A large, light blue, semi-transparent globe graphic in the background, showing the Americas.

# Internet: la visión de los usuarios.

## Informe Anual. Año 2020

---

- *Informe basado en investigaciones de mercado especialmente realizadas por D'Alessio IROL para CertiSur S.A.*
- *Se autoriza la utilización total o parcial de este material con la condición de citar la fuente: CertiSur / D'Alessio IROL*

*Diciembre 2020*



## Sumario

---

**CertiSur S.A.** emite este informe basado en la información que surge de la encuesta especialmente contratada a **D'Alessio IROL** y que se realizó durante el tercer trimestre del año 2020 a usuarios frecuentes de Internet.

### **Conclusiones más significativas:**

- **En un contexto mundial atípico, el acceso a Internet en Argentina se acrecienta fuertemente, alcanzando a 40 millones de personas, equivalente al 89% de la población.**
- **Internet se ha convertido en un aliado esencial para sobrellevar el día a día en el contexto del aislamiento social, con un rendimiento aceptable, según la experiencia de los usuarios.**
- **El pasar más tiempo en el hogar de manera forzosa ha propiciado el mayor uso de la computadora frente al smartphone.**
- **Entre las funciones más popularizadas de Internet, se encuentran el operar con Home Banking y las videollamadas, tanto con familiares y amigos como las laborales.**
- **Críticas al apoyo de las empresas para el teletrabajo : no todos consideran que recibieron algún soporte por parte de sus empleadores .**
- **Muy buena relación entre la averiguación online y la compra posterior por Internet. Ha pasado de ser “la vidriera” a estar ocupando el lugar de “la caja”:**22,9 millones declaran haber comprado online.
- **Usan dos medios de pago. La Tarjeta de Crédito se mantiene en primer lugar y Mercado Pago, Débito y Transferencias siguen ganado terreno.**
- **Internet, a pesar del mayor uso y la dependencia que generó la pandemia, se mantiene como un ámbito que genera desconfianza (incluso más que antes de la cuarentena). Hacen responsables a los sitios por su seguridad y requieren símbolos visuales muy concretos que la garanticen.**
- **El temor todavía es más fuerte como prejuicio que como realidad. Los usuarios conocen la necesidad de tomar recaudos: 8 de cada 10 señalan no utilizar la misma contraseña para diferentes sitios y revisar las URL antes de ingresar datos personales.**
- **Redes sociales: muy populares, pero poco confiables para quienes las utilizan.**



## ÍNDICE DE CONTENIDO

---

¿Cómo ha repercutido la pandemia en el uso de internet?.....	4
Acceso a Internet en la Argentina .....	4
Acceso a Internet: 2000/2020 .....	4
Internet.....	4
Importancia de Internet durante la cuarentena -%- .....	4
Dispositivos que utilizan más en la cuarentena para el acceso a Internet -%- .....	4
Dispositivos más utilizados en la cuarentena para acceso a Internet -%-.....	5
Usos más frecuentes -%- R. Múltiple.....	5
Experiencia con Internet desde el hogar-Escala 1 a 10-%-.....	5
Impacto en el e-commerce.....	6
Compra online .....	6
Medios de pago para compra online -%- R. Múltiple (*) Base: compradores online.....	6
Conformidad con e-commerce -%-.....	7
¿Qué tan seguros nos sentimos al navegar? .....	7
Cuidado de los datos. ....	8
¿Quién es responsable de la seguridad de mis datos cuando compro online? .....	9
Vulnerabilidad de los datos personales-%- .....	10
Redes sociales y Apps de citas -%-.....	11



