



Tracking de Internet en Argentina con las nuevas experiencias y valoraciones sobre la seguridad y la irrupción de la Inteligencia Artificial

CertiSur

D'Alessio IROL
International Research Online-Latam



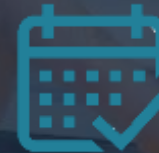
Universo: Adultos mayores de 21 años. Niveles medios.



Técnica: Cuestionario online semiestructurado.



Muestra: 500



Fecha: Abril 2026.

Certificación IRAM-ISO
9001:2008



Índice

1. Conclusión general
2. Escenario
3. Uso de Internet y contratos online
4. Internet y la seguridad
5. IA en la vida cotidiana
6. IA y la seguridad
7. Síntesis

La vida digital es masiva, pero la sensación de protección sigue siendo limitada. Existe una oportunidad creciente de aportar confianza, control y resguardo de la identidad en los entornos online.

2. Escenario

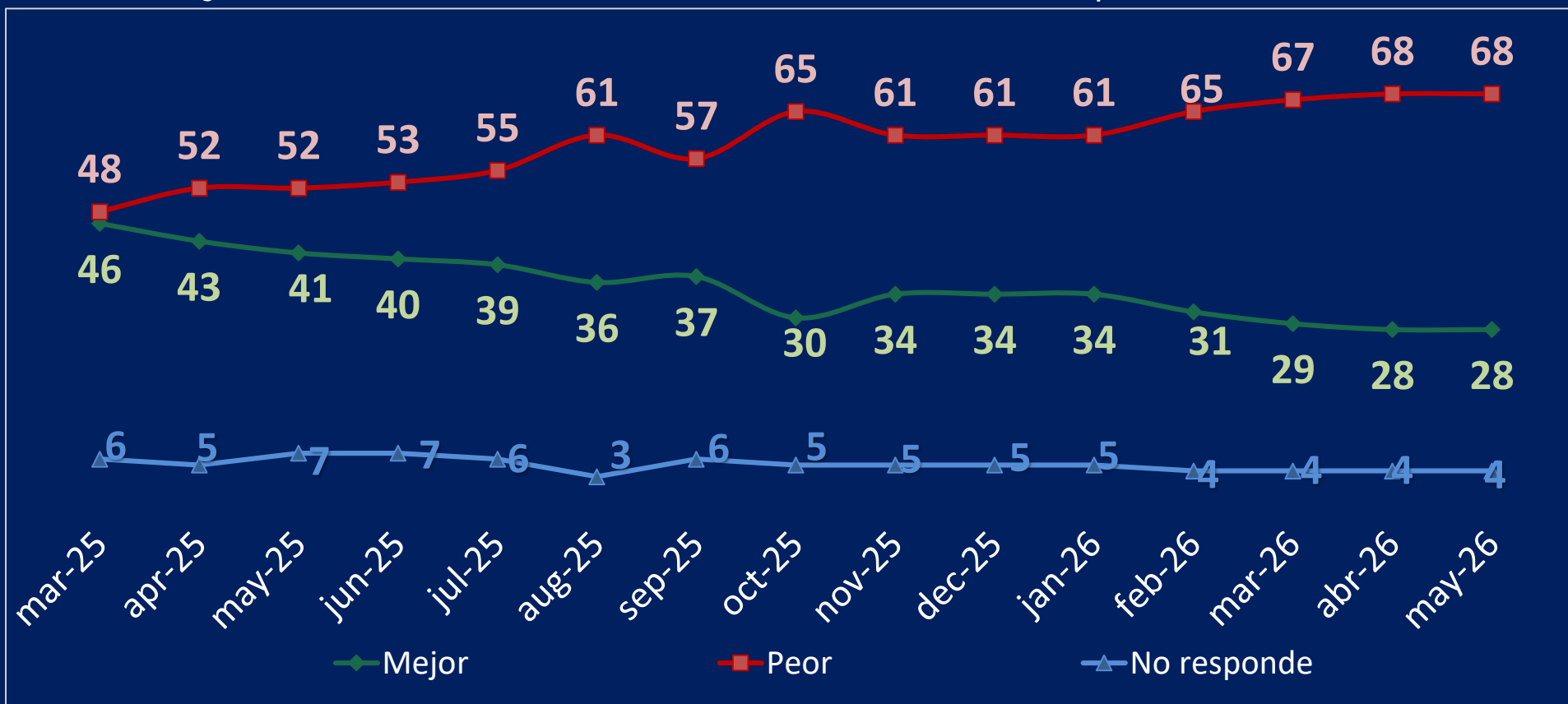




Economía personal

Argentinos en modo “supervivencia” en cada nivel socioeconómico.

¿Cómo es su situación económica en relación con el año pasado? %



Morosidad TC

Marzo **14 %**

Las preocupaciones nacionales se estructuran en dos grandes ejes: la situación económica y la inseguridad, que alcanza niveles de preocupación equivalentes a los temas económicos.

Los dos temas que más preocupan a nivel nacional - **Mayo 2026** - % R. Múltiples

Inseguridad /
delincuencia

65%

Incertidumbre en la
situación económica

64%

Fuente: Monitor Clima social y Político ®D'Alessio IROL/ Berensztein®

