



INTERNET: LA VISIÓN DE LOS USUARIOS - 2019

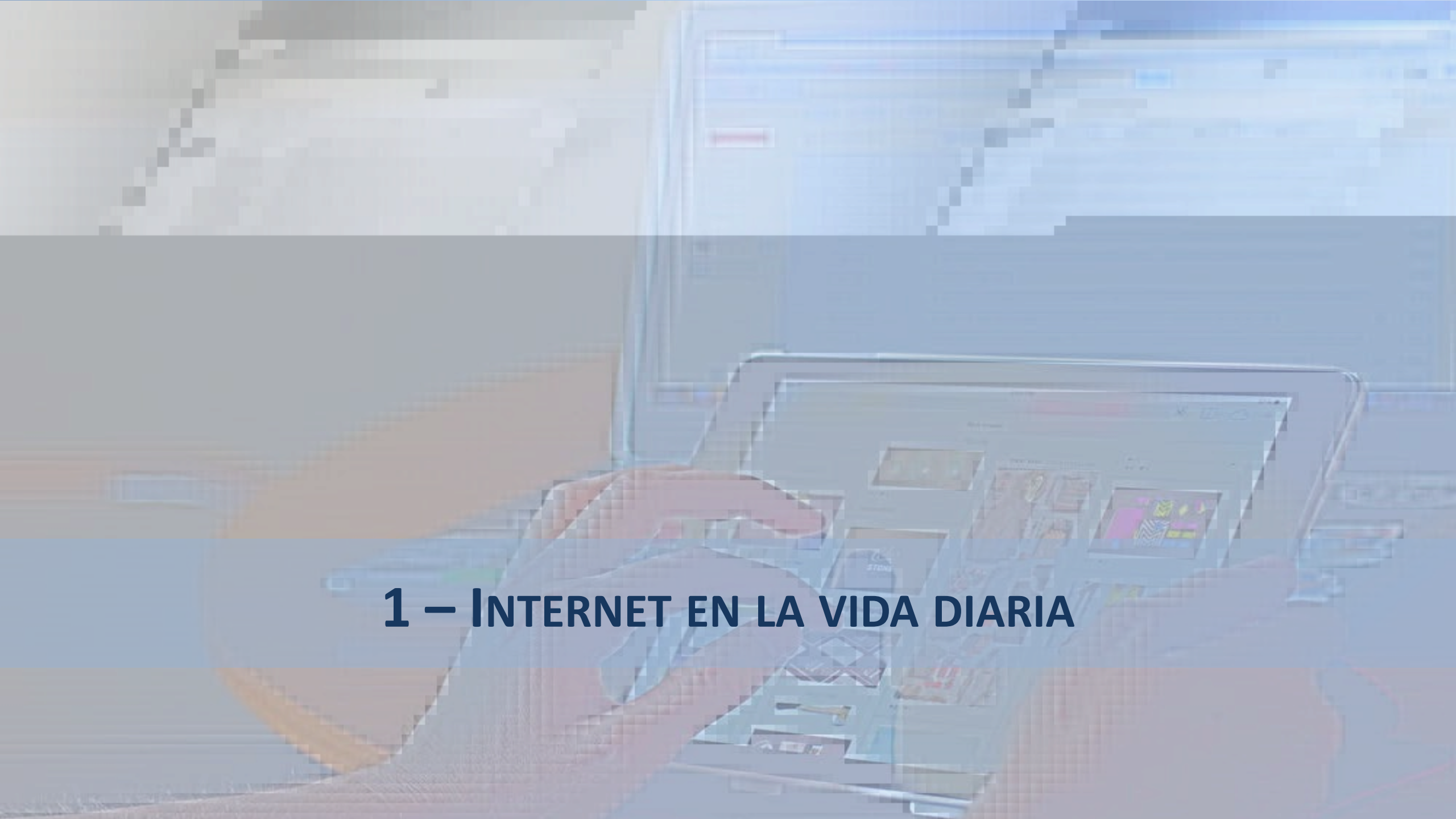
Nora D'Alessio, Vicepresidente D'Alessio IROL

D'Alessio IROL
International Research Online - Latam



ÍNDICE

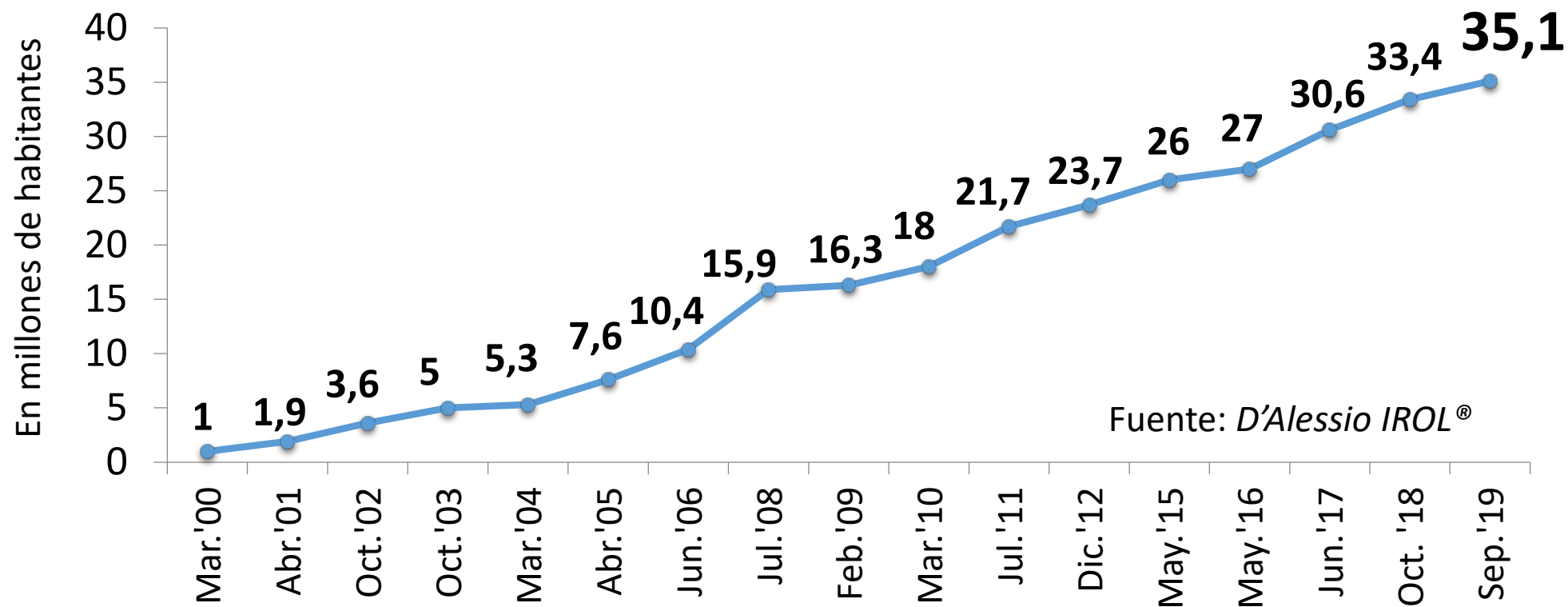
- 1. INTERNET EN LA VIDA DIARIA**
- 2. COMPRAS Y TRANSACCIONES ONLINE**
- 3. LA IMPORTANCIA DE SENTIRSE PROTEGIDOS**
- 4. LA IMPORTANCIA DE PROTEGER A LOS HIJOS**
- 5. CONCLUSIONES**

A person is using a tablet computer. The tablet screen displays a dashboard with several widgets, including a clock, a calendar, and a list of items. The person's hands are visible, holding the tablet. In the background, a computer monitor is visible, displaying a webpage with a blue header and a red button. The overall scene is dimly lit, with the light from the screens illuminating the person's face and hands.

