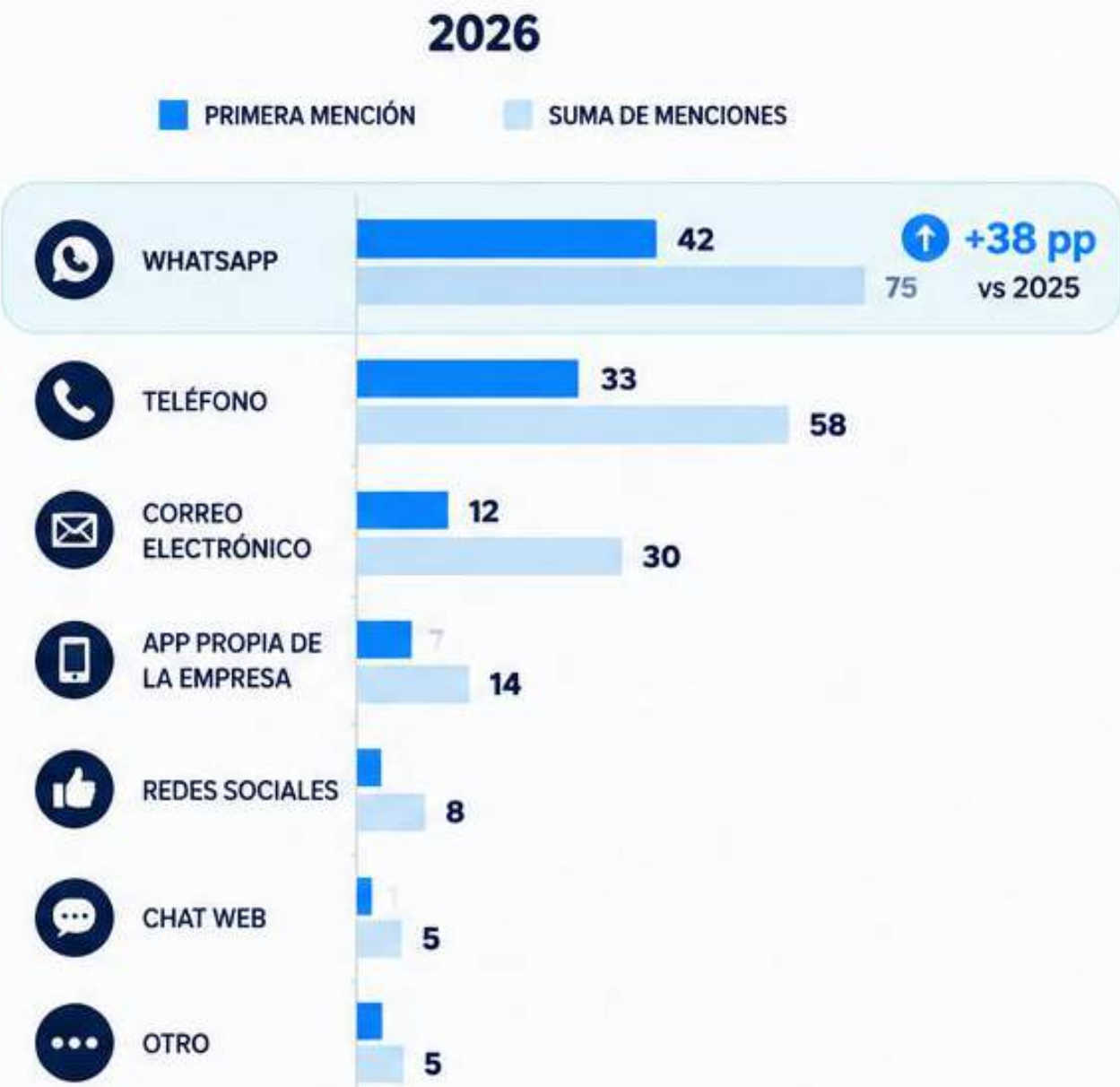
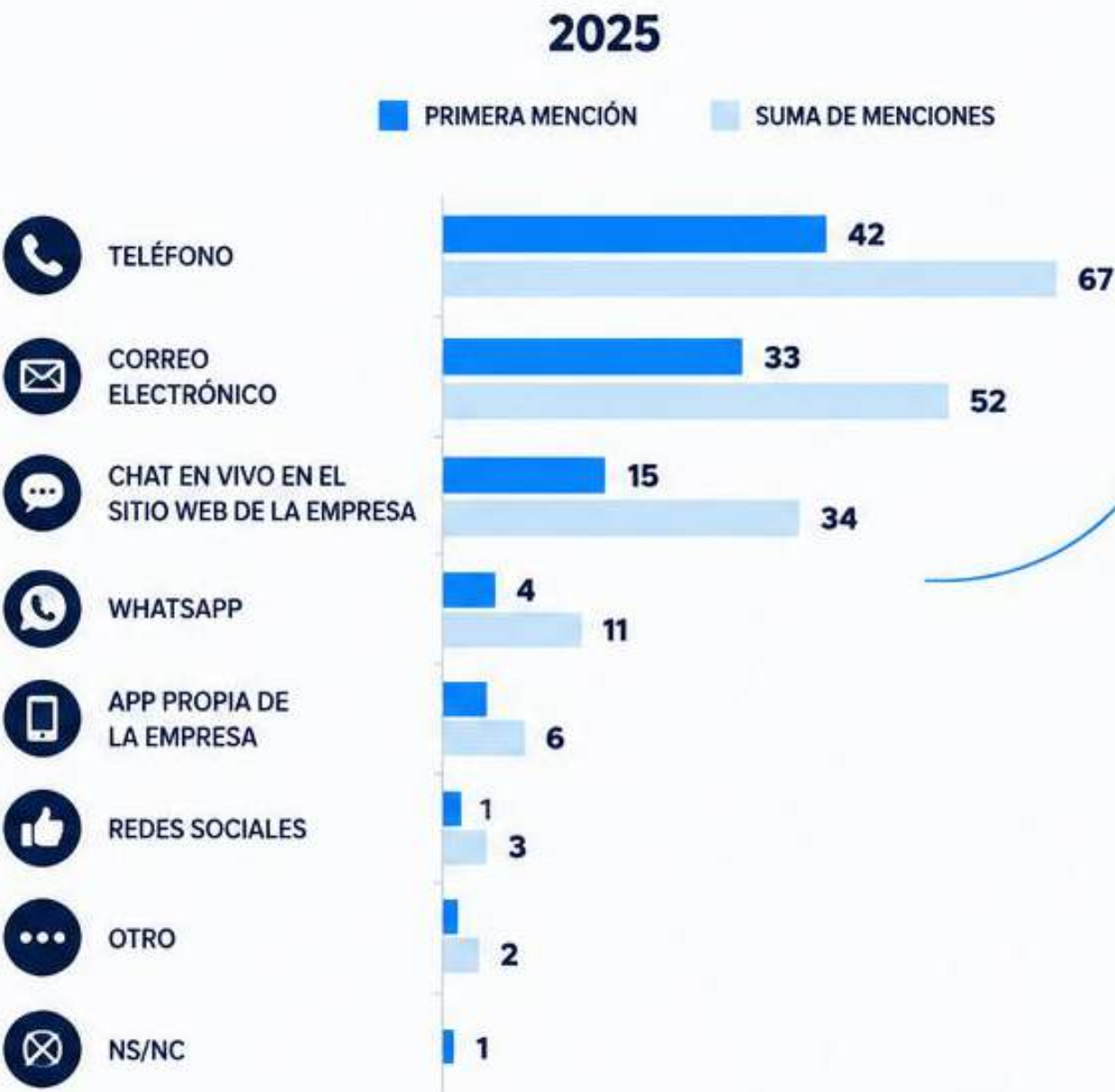
MEJOR CANAL PARA COMUNICARSE CON UNA EMPRESA – GUÍA

