

# Seguridad en Internet: la visión de los usuarios. Estado de situación 2015

- *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*



*Junio 2015*



## 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 segundo trimestre del año 2015 a usuarios frecuentes de Internet.

### **Conclusiones más significativas:**

- **Internet sigue avanzando en utilidades para distintos aspectos de la vida cotidiana**
- **Las Redes Sociales se utilizan fuertemente pero hay conciencia en los usuarios de su bajo umbral de seguridad.**
- **Con el crecimiento de los equipos móviles, “estar conectado” pasa a ser un estado para las 24 horas.**
- **Se mantiene el temor a los virus.**
- **Los principales temores están asociados al uso indebido de datos personales.**
- **Los servicios financieros brindan una tranquilidad mayor al resto de los usos de internet.**
- **El dinero circula por la web. Se reducen los temores originarios en materia de operaciones bancarias y compra online.**
- **Cada vez menos usuarios mencionan experiencias negativas con Internet.**



## ÍNDICE DE CONTENIDO

### [Mercado y usos de Internet en la Argentina](#)

[Usuarios de Internet en la Argentina](#)

[Principales usos de Internet](#)

[Comercio electrónico](#)

[¿Compró alguna vez por Internet?](#)

[¿Por qué nunca compró en Internet?](#)

### [Uso de Home Banking en la Argentina](#)

[¿Opera con su Banco por Internet?](#)

### [Seguridad en la WEB](#)

[¿Qué opina sobre la seguridad en Internet?](#)

[¿Cuáles son los mayores miedos de los internautas en general?](#)

[¿Le pasó algo o conoce casos de inseguridad en Internet?](#)

[¿Cuáles de las siguientes herramientas o signos de seguridad en internet que conoce?](#)

#### [Medidas de seguridad](#)

[¿Cuáles de las siguientes medidas considera efectivas a la hora de combatir la inseguridad en Internet? ¿Cuáles adoptó usted?](#)

[¿Utiliza alguna herramienta para proteger la información que está en sus dispositivos móviles/computadoras?](#)

#### [Medidas de seguridad al operar por el celular](#)

[¿Qué operaciones haría si le garantizaran mayor seguridad?](#)



## Mercado y usos de Internet en la Argentina

### Usuarios de Internet en la Argentina

- ✓ El 60% de la población total está conectada.
- ✓ Crece su valoración como canal para buscar información.
- ✓ Persiste su uso para comunicarse, hacer operaciones o trámites y entretenerse en especial entre jóvenes.
- ✓ Ahorro de tiempo mediante trámites online (tendencia instalada a mayor NSE).
- ✓ Los dispositivos móviles (celulares y tabletas) continúan ganando espacio en el uso habitual de los internautas en especial entre los jóvenes: 62% se conecta a Internet a través de estos dispositivos vs 51% en el 2014.

### Principales usos de Internet

Internet continúa manteniendo su función tradicional de comunicación, con una tendencia creciente en búsqueda de información, redes sociales y funciones financieras.

Se incrementó también el uso de Home Banking y el pago de servicios por Internet respecto del año pasado.

*Respuestas múltiples. Base: todos los usuarios*

Principales usos	2014	2015
Enviar o recibir correos electrónicos personales	98%	98%
Buscar información para trabajo o estudio	77%	95%
Redes Sociales	75%	77%
Realizar operaciones bancarias (Home Banking)	75%	77%
Pago de servicios	62%	63%
Visitar páginas de entretenimiento	63%	58%

Comunicarse con familiares o amigos que viven lejos	53%
Compro y/o vendo, contrato servicios	47%



## Comercio electrónico

### ¿Compró alguna vez por Internet?

*Base: Total de usuarios. Comparación período 2014 -2015*

	2014	2015
<b>Si</b>	84%	90%
<b>No</b>	16%	10%

- ✓ El e-commerce sigue aumentando su incidencia y se transforma en un canal sin complicaciones para quienes lo utilizan: 90% en el 2015 vs 84% en el 2014.
- ✓ Se va reduciendo la brecha entre segmentos socio económico: Compras por Internet el 92% del nivel socio económico Medio-Alto y el 84% del Medio-Medio

### ¿Por qué nunca compró en Internet?

*Respuestas múltiples. Base: Quienes nunca compraron en Internet. Año 2015*

		2014	2015
Temor a Internet	No me gusta dejar datos personales/claves en Internet	59%	57%
	No me resulta seguro operar con tarjeta		41%
	Tengo miedo que me roben el número de tarjeta	42%	33%
	Tengo miedo que vendan mis datos para otras bases	30%	30%
Temor al comercio	No sabría a quién reclamar en caso de inconvenientes	36%	35%
Temor en la operatoria	Tengo miedo que no me llegue lo que compré/contraté	38%	35%
	Tengo miedo que no se concrete la operación	36%	33%
	No entiendo el sistema	19%	8%



### Conclusiones:

- ✓ Si bien los factores de rechazo para no comprar online están disminuyendo, el principal temor para no comprar online está referido a la falta de seguridad que perciben de Internet en general y el temor a tener inconvenientes con la compra (falta de entrega y reclamos)

## Uso de Home Banking en la Argentina

### ¿Opera con su Banco por Internet?

*Base: Total de usuarios*

Respuestas	Año 2014	Año 2015
SI	75%	86%
NO	25%	14%

- ✓ Home Banking sigue en ascenso, aumentando la intensidad de crecimiento en 2014/2015 (+11) respecto de 2013/2014 (+6)
- ✓ El nivel de ingresos sigue incidiendo en el uso de este canal.
- ✓ Aumenta la incidencia de las transferencias bancarias (75% 2015 vs 72% 2014) y solo el 11% lo utiliza solamente para realizar consultas o información.