1 – INTERNET EN LA VIDA DIARIA

Acceso a Internet

79% de la población ya tiene acceso. Continúa su tendencia creciente.



Internet, lo último que se abandona



	Reducieron + Abandonaron
Comidas fuera de casa	81
Indumentaria	78
Cine / teatro / entretenimiento	76
Viajes / vacaciones	74
Luz	72
Gas	70
Taxi	70



Internet	34
Netflix	33

Fuente: *D'Alessio IROL / Berensztein®*

Dispositivos más utilizados para conectarse a Internet

Smartphone lidera, aunque la PC aún tiene peso relevante.



59%
Smartphone

Más entre mujeres,
millennials, entre 45 y 54
años y en GBA.



34%
Computadora

Más entre hombres,
mayores de 55 años, en
CABA e Interior del país.



7%
Tablet

Fuente: *D'Alessio IROL*®

Sensaciones en torno a Internet

En este difícil momento,
Internet ayuda (más) a
distraerse y olvidar los
problemas cotidianos.

También tiene su contracara:
puede resultar “adictivo”.



Internet mejora mi humor
Internet y WhatsApp
entretienen tanto como salir
Tengo más amigos por las
redes

Habitual

55



40



38



Pierdo la noción del tiempo
al usar Internet
Debería disminuir el tiempo
online
Estoy tenso / irritado si no lo
uso varios días

43

41

28

Fuente: *D'Alessio IROL*®

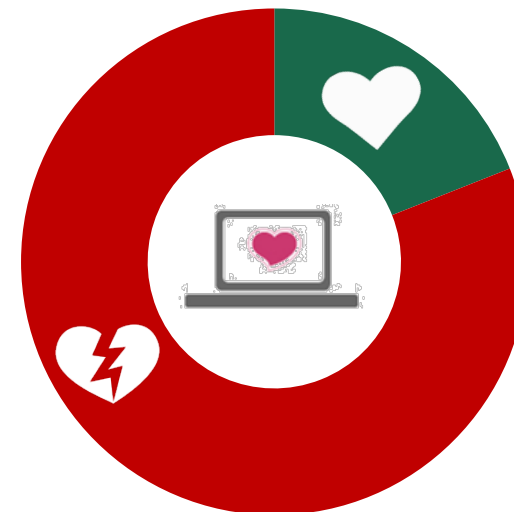
Internet y el amor

Mantiene su incidencia, en especial entre millennials y nivel medio bajo.

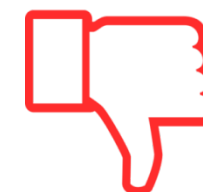
Aunque las relaciones que más persisten son las del nivel medio alto.

Fuente: D'Alessio IROL®

81%
Nunca



19%
Encontró
alguna vez



13%
Relación de largo plazo

6%
Corto plazo

Internet y el amor(*)

Sobresalen Badoo, en menciones, y Facebook, por mayor reiteración (*¿será para amores más breves?*).

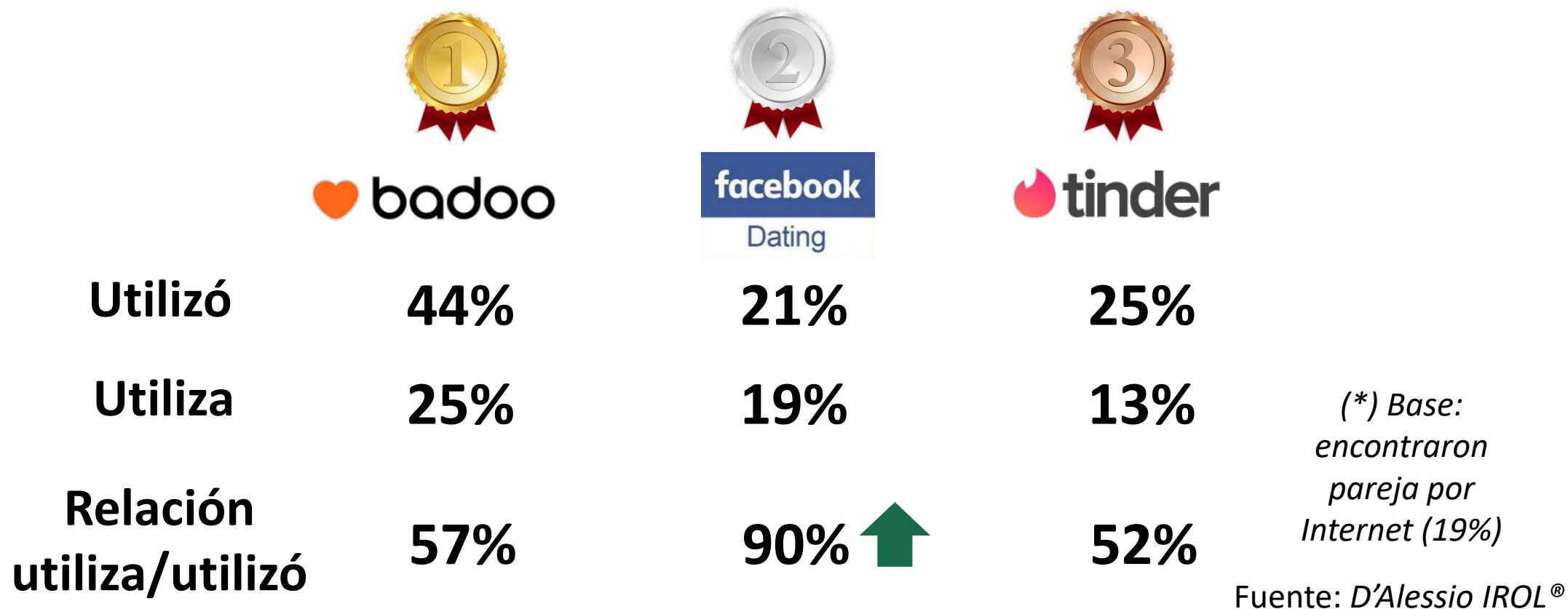


Imagen de las redes sociales (Promedio 1 a 10)

Sitios de noticias y medios tradicionales mantienen su lugar de privilegio como más informados y confiables que las redes.