"Y de los diferentes canales digitales que le voy a mencionar, ¿cuál diría que es el mejor para comunicarse con una empresa? ¿Y cuál ubicaría en **segundo lugar**?"



N = 400

TODOS LOS ENCUESTADOS



EL DATO MÁS IMPACTANTE

+38

puntos porcentuales

WhatsApp pasa de **4%** en primera mención en 2025 a **42%** en 2026, convirtiéndose en el **canal preferido** para comunicarse con empresas.



Los **medios digitales** (chat, app, WhatsApp, redes) pasan de representar **29%** en 2025 a **52%** en esta edición.

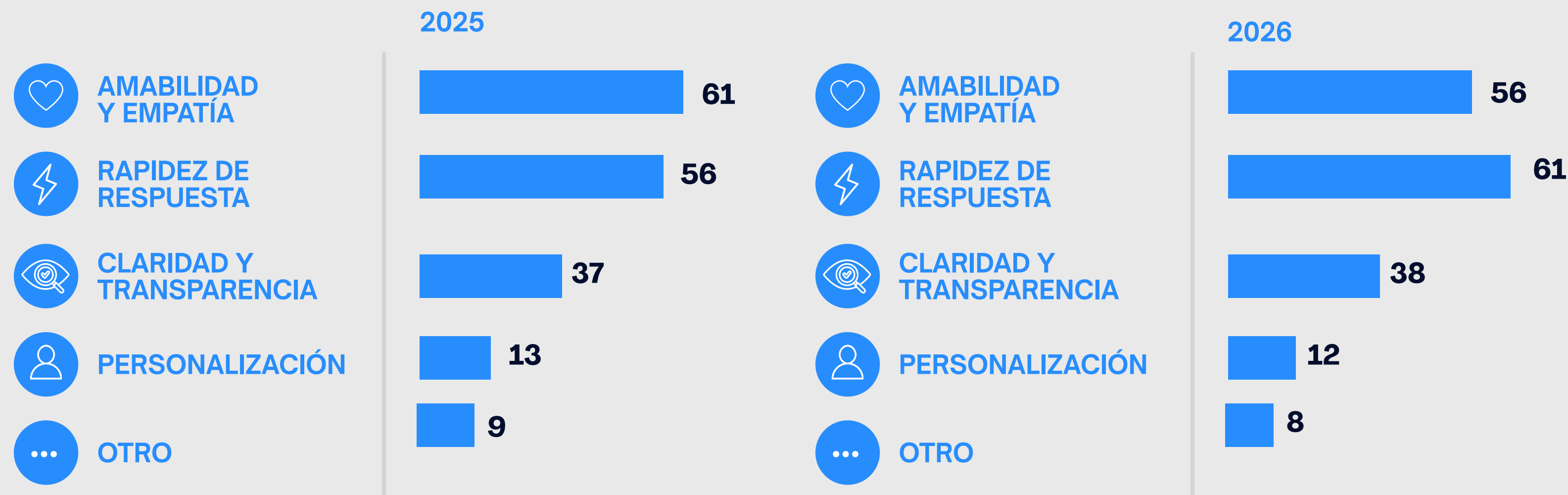


NOTA METODOLÓGICA: PARA SMS NO HAY DATOS DE 2025 DADO QUE NO SE RELEVÓ EN ESA OCASIÓN.

Comportamiento de uso y preferencia de canales digitales

Aspecto más valorado al comunicarse con una empresa — Guía — Suma de menciones

"Al momento de comunicarse con una empresa, cualquiera sea el motivo de su consulta, en términos generales, ¿qué es lo que más valora?"



6 de cada 10 encuestados indica la rapidez de respuesta como el aspecto más valorado. La amabilidad y empatía cae levemente respecto a 2025.