La amplia trayectoria de uso de Internet y el incremento de dispositivos conectados por hogar reflejan una mayor integración de la tecnología en la vida cotidiana.



Utiliza Internet desde hace más de 15 años

91%

Aumentó 2% respecto 2025.



Dispositivos en promedio (incluyendo celular, iPad, PC, etc.)

5



Buscan información sobre nuevas tecnologías

37%

En especial los que tienen de 55 a 64 años (44%)

3. Contratos online

7 de cada 10 usuarios mencionan adopción de trámites online, la mayor parte no ha registrado problemas. Sin cambios relevantes desde 2025.

Brecha socioeconómica: el uso cae con menor nivel. Sin diferencias por edad.



66%

Hizo alguna vez un trámite online

¿Hizo algún trámite online alguna vez? %



40% Me fue bien
 19% Me costó pero lo logré
 6% No lo logré
 1% Me los hace un conocido

28% Nunca
 6% No sé cómo se hacen

Nivel socioeconómico			
	Medio alto	Medio	Medio bajo
Me fue bien	54	41	34
Me costó	13	21	16
No lo logré	4	5	9
Lo hace otro	-	1	1
Nunca. No sé cómo se hacen	29	32	40

La contratación digital ya alcanzó niveles masivos de conocimiento y continúa expandiendo su uso. La oportunidad está en convertir a quienes conocen estas herramientas, pero aún no las utilizan, en un mercado que todavía no tiene un líder indiscutido.



81%

Sabe qué es un contrato online.

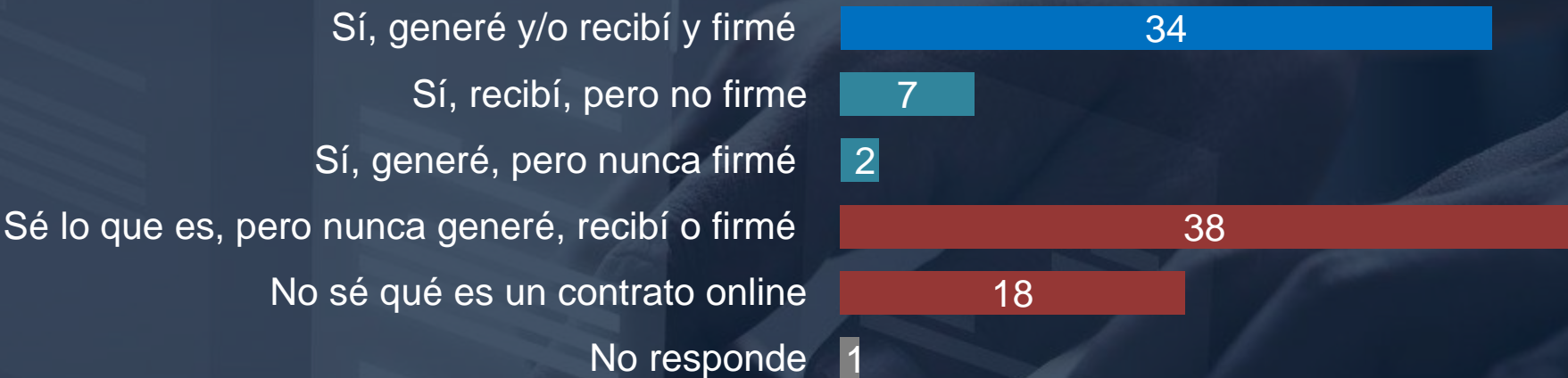
5 puntos más que en '25 (75%)