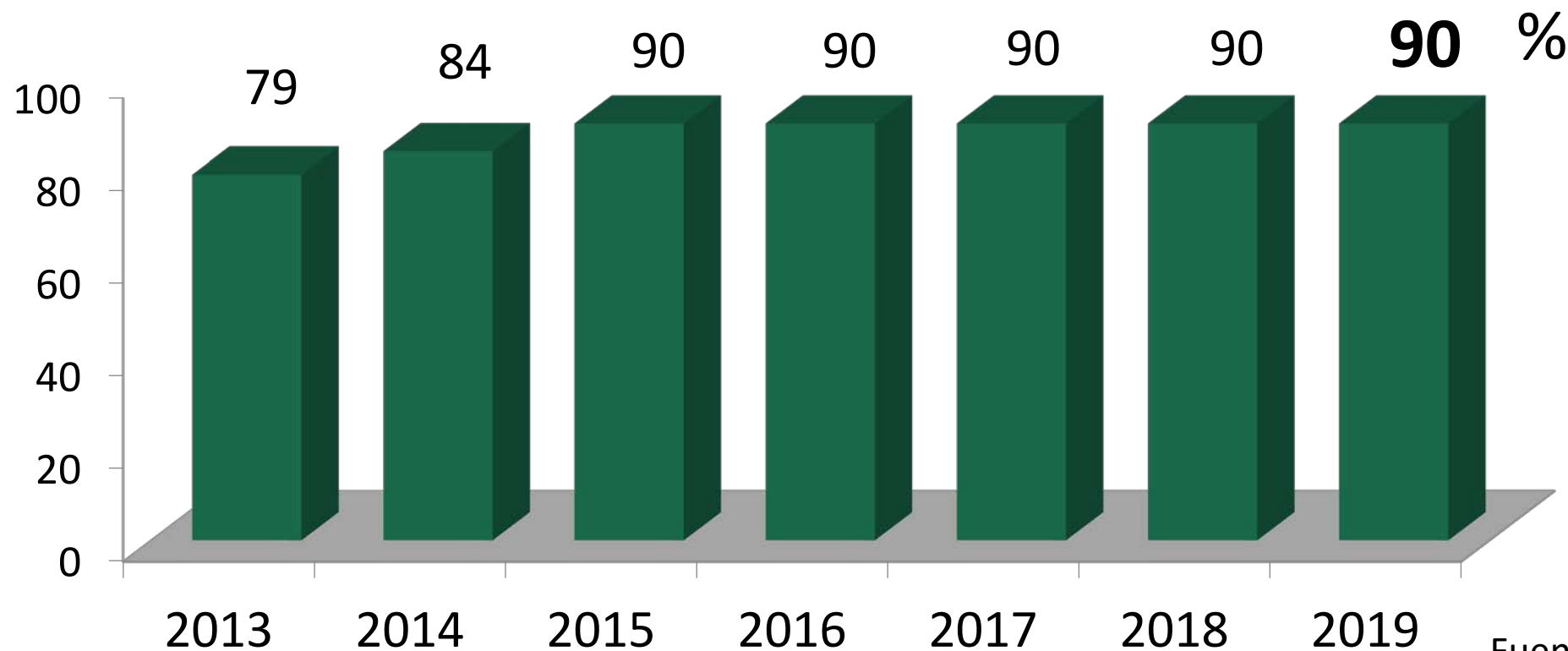
Fuente: D'Alessio IROL / Berensztein®



2 – COMPRAS Y TRANSACCIONES ONLINE

Compra online

**Continúa sin aumentar la proporción de usuarios que compren online.
Por expansión de Internet, sobrepasa los 31 millones de argentinos.**



Fuente: *D'Alessio IROL*®

Medios de pago para compra online (*)

Mercado Pago ya está integrado, compitiendo con las tarjetas tradicionales.



Tarjeta de crédito

63%

Nivel M.Alto



Mercado Pago

42%

Nivel M.Bajo y
menores de 55
años



Tarjeta de débito

23%

Menores
de 45 años



Efectivo

16%

Nivel Medio y M.Bajo



Transferencia bancaria

15%

Nivel M.Alto



**Pago mis cuentas/
Link pagos**

14%

(*) Base:
compradores
online (90%)

Fuente: D'Alessio IROL®

Internet es un claro aporte a la propia economía (*)

La compra online marca la diferencia: 9 de cada 10 encuentran algún beneficio, principalmente por la reducción de los costos.

(*) Base: compradores online (90%)

Fuente: D'Alessio IROL®

11%
Ninguna
Ventaja



89%
Tiene
ventajas

Impacto en
costos

- 75%: comparar precios
- 40%: pagar cuotas sin interés
- 24%: canjear puntos por algo interesante

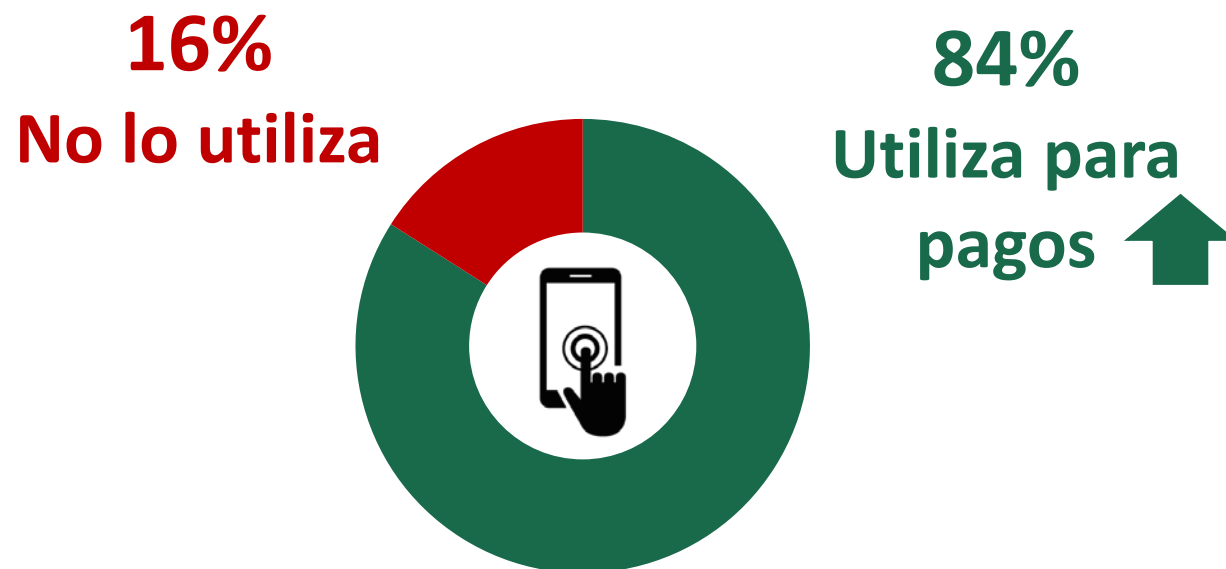
Descuentos

- 17%: acceder a cupones online
- 16%: electrodomésticos
- 15%: supermercados
- 15%: turismo / pasajes

Smartphones, para pagos
8 de cada 10 ya utilizan su
smartphone para realizar
compras y transacciones.