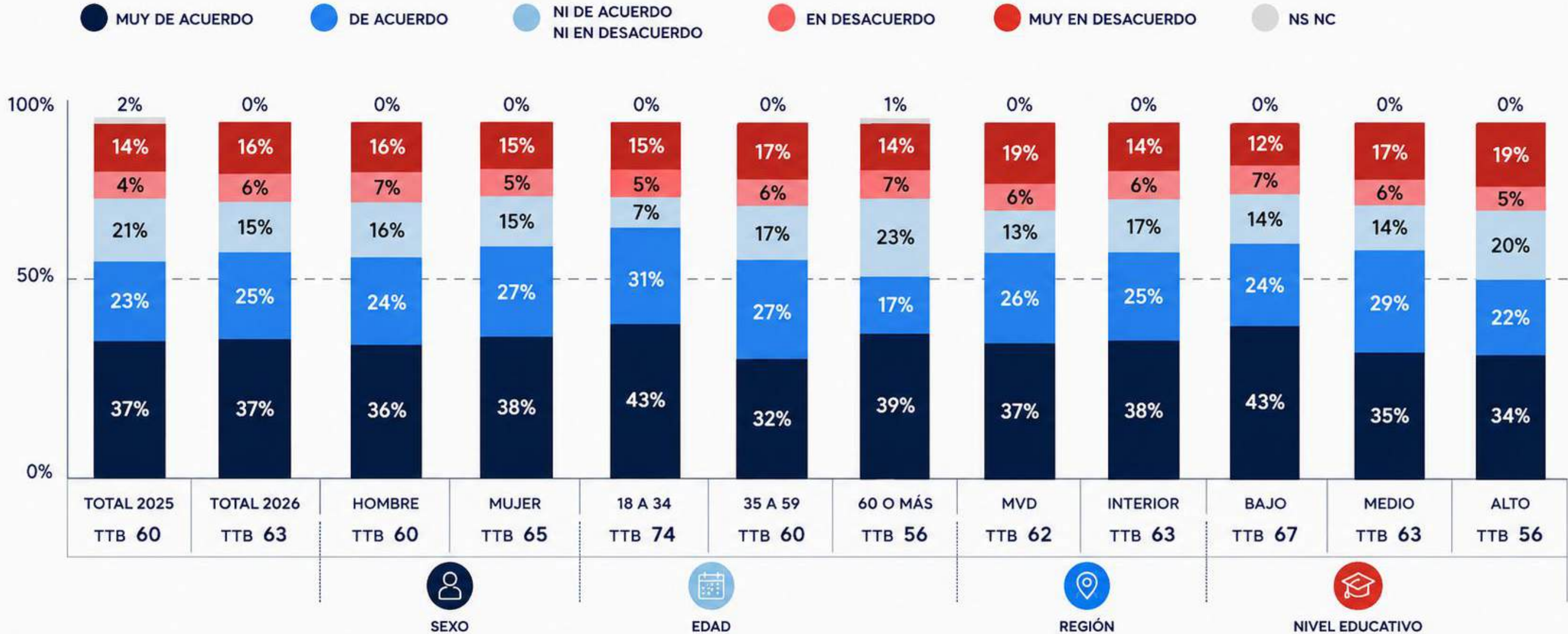
Adopción de nuevas tecnologías

ACUERDO CON RECIBIR
NOTIFICACIONES DE EMPRESAS
POR WHATSAPP - GUÍA

"Por último... en general y tomando una escala del 1 al 10, donde 1 es nada de acuerdo y 10 es totalmente de acuerdo, ¿qué tan de acuerdo está usted con recibir notificaciones, recordatorios de agendas y/o notificaciones de servicios contratados a través de WhatsApp?"



N = 400



El **63%** está de acuerdo con recibir notificaciones, recordatorios de agenda y/o notificaciones de servicios contratados por WhatsApp, y a un 15% le es indiferente.

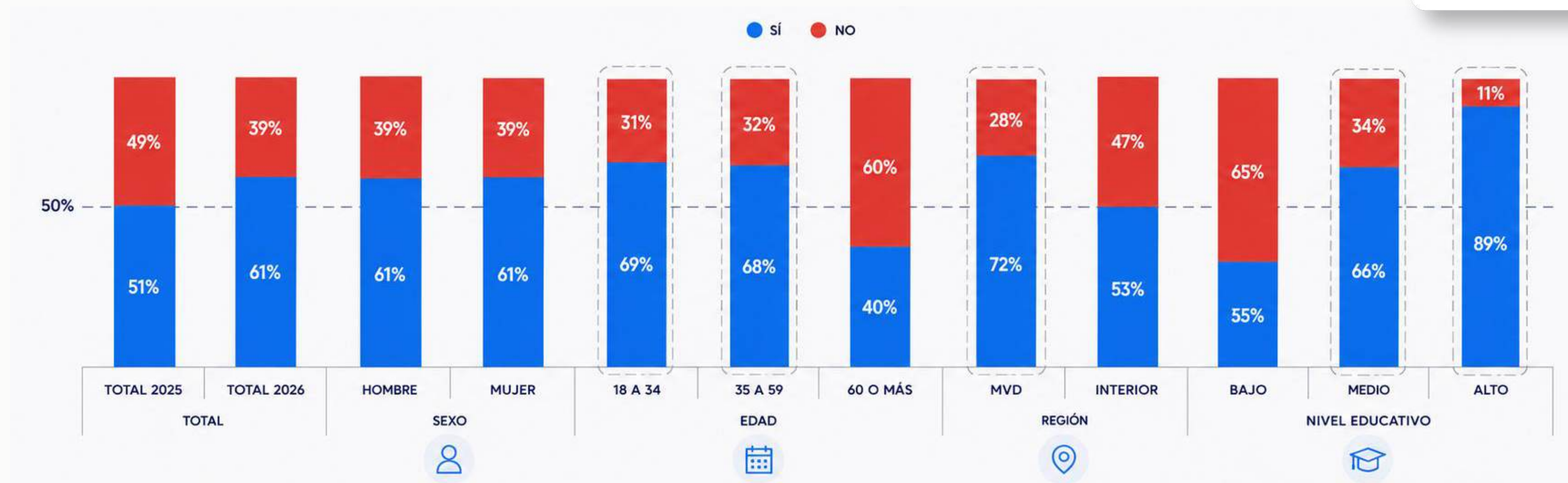
"Muy de acuerdo" toma los valores 9 y 10, "De acuerdo" 7 y 8, "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" 5 y 6, "En desacuerdo" 3 y 4, "Muy en desacuerdo" 1 y 2.