43%

Ha generado / recibido un contrato online

15 puntos más que en '25 (28%)

¿Ha generado, recibido y/o firmado alguna vez un contrato online? %



4. Internet y la seguridad



Los hackeos y fraudes digitales continúan creciendo. La principal amenaza sigue siendo la suplantación de identidad (phishing), que se concreta principalmente a través de canales cotidianos como WhatsApp, email y llamadas telefónicas.



Hackeos / fraudes por Internet:

2022 ➤ 9%

2024 ➤ 31%

2025 ➤ 33%

2026 ➤ 43%

¿Ha sufrido hackeos o fraudes por Internet en el 2025 y lo que va del 2026, Cuales? %-

Suplantación / Phishing	
Se hicieron pasar por una empresa o marca que uso (como un mail o página falsa)	9
Se hicieron pasar por mí (por ejemplo, en WhatsApp o redes)	4
Tuve un fraude relacionado con la suplantación de una marca o remitente	3
Robo de dinero	
Me han robado los números de tarjeta de crédito	7
Me robaron dinero (por un fraude digital)	4
Estafas en compras online	
El comerciante / proveedor me estafo con lo que compre online	5
Robo de cuentas	
Accedieron a mis cuentas bancarias	2
Robo de identidad y datos personales	
Robaron mis datos personales para hacer compras	1
Otra respuesta	8
No tuve hackeos ni fraudes en el 2025 y lo que va del 2026	57

La suplantación de la identidad ocurre a través de:
WhatsApp / Telegram (31%), email (23%) y teléfono (20%)

El crecimiento de los ciberataques está impulsando una mayor adopción de medidas de protección digital. La adopción se concentra en medidas básicas.

Los que más crecieron: autenticación por SMS (+26) y prevención ante correos sospechosos (+15). 2FA es el único mecanismo que retrocede (-21).

¿Cuáles de los siguientes términos, mecanismos, herramientas, signos de seguridad o recomendaciones utiliza? % R. Múltiples

	Utiliza		
	2025	2026	
Contraseñas	88	91	↑
No abrir archivos adjuntos de direcciones de correos electrónicos desconocidos	61	76	↑
Autenticación utilizando mensaje SMS	33	59	↑
Acceder a sitios seguros con HTTPS://	49	57	↑
Firma Electrónica / Digital	12	21	↑
Actualizar el sistema operativo de mi Laptop o Celular	23	33	↑
Controlar a qué sitios permito que coloquen cookies en mi navegador	22	31	↑
Bloqueo de dirección IP	10	16	↑
2FA	38	17	↓

La preocupación por la seguridad digital crece, pero disminuye la sensación de estar preparados para enfrentarla. Esta percepción aumenta entre los mayores de 45 años.

Solo 4 de cada 10 consideran poder identificar si un correo es legítimo.

Prefieren plataformas que le transmitan seguridad (por ejemplo, que muestre el candado de seguridad).



Recibe información regularmente sobre como protegerse sobre los riesgos en Internet y le es útil.

2025 ➤ 58%

2026 ➤ 55%

Edad

Hasta 44	Entre 45 y 64	Mayor a 65
37	55	56



Sabe como identificar si un correo electrónico es verídico.