(*) Base: usuarios de smartphone

Fuente: D'Alessio IROL®



- 65%: pagos / transferencias online con mi banco
- 48%: compras online
- 40%: canales de pago (Pago mis cuentas, Todo pago)
- 20%: pagos con QR / billeteras virtuales



3 – LA IMPORTANCIA DE SENTIRSE PROTEGIDOS

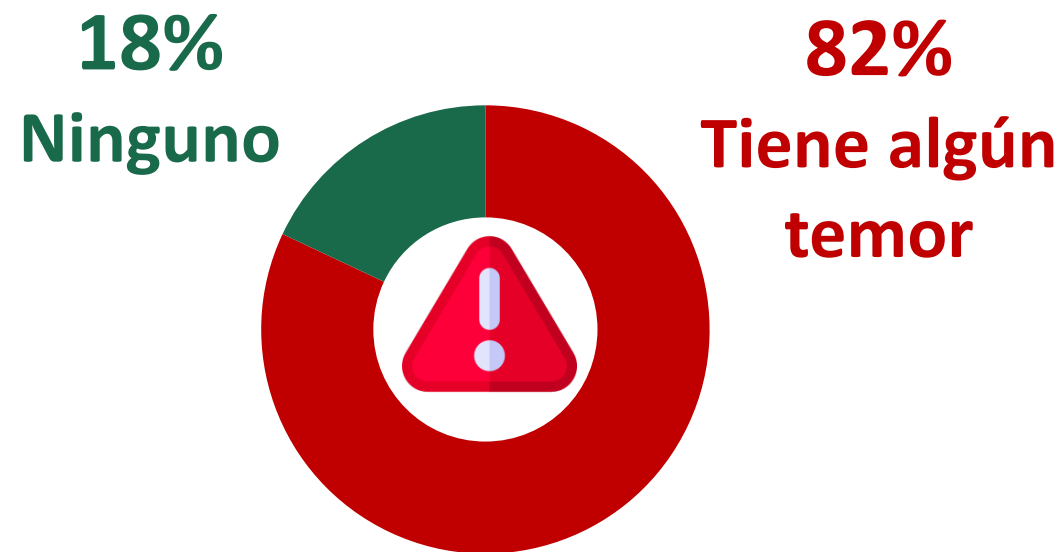
Luego de un periodo tumultuoso respecto al cuidado y la protección de los datos personales... ¿Cómo se sienten los usuarios?



Temores al navegar

64% siente que sus datos están protegidos cuando navega, pero aún así, el 82% siente que Internet puede presentar alguna amenaza.

Fuente: D'Alessio IROL®



- 55%: robo de identidad
- 48%: hackeo de cuentas
- 41%: que sepan mis movimientos de dinero
- 35%: que sepan a qué sitios ingreso y mis hábitos
- 30%: falsificación de firma digital

Cuidado de los datos
4 de cada 10 eligen guardar
información sensible en algún
dispositivo, en especial los
sectores medios altos y medios
y los menores de 45 años.

Fuente: D'Alessio IROL®

62%
No guarda



38%
Guarda

¿Dónde?



22%

Smartphone



19%

Computadora



8%

Notebook



5%

Tablet

¿Quién es responsable de la seguridad de mis datos cuando compro online?

El responsable del sitio.



El responsable del sitio

Guardan

52



El usuario

39



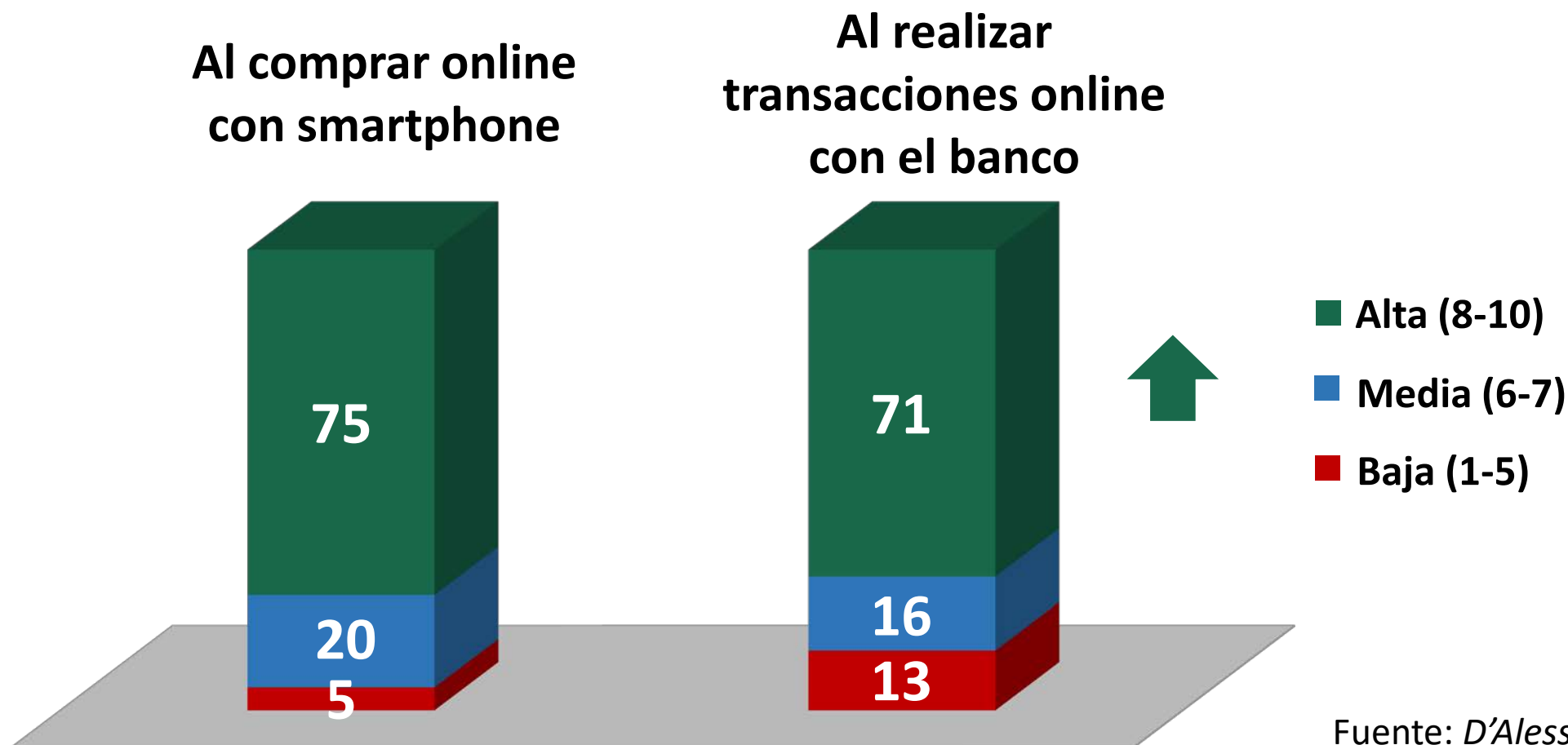
El proveedor de Internet

9

Fuente: *D'Alessio IROL*®

La sensación de seguridad

Muy alta y sin diferencia si es por smartphone.