Experiencia en la interacción con bots

INTERACCIÓN CON SISTEMAS AUTOMATIZADOS - GUÍA

"¿Ha interactuado alguna vez con sistema automatizado de atención, como chatbots o asistentes virtuales, al comunicarse con una empresa?"

 **N = 400**



6 de cada 10 encuestados ha interactuado con sistemas automatizados. El uso crece entre los perfiles de **18 a 59 años**, personas de **Montevideo** y **niveles educativos más altos**. Se destaca una falta de interacción en el **nivel educativo bajo**.

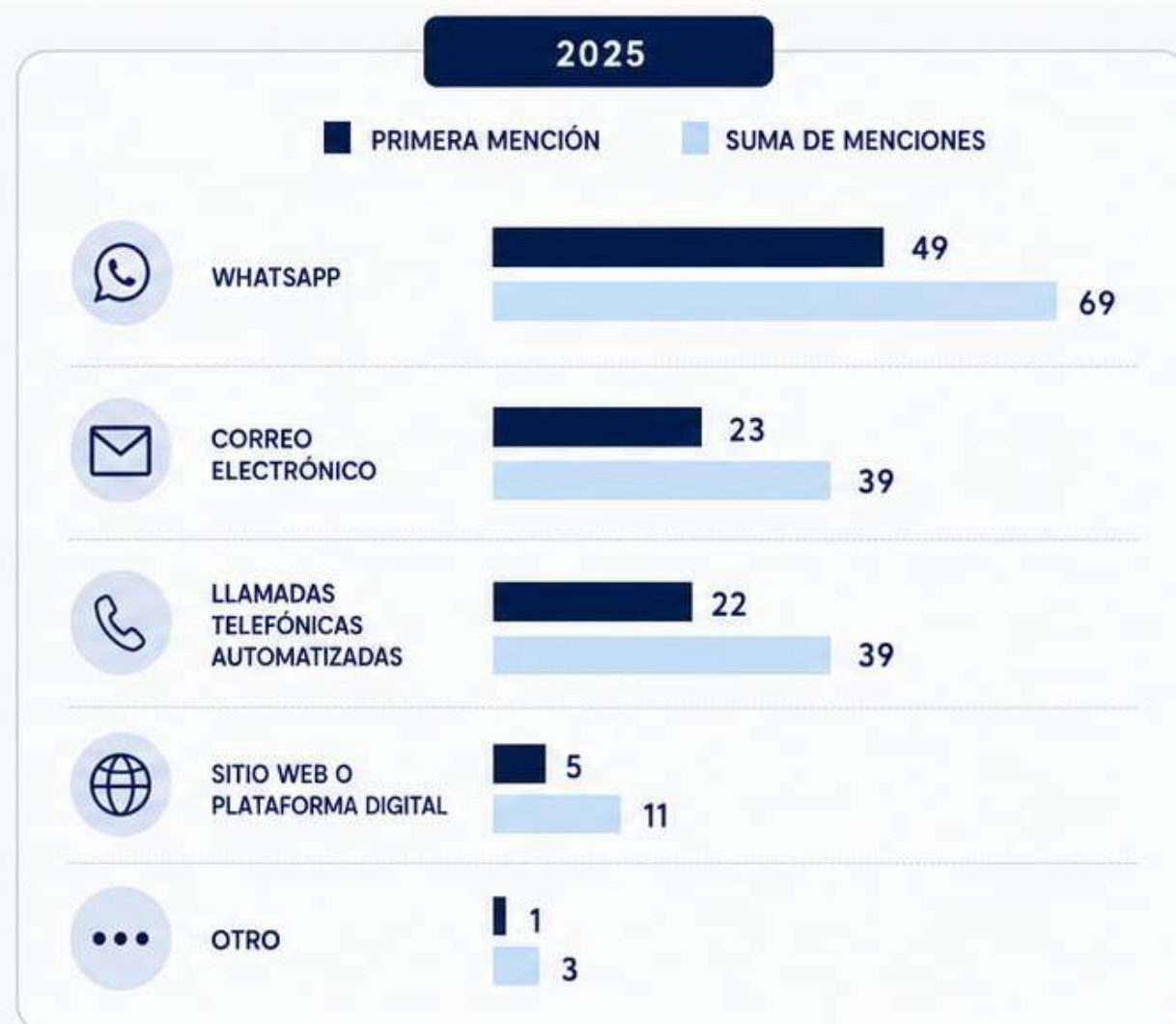
Experiencia en la interacción con bots

CANALES DE INTERACCIÓN CON AGENTES AUTOMÁTICOS – GUÍA

"¿A través de qué canales ha interactuado con agentes automatizados?"

N = 276

ENCUESTADOS QUE HAN INTERACTUADO CON UN SISTEMA AUTOMATIZADO



El canal más utilizado para interactuar con agentes automáticos es **WhatsApp** seguido por llamadas telefónicas automatizadas.