## Seguridad en la WEB

### ¿Qué opina sobre la seguridad en Internet?

- ✓ Sigue creciendo la percepción de Internet como un medio seguro de comunicación.
- ✓ Internet es considerado un medio seguro, pero en el que hay que moverse con precauciones: El 89% reconoce que hay riesgos, y el 50% puede mencionar una experiencia negativa cercana. La mención de experiencias negativas con la web registró una baja más significativa que la percepción de riesgos.





- ✓ Los servicios financieros brindan una tranquilidad superior al resto de los usos de Internet.

Seguridad en ... Escala de 1 a 10	2014	2015
Pago de servicios	7,5	8,0
Correos Electrónicos o Webmail (gmail, yahoo, etc.)	7,0	7,1
Páginas para obtener información o para consulta	6,7	6,5
Redes Sociales	5,4	5,3

### ¿Cuáles son los mayores miedos de los internautas en general?

Principales miedos	2014	2015
Virus	73%	67%
Robo de contraseñas	57%	53%
Robo de identidad	54%	47%
Robo del N° de la tarjeta de Crédito	49%	44%
Fraudes electrónicos	53%	44%
Espías	41%	40%

Que me hackeen la maquina	39%	39%
Que sepan a qué sitios ingreso y cuáles son mis hábitos	36%	31%

- ✓ Se observa una disminución en todos los mayores miedos de los usuarios.

### ¿Le pasó algo o conoce casos de inseguridad en Internet?

**Base: todos los internautas.**

	2014	2015
Hackearon la casilla de emails	50%	30%
Robaron claves o datos	22%	20%
Espía en su computadora	22%	14%
Hicieron operaciones con su identidad o nombre	15%	13%
Vendieron sus datos personales	21%	11%

- ✓ El 50% mencionó alguna experiencia negativa propia o de algún conocido al navegar por Internet. El principal inconveniente es el ingreso al e-mail personal.
- ✓ Los menores de 50, posiblemente por un uso más diversificado de Internet, encuentran, en mayor proporción, experiencias negativas.
- ✓ El imaginario de los riesgos (percepción) de navegar en la WEB es más alto que la realidad (Perciben riesgos 89% vs mencionan experiencias negativas 50%)

### ¿Cuáles de las siguientes herramientas o signos de seguridad en internet que conoce?

**Respuestas múltiples. Base: Todos los usuarios encuestados.**

	2014	2015
Sitio Seguro	63%	67%
Candado de seguridad	61%	67%



% "si, conozco"	Tarjeta de coordenadas	49%	60%
	HTTPS	54%	54%
	Firma electrónica/Digital	42%	42%
	Acceso desde determinado teléfono celular	43%	39%
	Barra de navegación verde	42%	37%
	Token	34%	35%

## Medidas de seguridad

¿Cuáles de las siguientes medidas considera efectivas a la hora de combatir la inseguridad en Internet? ¿Cuáles adoptó usted?

		Efectivas	Adoptadas
Autenticación	Cambiar regularmente contraseñas	73%	60%
	Sistemas de autenticación diferentes a las contraseñas	49%	42%
Navegación	Páginas seguras	73%	71%
	No abrir correo no deseado	55%	57%
Software	Actualizar software de antivirus regularmente	70%	69%
	Actualizar software spyware regularmente	59%	51%
Intercambio	No intercambiar archivos con desconocidos	68%	73%
	No permitir el acceso a mi máquina de desconocidos	65%	66%
	No compartir información importante por mail	61%	59%
Proveedores	No concretar operaciones comerciales/bancarias online	20%	16%
	Reportar a la empresa proveedora todos errores/inconvenientes	31%	26%



Se observa crecimiento en las medidas adoptadas respecto de la navegación y la interacción con desconocidos. Utilización de páginas seguras (71% 2015 vs 60% 2014). No abrir correo no deseado (57% 2015 vs 50% 2014). No intercambiar archivos con desconocidos (73% 2015 vs 60% 2014). No permitir el acceso a mi máquina de desconocidos (66% 2015 vs 60% 2014).

## ¿Utiliza alguna herramienta para proteger la información que está en sus dispositivos móviles/computadoras?

*\*Base: conocen la herramienta.*

	Conocen	Utilizan	% de Uso*
Contraseña		92%	-
Sitio seguro	67%	55%	82%
Candado de seguridad	67%	43%	64%
Tarjeta de coordenadas	60%	40%	67%
HTTPS	54%	39%	72%
Acceso desde determinado teléfono celular	39%	26%	67%
Barra de navegación verde	37%	24%	65%
Token	35%	16%	46%
Firma electrónica/digital	42%	10%	24%
OTP(contraseña dinámica)	13%	2%	15%

El conocimiento se transforma en uso, especialmente en Sitio seguro y HTTPS.

## Medidas de seguridad al operar por el celular

*Base: Usuarios que tienen Smartphone (72%)*

Seguridad en los Smartphones	2014	2015
Tiene antivirus en el Smartphone	38%	47%



Toma medidas de seguridad al conectarse a una red Wi-Fi abierta	24%	28%
---	-----	-----

- ✓ 28% de quienes se conectan a una red de Wi-Fi abierta toman alguna medida de seguridad.

### ¿Qué operaciones haría si le garantizaran mayor seguridad?

*Respuestas múltiples. Base: Usuarios que no realizan transacciones online.*

	2014	2015
Compraría online con tarjeta de crédito	70%	53%
Pagaría servicios online	82%	48%
Operaría a través de Home Banking	77%	45%
Concretaría operaciones online	70%	44%
Dejaría su número de tarjeta de crédito	43%	29%
Dejaría sus datos personales en distintas páginas	23%	23%
Intercambiaría información confidencial	18%	22%