Fuente: D'Alessio IROL®

Puntos críticos en la seguridad al navegar y comprar online - Fidelics®
Los promedios de calificación no explican por sí mismos cuál es su impacto en el desinterés de los usuarios.

Por eso desarrollamos Fidelics®: modelo que permite explicar y jerarquizar los aspectos que restan interés.

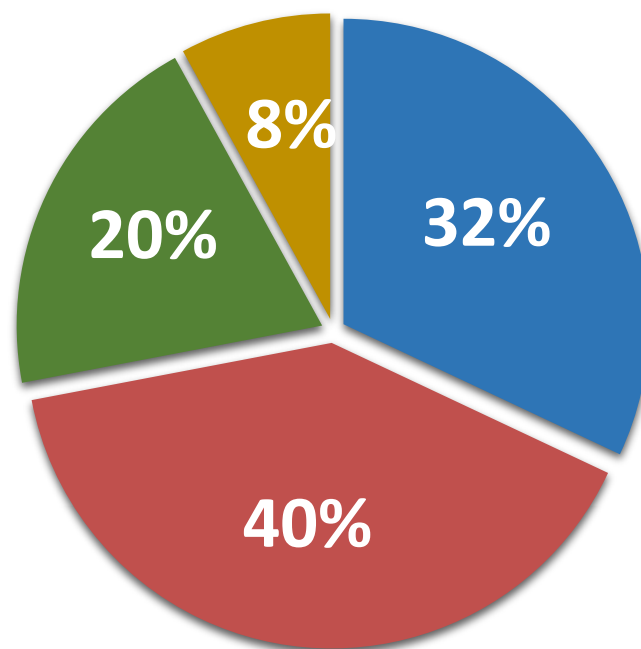


**100% de los
aspectos que
restan interés**



Fidelics®

A pesar de los avances, Internet aún genera dudas entre sus usuarios (26% indica que las claves no les aportan seguridad en la compra online).



- Desconfianza en la compra online
- Internet como un espacio inseguro
- Experiencias negativas
- Desconocimiento de software y procedimientos avanzados

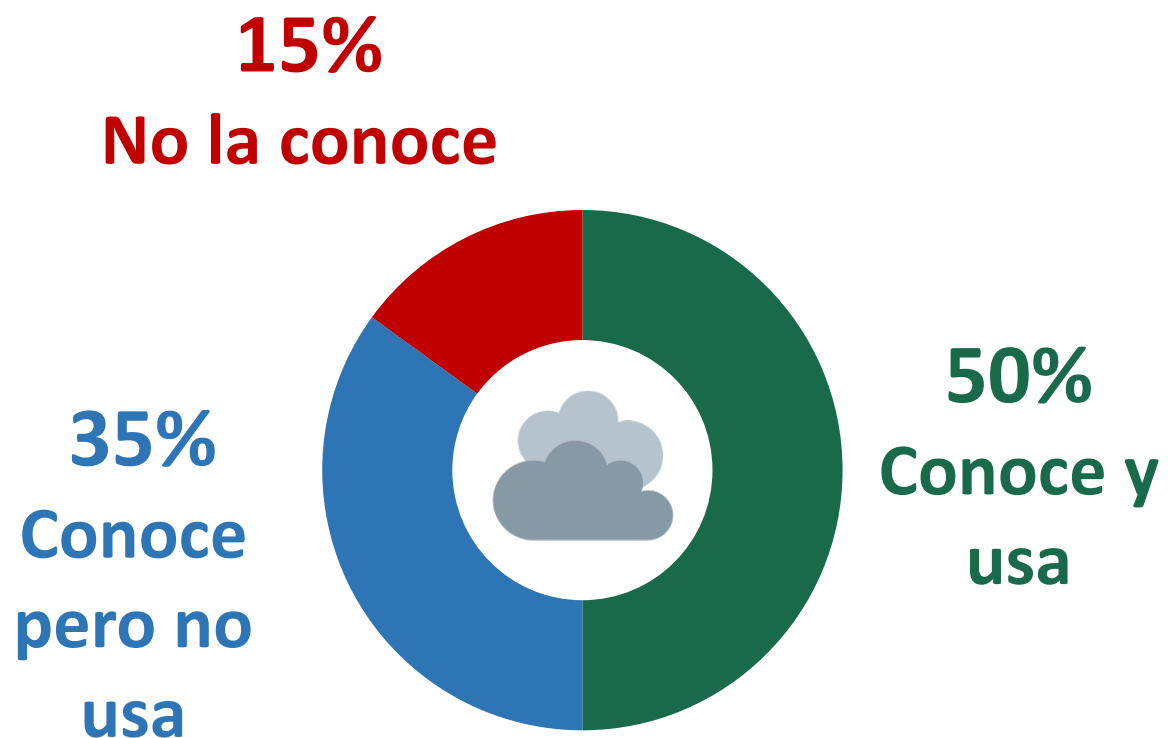
Fuente: D'Alessio IROL®

Nube de datos (cloud)