NOTA METODOLÓGICA

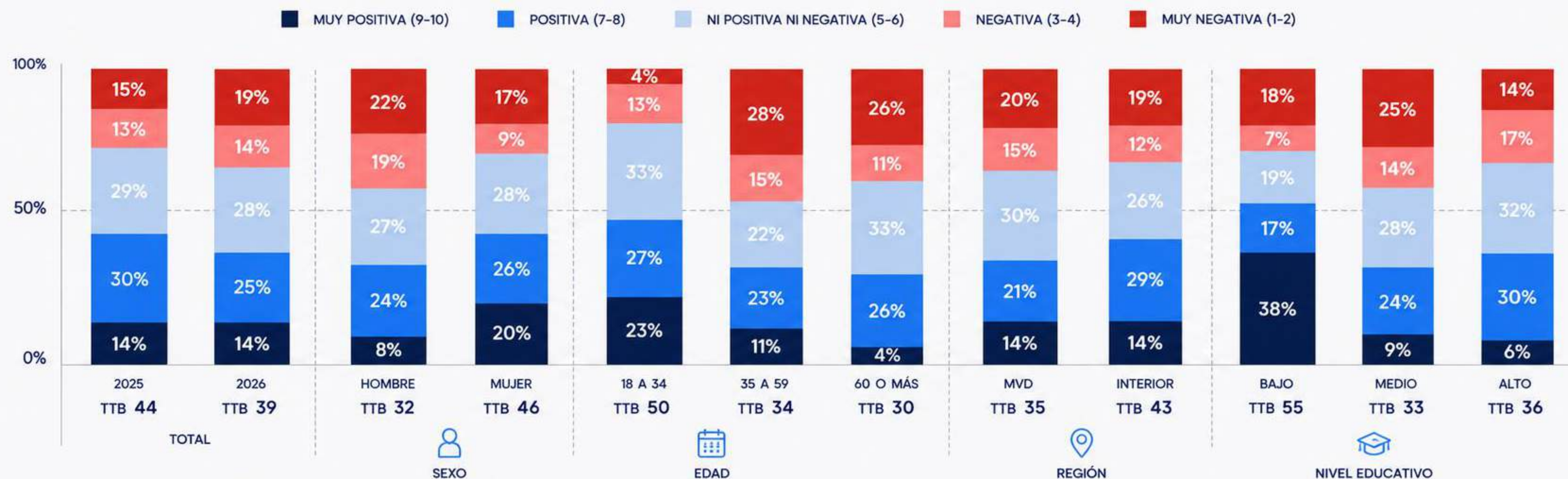
Este año se eliminó "correo electrónico" como opción de respuesta en esta edición, y es una de las opciones que se menciona en la categoría "otro". Además de chatbots.

Experiencia en la interacción con bots

CANALES DE INTERACCIÓN CON AGENTES AUTOMÁTICOS – GUÍA

"En una escala del 1 al 10, donde 1 es muy negativa y 10 es muy positiva, ¿cómo calificaría su experiencia en el uso de agentes automáticos?"

 **N = 276**
ENCUESTADOS QUE HAN INTERACTUADO CON UN SISTEMA AUTOMATIZADO



39% de quienes han interactuado hacen una evaluación positiva de la experiencia. Entre las personas de nivel educativo bajo ese porcentaje crece a **55%**.



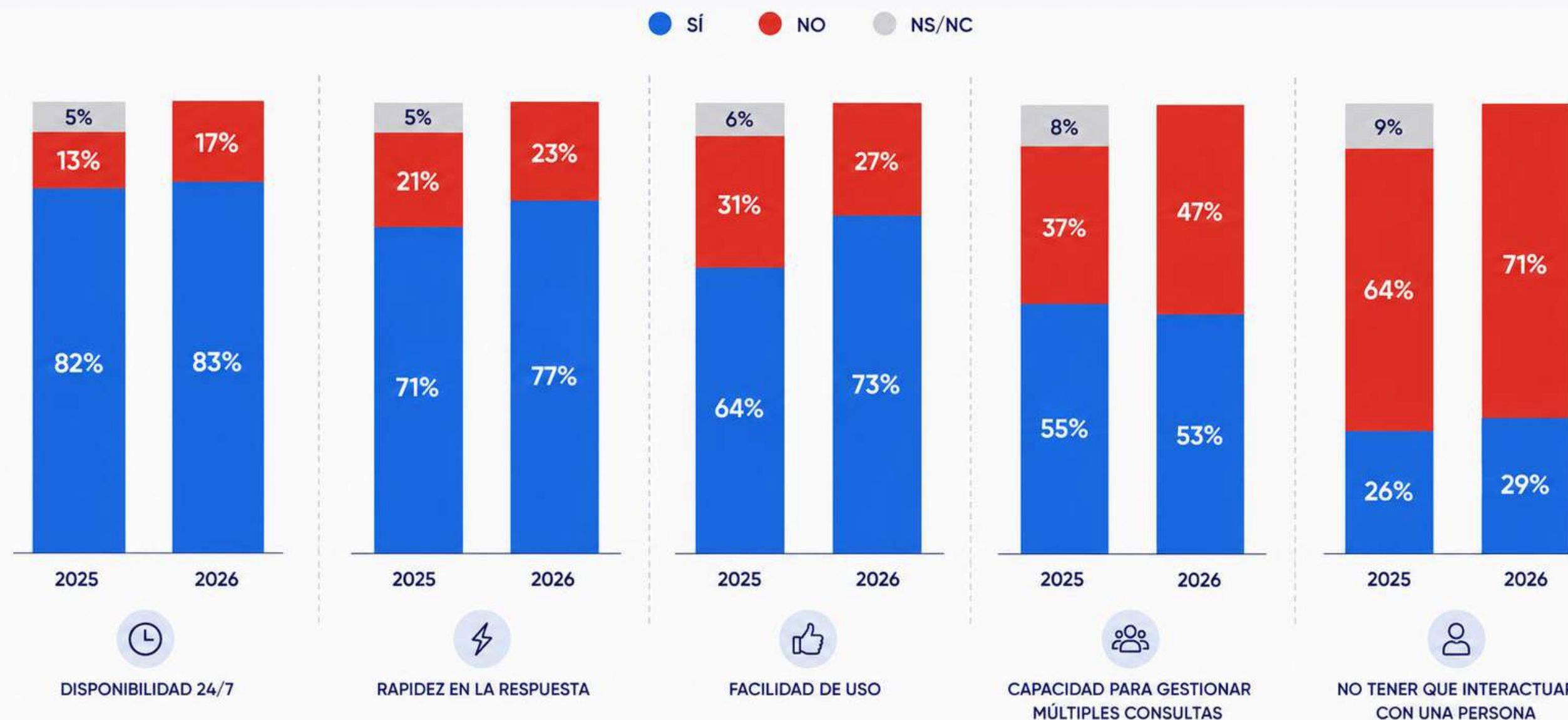
"MUY POSITIVA" TOMA LOS VALORES 9 Y 10, "POSITIVA" 7 Y 8, "NI POSITIVA NI NEGATIVA" 5 Y 6, "NEGATIVA" 3 Y 4, "MUY NEGATIVA" 1 Y 2.