2025 ➤ 48%

2026 ➤ 42% ↓

Edad

Hasta 44	Entre 45 y 64	Mayor a 65
48	52	33



Si tuvieran que elegir entre dos plataformas elegirían la que más les transmita seguridad.

83%

5.

IA en la vida cotidiana



La IA es ahora percibida como una tecnología transformadora tanto en el ámbito laboral como en la vida cotidiana.

La IA está cambiando la manera en que se trabaja

2025	2026
84%	91% ↑

Está transformando la vida de los argentinos

67%

La IA dejó de ser una novedad para convertirse en una herramienta de uso masivo. 91% utiliza al menos un producto y/o servicio que la tiene incorporada. En especial chats de IA generativa (ChatGPT, Gemini, etc.) y smartphones.

7 de cada 10 se muestran dispuestos a aprender a usar estas herramientas.

¿Conoce algunas de las siguientes opciones que utilizan Inteligencia Artificial? % R. Múltiples

	Usa	Quisiera aprender
Herramientas de inteligencia artificial generativa (ChatGPT, Gemini, etc.)	70	24
Celulares Inteligentes (Smartphones)	67	16
Recomendaciones (Netflix / Mercado Libre)	49	18
Asistentes como Siri, Google assistant	35	35
Electrodomésticos inteligentes	24	40

Herramientas de IA que se distinguen según nivel socioeconómico:

- Medio alto: chat gpt 79%, smartphones (71%), asistentes como Siri 63% y electrodomésticos inteligentes (50%)
- Medio: smartphones (71%), chat gpt (71%), recomendaciones de Netflix (51%)
- Medio bajo: chat gpt (66%) y smartphones (51%)

La preocupación por mantenerse vigente frente a la IA crece más rápido que la capacitación.
 La IA genera más temor a la exclusión laboral en los sectores de menores ingresos y mayor edad, precisamente donde la capacitación es menor.

Base: Usan Chat GPT para trabajar (47%)

Me siento seguro/a cuando comparto información con la IA en el trabajo

52%

Se mantiene sin cambios

Necesito generar nuevas ideas para seguir teniendo trabajo y que la IA no me remplace

2025	2026
39%	48%

Recibo/recibí en mi trabajo capacitación para utilizar nuevas tecnologías, incluida la IA

2025	2026
30%	33%

66% percibe la presencia de IA en los medios de pago, pero esta automatización despierta desconfianza y refuerza la necesidad de mantener contacto humano para sentirse seguros.

En los últimos meses ¿notó que su banco, billetera o tarjeta utiliza IA para atenderlo? %

Sí, claramente	41
Sí, en algunos casos	25
No estoy seguro/a	17
No, no lo noté	17

¿Qué sensación le genera que utilicen IA para atenderlo? Espontánea



6.

IA y la seguridad



La confianza en la protección de datos en herramientas de IA todavía es frágil: solo la mitad declara sentirse seguro, en menor medida los usuarios de niveles socioeconómicos más bajos y mayor edad (57%).

Me siento seguro al compartir información con herramientas de inteligencia artificial (como ChatGPT, Gemini, Copilot) en mi trabajo -%



Nivel socioeconómico

Medio Alto	Medio	Medio bajo
50	44	74

Los usuarios quieren más seguridad, pero con menos esfuerzo. Aceptan las medidas de seguridad, pero esperan que sean cada vez más simples y rápidas. La validación biométrica surge como la alternativa que mejor combina confianza y comodidad.



50%

Les resultan molestas las medidas de seguridad impuestas

¿Le molesta que la App de su banco o cuando ingresa a tiendas online, páginas de pago, etc. le pidan medidas de seguridad? %

Me resultan molestas	10
Me resultan molestas, pero entiendo que son necesarias	40
No me molestan porque ayudan a proteger mis datos	42
No me molestan y casi no las noto	8

➤ 50% Medio alto

Al abrir una cuenta en una app o banco, ¿Qué método le genera mayor confianza para validar su identidad? %

Validación con selfie o video (biometría facial)	34
Ir presencialmente a una sucursal	20
Código enviado por SMS	13
Escaneo del DNI / Documento de identidad	9
Todas las anteriores	20
No sé	4

➤ 44% Jóvenes hasta 44 años

La preocupación por los datos biométricos sigue siendo alta, mientras que el conocimiento de la operatoria del reclamo es bajo.