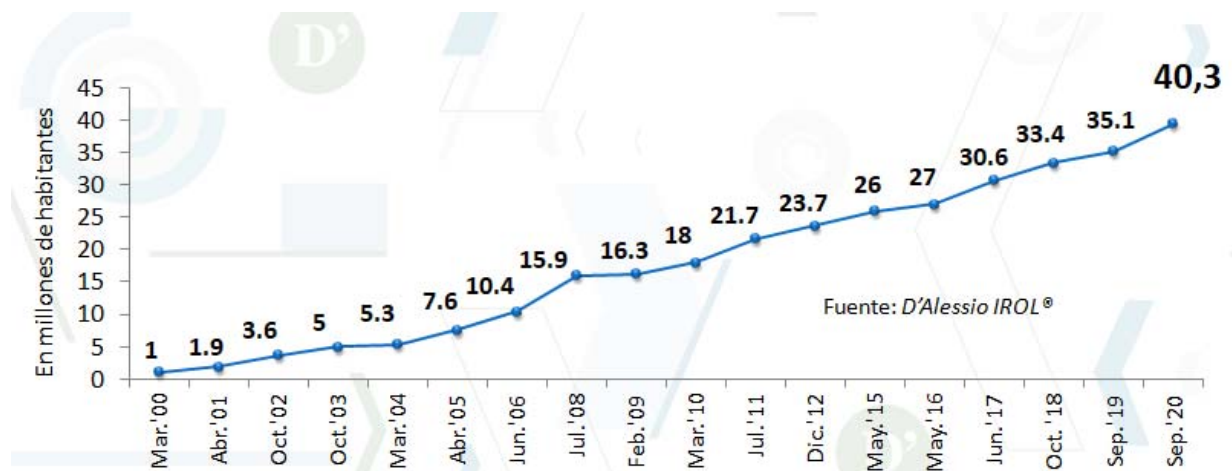
## ¿Cómo ha repercutido la pandemia en el uso de internet?

### Acceso a Internet en la Argentina

Está más presente que nunca, con un 89% de la población que hoy se encuentra conectada

### Acceso a Internet: 2000/2020

#### Internet



### Importancia de Internet durante la cuarentena -%-

8 de cada 10 argentinos juzgaron a Internet como una herramienta muy importante para mantener su vida cotidiana en el contexto del aislamiento social.

### Dispositivos que utilizan más en la cuarentena para el acceso a Internet -%-

Ante el encierro en casa, la computadora ha ganado espacio frente al smartphone.



#### Computadora

2019	2020
34%	50%



#### Smartphone

2019	2020
59%	46%



#### Tablet

2019	2020
7%	4%










## Dispositivos más utilizados en la cuarentena para acceso a Internet -%-

Las diferencias por segmentos están relacionadas con el uso en teletrabajo.

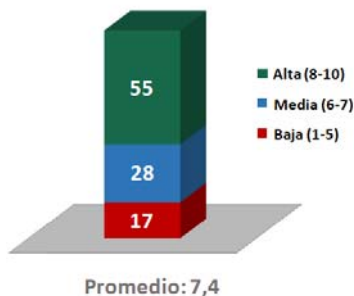
	Nivel socioeconómico			Género		Edad			
	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Hombre	Mujer	Hasta 34	Entre 35 y 44	Entre 45 y 54	Mayor a 55
PC	52	51	48	58	42	31	44	55	60
Smartph.	45	44	50	38	55	67	54	43	33
Otro	3	5	3	4	3	2	2	3	7

## Usos más frecuentes -%- R. Múltiple

Internet: usan 7 funciones para sobrellevar la cuarentena. Abarcan una amplia gama: desde chequear los movimientos bancarios, contactarse con los afectos, teletrabajar y entretenerse.

-  54%: Operar con mi banco
-  52%: Videollamada con familia/amigos
-  50%: Videollamada para el trabajo
-  44%: Trabajar desde casa
-  40%: Estar en redes sociales
-  39%: Visitar sites de noticias
-  36%: Ver videos / streaming

## Experiencia con Internet desde el hogar-Escala 1 a 10-%-



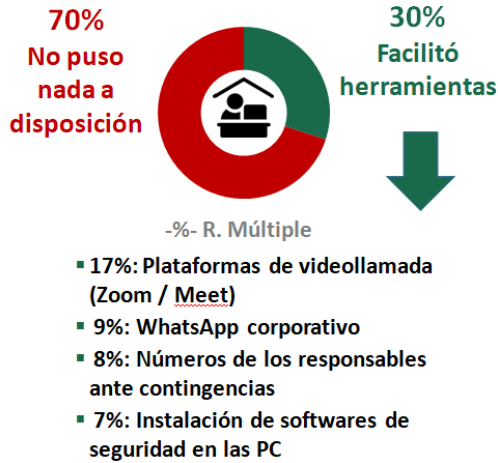
- Acceso y estabilidad aceptables, aunque podrían ser mejores.
- La conformidad sube en los extremos: millennials y seniors.
- El nivel medio alto es el más exigente (39% califica de 8 a 10).



## ¿Cómo colaboró su empresa ante el cambio en la forma de trabajo? -

%- (\*) Base: quienes cuentan con un trabajo

El nivel medio bajo (15%) y los adultos de 45 a 54 años (22%) sienten menos apoyo.



## Impacto en el e-commerce

### Compra online



71% de los usuarios realizó alguna consulta online sobre productos y/o servicios.



De los que consultaron, el 80% compró.