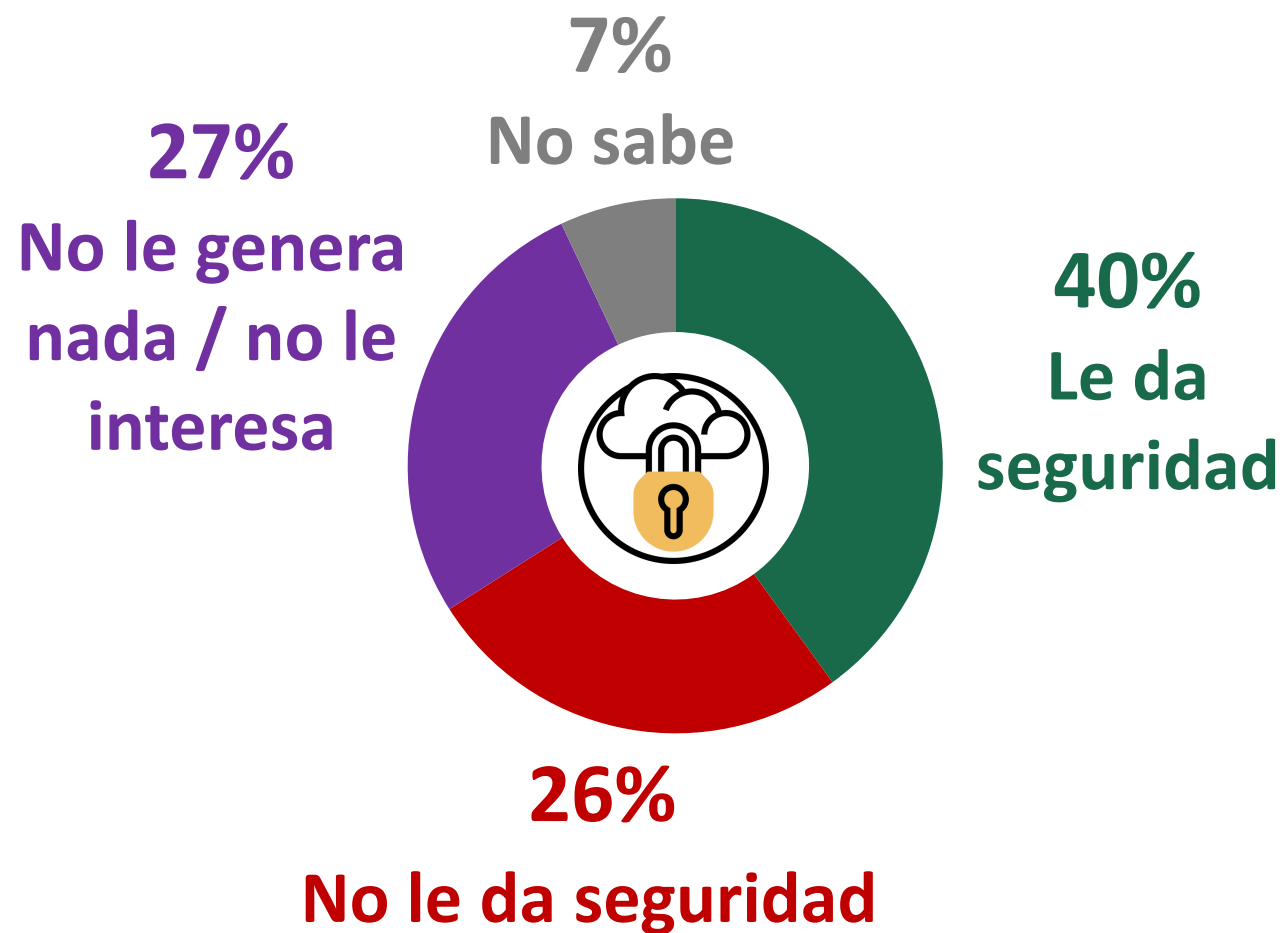
Cada vez más usuarios de Internet la conocen (70% en 2018 vs. 85% en 2019).

La mitad menciona utilizarla. Especialmente, entre hombres, de mayor poder adquisitivo y residentes de Ciudad de Buenos Aires.

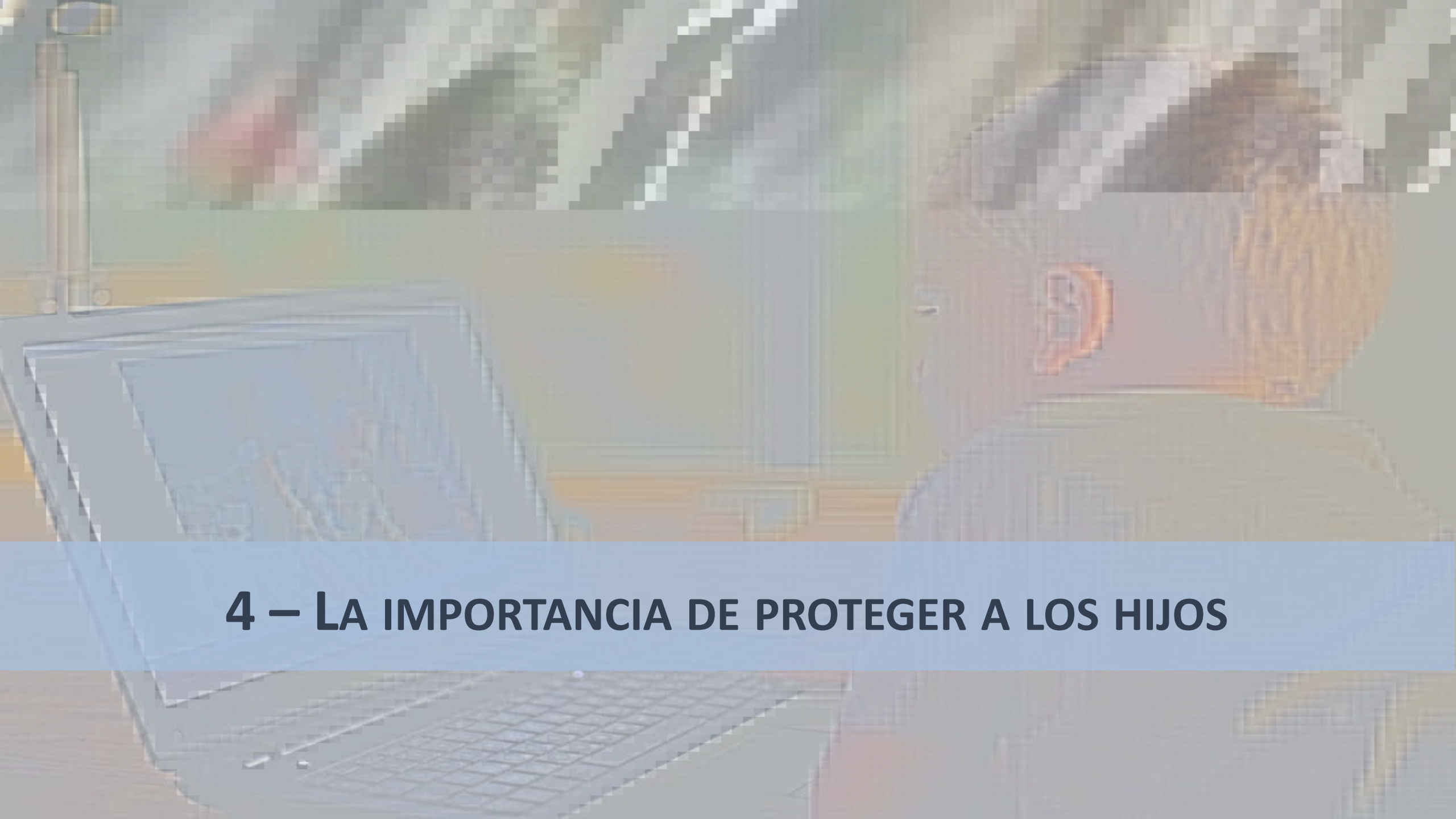
Fuente: D'Alessio IROL®



Seguridad de la nube
4 de cada 10 confían en la
seguridad que brinda.



Fuente: D'Alessio IROL®

A young boy with light brown hair is shown in profile, looking at a laptop screen. The laptop is open on a wooden desk. The background is a blurred indoor setting with a window and some furniture. A semi-transparent blue banner is overlaid across the middle of the image, containing the section header.