63%

No les gusta validar su identidad con reconocimiento facial

➤ 75% Mujeres vs 57% hombres
68% Mayores de 65 años

¿Ha reclamado alguna vez sobre el uso de sus datos personales o privados que ha hecho alguna empresa? %

Sí, pude hacerlo y solucioné mi reclamo	13
Sí, pude hacerlo, pero no aceptaron mi reclamo	7
He intentado, pero la empresa no tiene a donde hacer el pedido	7
No sabría cómo hacerlo	22
No fue necesario	50

Se deteriora la confianza en la capacidad de las empresas para proteger a sus clientes frente al fraude. Sin embargo, la mayoría sigue esperando que las marcas asuman un rol activo en la prevención y detección de fraudes.

La importancia de que las marcas realicen monitoreos continuos sigue siendo muy relevante. Son los más jóvenes quienes más demandan que las marcas refuercen sus acciones preventivas.

Confía en que las empresas, organizaciones o bancos con los que se relaciona protegen sus marcas y realizan tareas para evitar que sus clientes sufran fraude.



Considera importante que las marcas realicen monitoreos continuos para identificar posibles fraudes o suplantaciones en línea.



La experiencia directa o cercana con fraudes digitales está generando hábitos más cautelosos: casi la mitad incorporó mayores resguardos en sus operaciones.

Las comunicaciones sobre prevención de las empresas logran transmitir algún grado de seguridad.

Después de haber sufrido (o conocer) un fraude digital... ¿Cambió algo en su comportamiento?

Sí, ahora tomo más medidas de seguridad	48
Sí, dejé de usar algunas plataformas	17
No cambié nada	14
No tuve experiencias cercanas	18
No sé	2

Algunas empresas envían mensajes o correos alertando sobre posibles fraudes, cuando recibe este tipo de mensajes... ¿Cuál de estas opciones describe mejor cómo se siente? -%

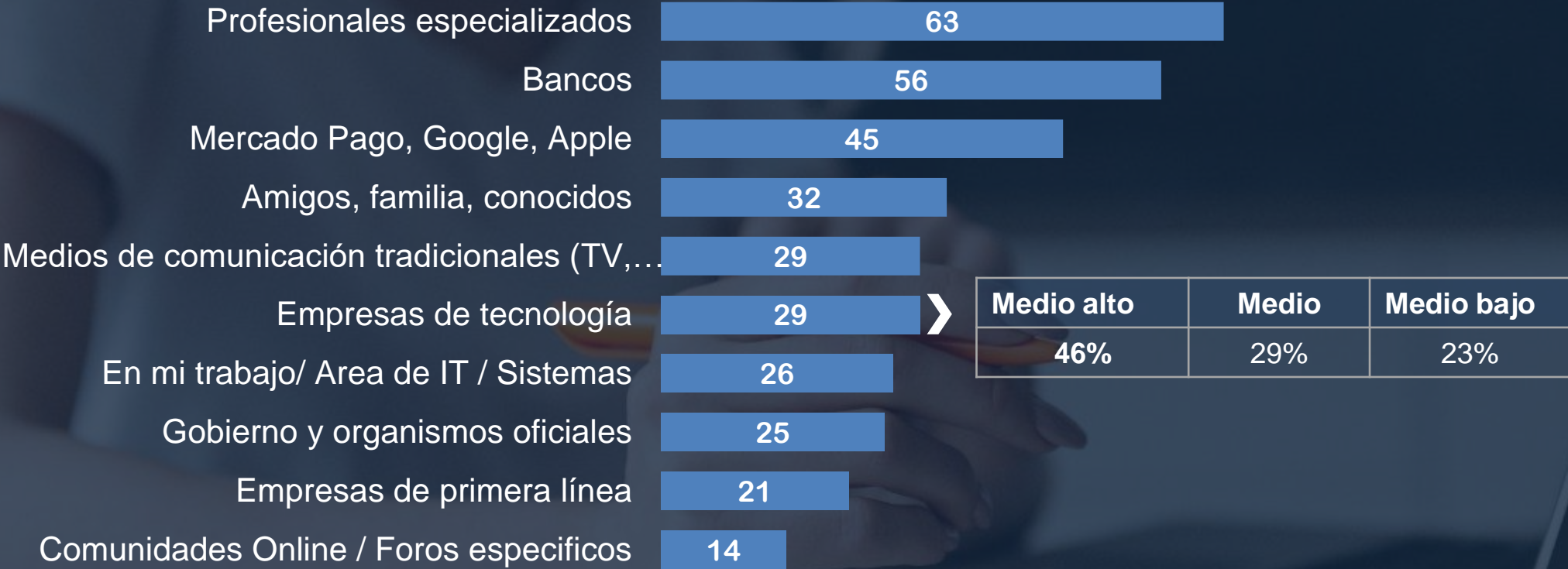
Me hace sentir más protegido/a	19
Me da tranquilidad, pero igual tengo dudas	48
Me hace sentir inseguro/a	13
Me hace sentir desprotegido/a (no me cuidan lo suficiente)	12
Nunca recibí este tipo de mensajes	2
No sé	6