Percepción y preferencias de automatización

EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE BOTS AUTOMATIZADOS – RESUMEN

"¿En cuál de los siguientes aspectos cree que los agentes automáticos mejoran la eficiencia en la atención al cliente?"

 **N = 400**



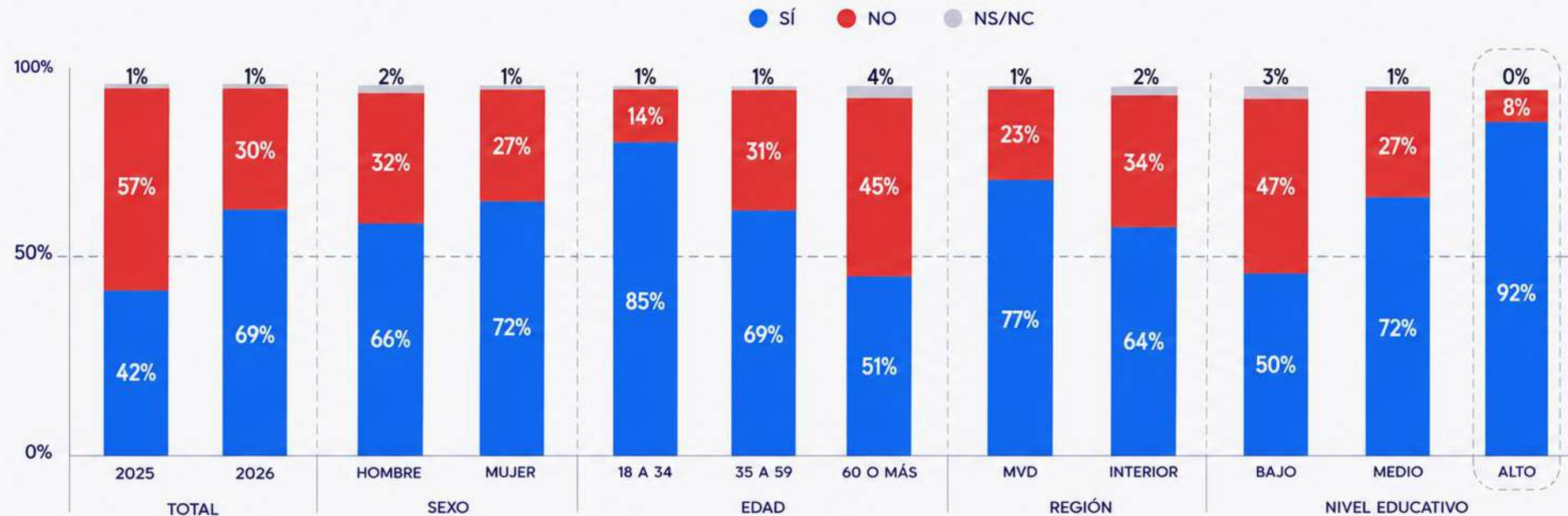
La disponibilidad, rapidez y facilidad de uso son los atributos diferenciadores de la atención de bots automáticos.

Adopción de nuevas tecnologías

CONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS DE IA (COMO CHATGPT) – GUÍA

"¿Conoce usted herramientas como ChatGPT, que utilizan procesos de inteligencia artificial para generar respuestas más específicas a las consultas?"

 **N = 400**



69% CONOCE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL A MAYOR NIVEL EDUCATIVO, MAYOR CONOCIMIENTO.
HUBO UN SALTO DE **27 PUNTOS PORCENTUALES** RESPECTO A 2025.



SALTO DE
+27pp
EN CONOCIMIENTO

Entre 2025 y 2026, el conocimiento de herramientas de IA como ChatGPT crece del **42% al 69%**.

El mayor conocimiento se da en personas de nivel educativo alto (**92%**).

Evolución 2025-2026

 **N = 400**
EN CUESTA DOS

TRES INDICADORES CLAVE

Indicador	2025	2026	Var i a c i ó n
Interactuaron con un bot	51%	61%	↑ +10 pp
Conocen herramientas de IA	42%	69%	↑ +27 pp
Aceptan notificaciones por WhatsApp	60%	63%	↑ +3 pp

MAYOR CRECIMIENTO

+27 pp

Conocimientode herramientas de IA

Pasó de 42% en 2025 a 69% en 2026: el salto más grande de los tres indicadores medidos.



42% en 2025

69% en 2026

Los tres indicadores crecen vs. 2025: el conocimiento de IA es el salto más grande (+27 pp), seguido por la interacción con bots (+10 pp).