4 – LA IMPORTANCIA DE PROTEGER A LOS HIJOS

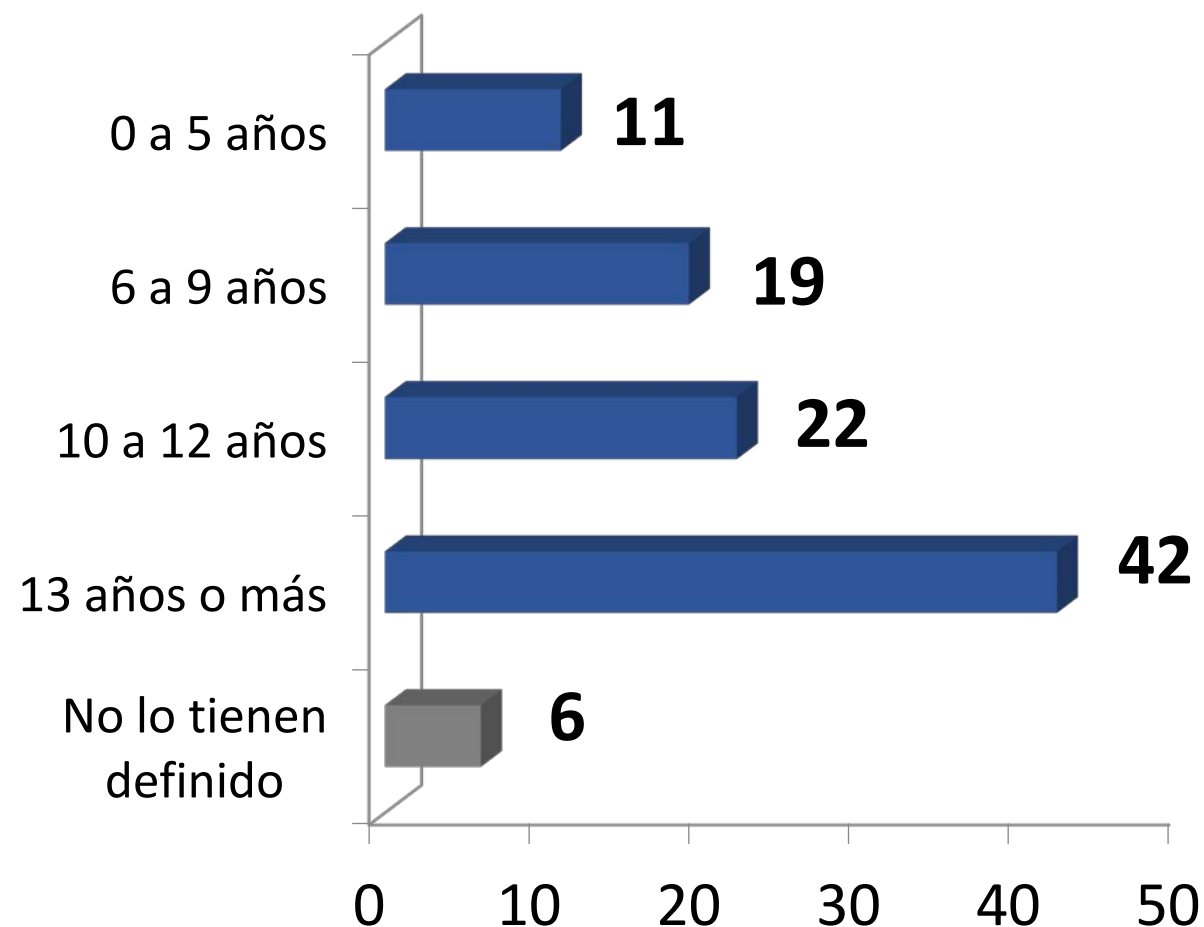
Edad de autorización a los hijos para el uso de dispositivos (*)

No existe una posición homogénea.
4 de cada 10 padres coinciden en que la barrera de 13 años es la edad correcta.
5 de cada 10 los autorizan a distintas edades más tempranas.

(*) Base: padres

Fuente: D'Alessio IROL®

Edad de los hijos



Edad de autorización a los hijos para el uso de dispositivos (*)

A menor edad nivel socioeconómico de los padres , la permisividad es más temprana.

	Hasta 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 años o más
0 a 5 años	50	20	4	6
6 a 9 años	14	47	14	13
10 a 12 años	7	22	27	22
13 años o más	21	11	51	50
No lo tienen definido	8	-	4	9

(*) Base: padres

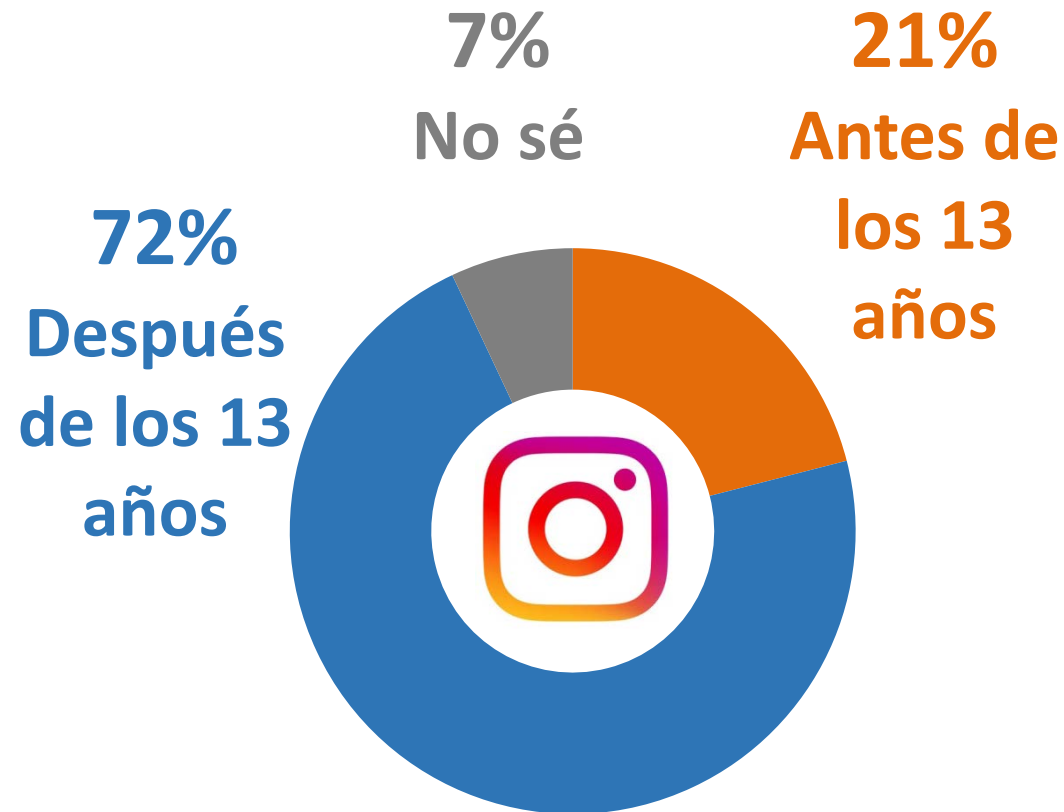
Fuente: D'Alessio IROL®

Edad de autorización a los hijos para el uso de redes sociales (*)

A diferencia de los dispositivos, 7 de cada 10 mencionan autorizarlos luego de cumplidos los 13 años. Se cae un mito: los padres adultos tienden a otorgar permisos antes que los millennials.