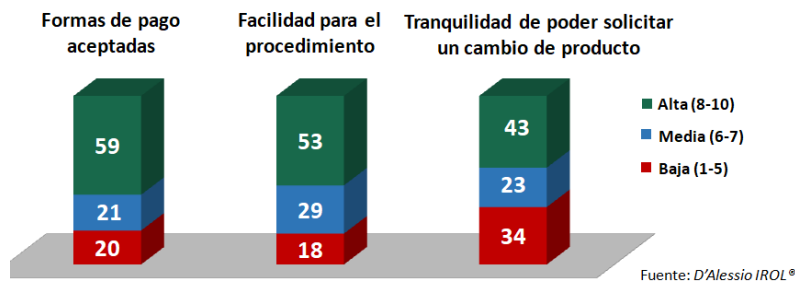
### Medios de pago para compra online -%- R. Múltiple (\*) Base: compradores online

Se utilizan en simultáneo dos medios de pago. Fuerte inserción de las tarjetas. Crece Mercado Pago junto con tarjeta de débito y transferencias



### Conformidad con e-commerce -%-

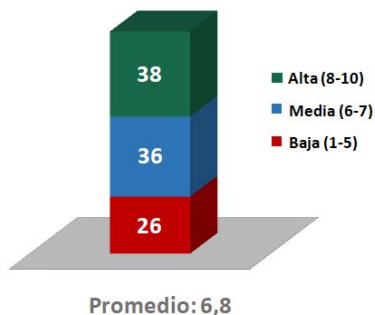
Buena, pero... a la mitad aún no les resulta amigable y además desearían más medios de pago.



### ¿Qué tan seguros nos sentimos al navegar?

### ¿Qué tan protegidos nos sentimos navegando? -%-

Los usuarios se muestran cautos: Solo 4 de cada 10 navegan muy tranquilos (aumenta en el nivel Medio Alto -52%)

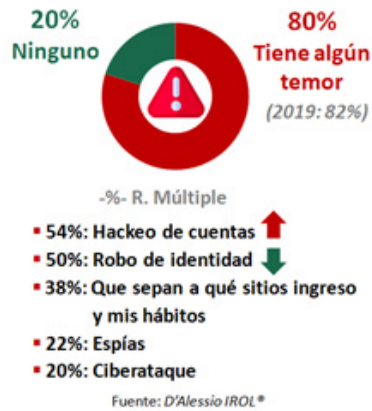




### Temores al navegar -%-(\*) Base: 80% que tiene algún temor

Se mantiene su peso en el conjunto de quienes acceden a la Web.

22% presenta hoy mayor desconfianza respecto al manejo de sus datos que antes del aislamiento (\*).



### Cuidado de los datos.

A pesar de la desconfianza continúan guardando información sensible en los dispositivos, principalmente smartphone.

¿Quiénes son los que menos confían? Menores de 45 años y residentes en AMBA.











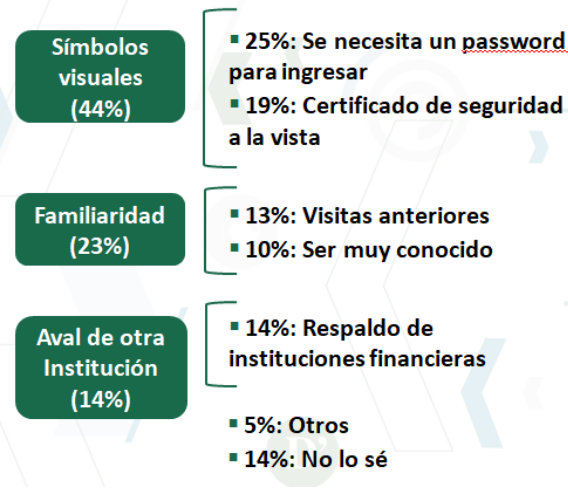
### ¿Quién es responsable de la seguridad de mis datos cuando compro online?

Continúan responsabilizando al sitio. También lo adjudican (menos) a su propia habilidad y al proveedor de certificados de seguridad.

		Guardan datos
	El responsable del sitio	44 ↓
	El usuario	38
	Proveedor de certificados de seguridad digital	10
	El proveedor de Internet	8

### ¿Qué les garantiza un sitio seguro? -%-

Necesitan símbolos muy concretos ( en especial los mayores de 35 años ).Millennials basan su seguridad en el uso propio del sitio.



### ¿Tomamos precauciones? -%-

8 de cada 10 mencionan tomar recaudos.