OBSERVATORIO DE CONVERSACIÓN DIGITAL 2026

Uruguay digital no es homogéneo

LOS HÁBITOS CAMBIAN SEGÚN REGIÓN Y EDAD

📍 Montevideo	
Conoce herramientas de IA	77%
Interactuó con un bot	72%
Prefiere WhatsApp para contactar empresas	Sí
Instagram, canal cotidiano	45%

📍 Interior	
Conoce herramientas de IA	64%
Interactuó con un bot	53%
Prefiere WhatsApp, pero también teléfono	Sí
Facebook Messenger sigue relevante	32%

18 a 34 años vs. 60 o más	
Conocen herramientas de IA	85% / 51%
Interactuaron con un bot	69% / 40%
Creen que IA mejoraría la atención	63% / 41%
Usan WhatsApp todos los días	97% / 87%

BRECHA REGIONAL EN INTERACCIÓN CON BOTS

19 puntos porcentuales

72% en Montevideo vs. 53% en el Interior.

BRECHA GENERACIONAL EN IA

34 puntos porcentuales

85% de 18 a 34 años vs. 51% de 60 o más.

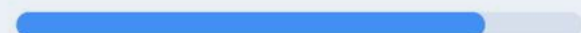
Montevideo y los jóvenes lideran la adopción de IA. La brecha generacional y regional es el principal desafío para escalar la automatización.

Lo que valoran / Lo que hay que mejorar

EXPERIENCIA CON AGENTES AUTOMÁTICOS

✓ Lo que valoran de los bots

Disponibilidad 24/7 **83%**



Rapidez de respuesta **77%**



Facilidad de uso **73%**

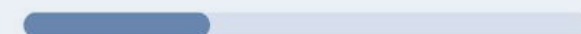


! Lo que los frustra

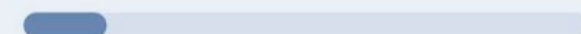
Respuestas genéricas **46%**



Falta de personalización **33%**



Poca flexibilidad **15%**



✓ Funciona

"Porque te contestan rápido y solucionan lo que querés saber"

"Esefectivo, las respuestas son rápidas y claras"

"Simplifica la comunicación. Práctico y sencillo"

! No funciona

"No me dan la suficiente respuesta, muy genérico y poco personalizado"

"Lo electrónico te lleva al mismo lugar siempre"

"No brinda la información necesaria y no me siento bien atendido"

FACILIDAD DE USO VS. 2025

+10 puntos porcentuales

Es el atributo que más mejoró su percepción en el último año.

BALANCE VALORACIÓN VS. FRUSTRACIÓN

83% vs. 46%

La disponibilidad 24/7 pesa casi el doble que la principal queja.

El problema no es automatizar, es hacerlo mal: **valoran lo funcional, pero se frustran con la genericidad y la falta de flexibilidad.**

La IA dejó de ser tema de tecnología

ADOPCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Indicador	2025	2026	Variación
Conocen herramientas de IA (como ChatGPT)	42%	69%	↑ +27 pp
De los que conocen: interactuaron con alguna	66%	71%	↑ +5 pp

+27ptos

más uruguayos conocen herramientas de IA que hace un año

51%

cree que la atención automática sería mejor si incorporara IA



La IA ya potencia la atención automatizada

Los uruguayos esperan que los agentes automáticos incorporen inteligencia artificial para resolver mejor, no solo responder más rápido.

Eficiencia

Personalización

Confianza

¿Quiénes creen que la IA mejoraría la atención?