() Base: padres*

Fuente: D'Alessio IROL®



Medidas para garantizar
seguridad a sus hijos
en la navegación (*)

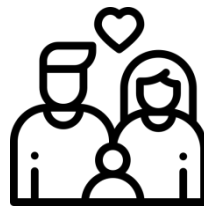
Usan, en promedio, 2 medidas:

1) Comunicación

2) Supervisión directa.

(*) Base: padres

Fuente: D'Alessio IROL®



57%

Charlan con frecuencia sobre
los riesgos de subir datos
personales



51%

Revisan con frecuencia el
historial



38%

Bloquean la posibilidad
de acceso a sites



27%

Garantizan que las páginas
que visitan sean seguras



20%

Tenerlos como “amigos”
en las redes sociales

Revisión del historial y control de los sites que visitan los hijos (*)

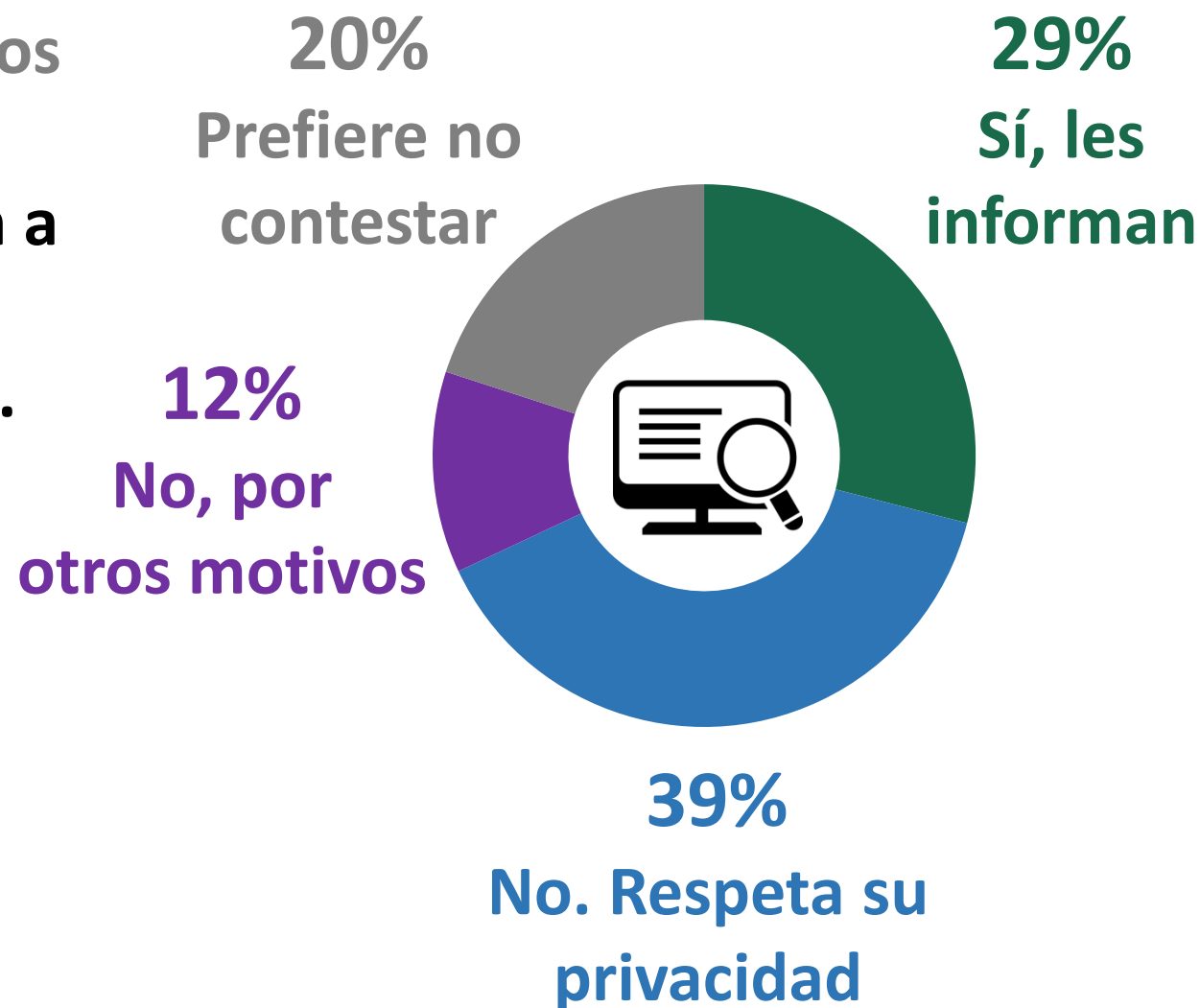
3 de cada 10 padres se lo informan a sus hijos. Aumenta entre mujeres, nivel medio bajo y de 35 a 44 años.

Los que no lo hacen sienten que deben respetar su privacidad.

Son especialmente hombres, de nivel medio alto y medio y mayores de 45 años.

() Base: padres*

Fuente: D'Alessio IROL®





5 – CONCLUSIONES

Conclusiones

1. El acceso a Internet continúa en ascenso, sobrepasando la barrera de las 35 millones de personas en Argentina, equivalente al 79% de la población. El smartphone colabora en su uso.
2. En el actual contexto de crisis económica, el consumo de Internet es el que más resiste.
3. Internet es un aporte a la calidad de vida: ayuda a distraerse y olvidar los problemas cotidianos. Le reconocen el peligro de ser “adictiva”.
4. Mayor acceso o información no equivalen a más credibilidad.
5. La proporción de compradores online continúa siendo del 90%, con Mercado Pago compitiendo con las clásicas tarjetas como modalidades de compra.
6. 9 de cada 10 usuarios encuentran algún beneficio en el proceso de la compra online, principalmente por la posibilidad en la comparación de precios previa (75%) y el pago con cuotas sin interés (40%).



Conclusiones

7. Hoy, 4 de cada 10 eligen guardar información sensible en dispositivos, especialmente los de mayor poder adquisitivo y menores de 45 años.
8. La confianza en las transacciones online continúa siendo alta: 71% se siente seguro al hacerlas a través del banco y 75%, al realizar compras desde el smartphone.
9. Cada vez más usuarios mencionan saber qué es la “nube de datos” (cloud).
10. Toman cuidados especiales en el uso de Internet por parte de sus hijos. Indican, en promedio, dos medidas: hablar sobre los riesgos y revisar el historial.



¡Muchas gracias!