En especial los hombres, de nivel medio y medio alto y los mayores de 45 años.

¿Usan diferentes passwords para diferentes sitios?



¿Revisan las URL de los links que reciben por mail?



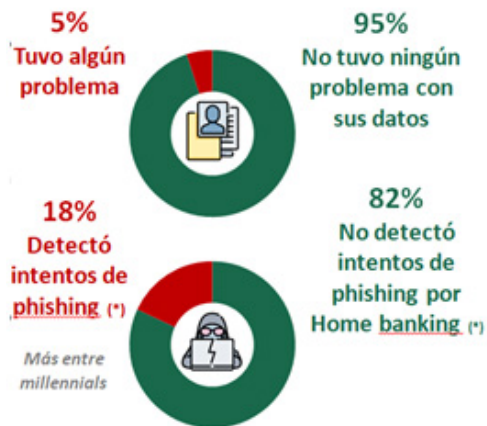
¿Revisan las URL cuando los redirigen para ingresar datos como mail o nombre?



### Vulnerabilidad de los datos personales-%-

Solo muy pocos tuvieron problemas concretos con el manejo de sus datos.

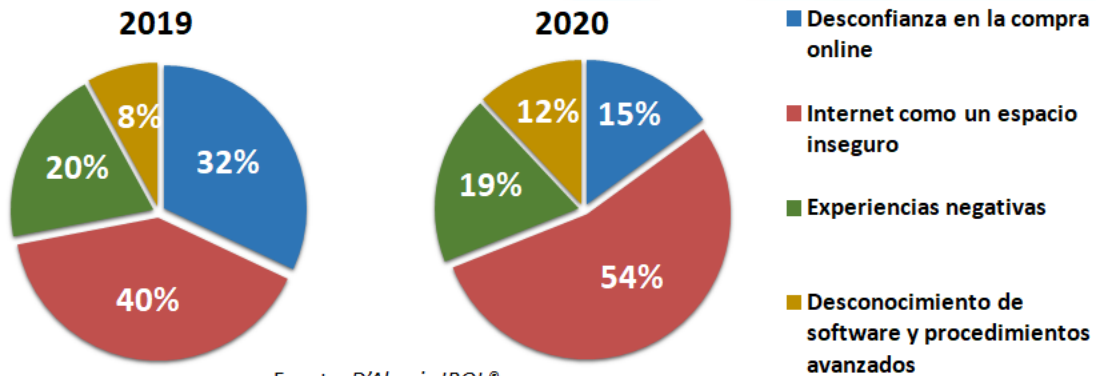
Reconocen intentos de phishing ( no todos conocen este término) .



(\*) Base: operan con Home banking.

### Puntos críticos en la seguridad en la compra online - Fidelics®

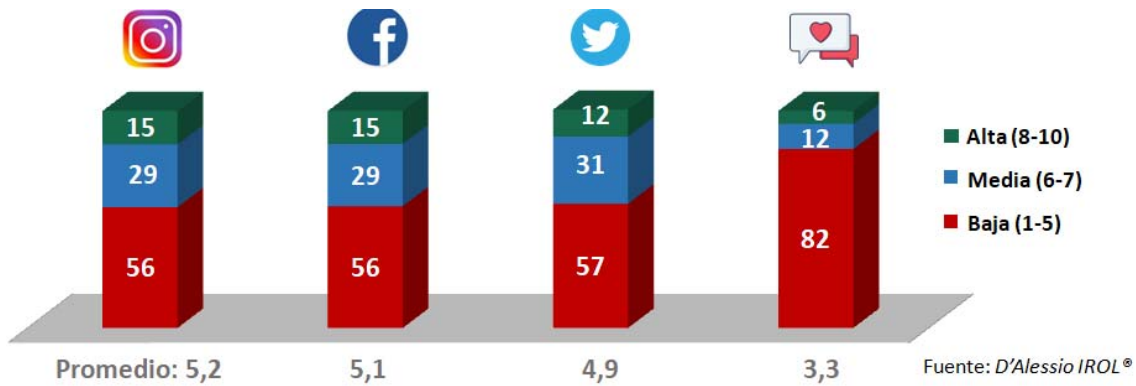
En el 2020 la compra online gana aceptación. Disminuye la inseguridad en la compra en si misma, pero crece la desconfianza en la seguridad de Internet.



Fuente: D'Alessio IROL®

### Redes sociales y Apps de citas -%-

Los usuarios siguen sin tener confianza en las redes (crece respecto al 2018) y menos aún en las Apps de citas.



Fuente: D'Alessio IROL®