Total de encuestados	51%
Jóvenes 18 a 34 años	63%
Nivel educativo alto	64%

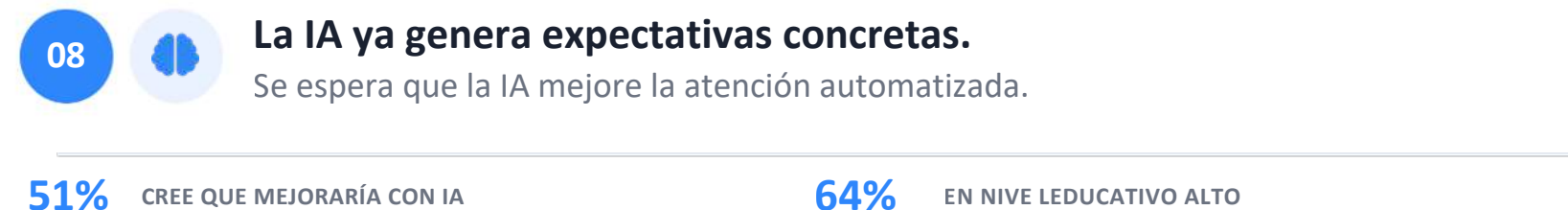
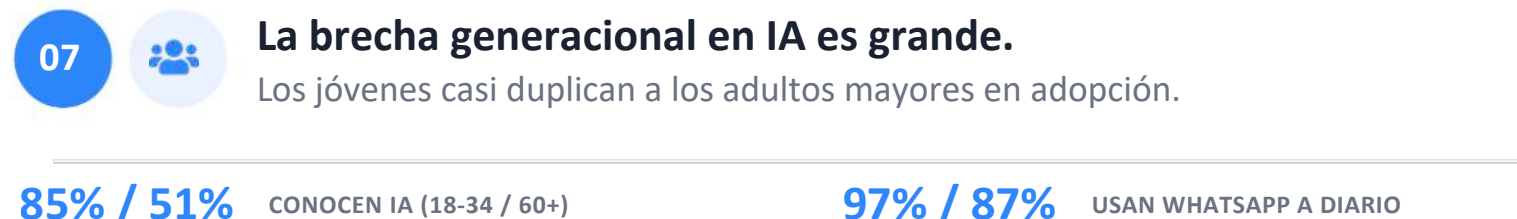
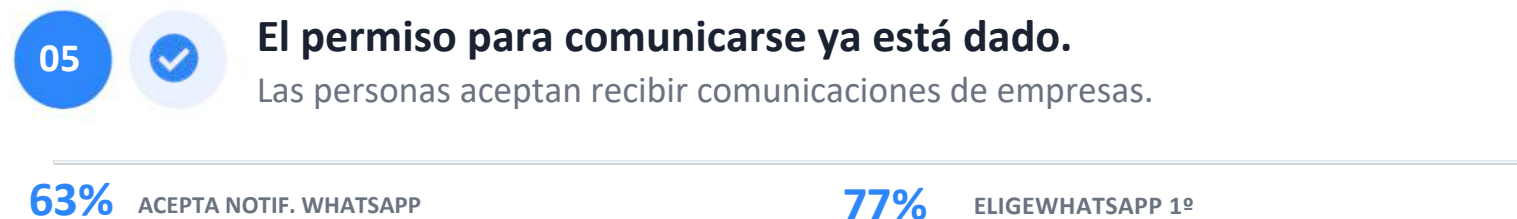
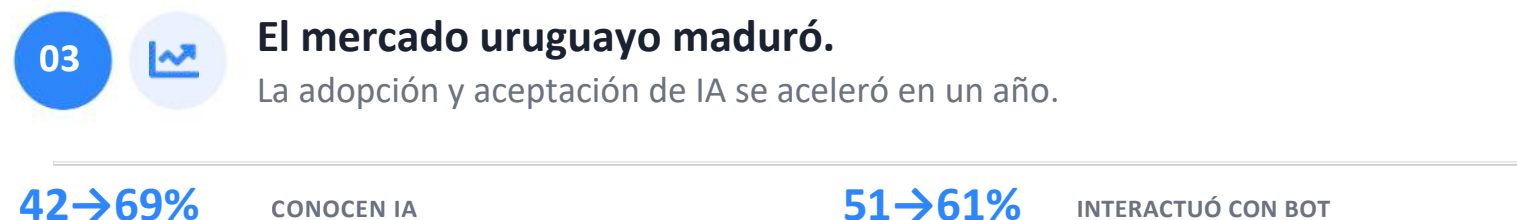
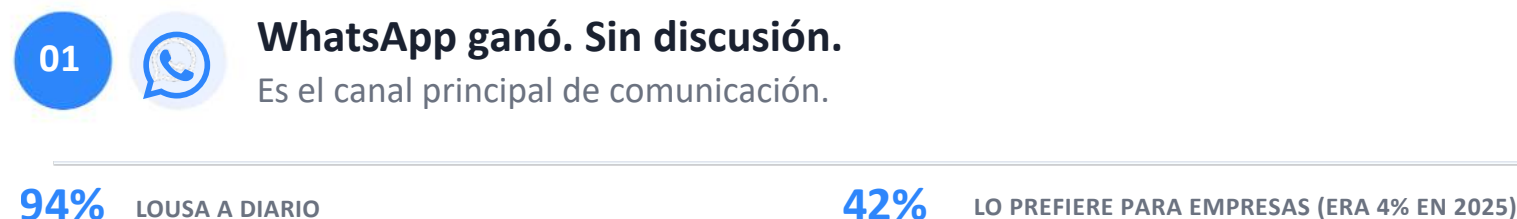
CONOCIMIENTO DE IA POR NIVEL EDUCATIVO (2026)



La IA ya es un tema masivo y transversal. Más de la mitad del país cree que puede mejorar la atención al cliente.

Hallazgos clave

LO QUE REVELAN LOS DATOS 2026 · N = 400 ENCUESTADOS



Canales de comunicación

FRECUENCIA DE USO (AL MENOS SEMANAL)



Además de ser el más utilizado, **WhatsApp es el canal preferido** para contactarse con empresas (**42%**). Seguido por teléfono (**33%**) y correo electrónico (**12%**).



WHATSAPP COMO CANAL PRINCIPAL



De los 276 encuestados que interactuaron con algún sistema automatizado o bots, el **89% señala WhatsApp** como el principal canal, creciendo **entre los jóvenes (79%)**.



El **89%** de los encuestados está de acuerdo con recibir notificaciones, recordatorios de agendas y/o notificaciones de servicios contratados a través de **WhatsApp**.



La aceptación de recibir notificaciones **por WhatsApp es mayoritaria** y se mantiene en distintos niveles de frecuencia de uso del canal.

Acuerdo con recibir notificaciones de empresas por WhatsApp segmentado por frecuencia de uso



Conclusiones estratégicas

SÍNTESIS PARA LA TOMA DE DECISIONES



WhatsApp es hoy el canal clave para la relación con clientes.

El 89% lo usa más que el email, y es, lejos, el canal preferido para contactar con empresas y para recibir notificaciones.



La confianza en los bots automáticos crece, mientras WhatsApp li de ra.

Preferencia (71%) y uso (99%) del canal serán claves para escalar la automatización.



Los clientes valoran sobre todo la eficiencia y la facilidad de uso.

La experiencia humana sigue siendo relevante, lo que refuerza el valor de una solución que combina IA con empatía y personalización.



La mejora más prioritaria está en la calidad del servicio.

El 75% la considera muy importante: aunque la tecnología avance, la percepción humana y la gestión integral seguirán siendo clave.



La aceptación de notificaciones por WhatsApp es alta.

63% está de acuerdo en recibir recordatorios de agenda, y 89% acepta notificaciones de servicios contratados.



La IA suma valor cuando mejora la experiencia y la eficiencia.

Se usa como apoyo, no solo para responder sino para resolver: la IA puede potenciar todo el journey.

"La ventaja no es tener canales, sino integrarlos sin cortar la conversación." Los clientes ya están en WhatsApp: la oportunidad es unir IA y atención humana en una sola experiencia.



POWERED BY
Gruporyd

¡Muchas gracias!

www.davincibot.io



Coordinemos el análisis de
tu operación conversacional

rankaralian@gruporyd.net