➤ 50% Medio bajo

La credibilidad en temas de seguridad digital se concentra en quienes poseen conocimientos técnicos o experiencia específica. Profesionales especializados y bancos lideran la confianza, mientras que las recomendaciones informales y las comunidades online ocupan un lugar secundario.

El nivel socioeconómico marca diferencias: mayor credibilidad en empresas de tecnología en sectores medios altos.

¿A qué / quién considera una fuente de información confiable en temas de seguridad digital? % R. Múltiples



7.

Síntesis



1. La digitalización sigue avanzando. Internet, los trámites online, los contratos digitales y la IA ya forman parte de la vida cotidiana de la mayoría de los argentinos.

2. Los contratos online entraron en una etapa de masificación. Crecen el conocimiento, el uso y la confianza en estas herramientas. Sin embargo, persisten dudas sobre cómo verificar aceptaciones, validar autenticidad y gestionar reclamos.

3. La simplicidad gana terreno. Los usuarios aceptan mecanismos más ágiles de validación y firma sin que ello afecte la percepción de seguridad.

4. La confianza no acompaña el ritmo de la digitalización. A medida que aumentan las interacciones digitales, también crecen las dudas sobre fraude, identidad y protección de datos.

5. Los ciberdelitos se transforman en una experiencia cada vez más frecuente. La suplantación de identidad es hoy la principal amenaza percibida.

6. Existe una brecha entre conocer y actuar. Muchas personas conocen herramientas de ciberseguridad, pero pocas las incorporan efectivamente a sus hábitos.

7. La seguridad se convirtió en un factor de elección. Frente a dos alternativas, los usuarios prefieren aquella que les transmite mayor protección.

8. La IA se consolidó como una herramienta de uso cotidiano y de transformación del trabajo. Su adopción crece más rápido que la capacitación, generando oportunidades, pero también preocupación por la adaptación laboral.

9. La confianza en seguridad digital se concentra en los especialistas. Profesionales y bancos son las fuentes más creíbles,

10. La identidad y los entornos digitales confiables emergen como los activos estratégicos de la nueva economía. En un contexto de mayor fraude, expansión de la IA y crecimiento de las transacciones digitales, la autenticidad, la validación y la trazabilidad dejan de ser atributos tecnológicos para convertirse en factores decisivos de confianza.

Sobre D'Alessio IROL: empresa argentina dedicada a investigaciones de mercado y asesoramiento en estrategia, comunicación y marketing tanto en América Latina como para el mercado hispano en los EE.UU., con más de 30 años de presencia nacional e internacional.



Muchas gracias

www.dalessio.com.ar
info@dalessio.com.ar

D'Alessio IROL
International Research Online-Latam