



# VOICES! INFOGRAFIADAS

28 DE SEPTIEMBRE

## DÍA INTERNACIONAL DEL ACCESO UNIVERSAL A LA INFORMACIÓN



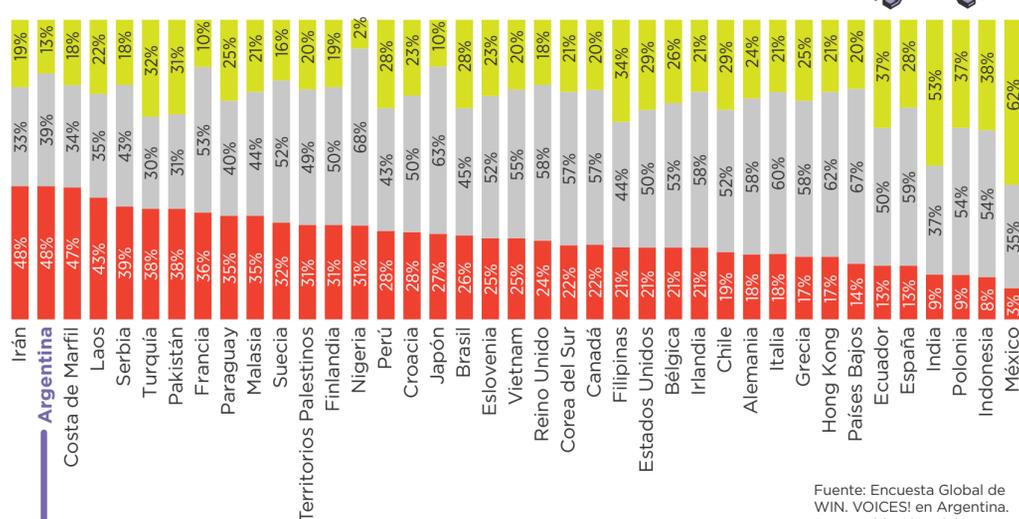
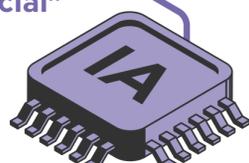
El estudio de opinión pública realizado por WIN y Voices en 39 países, muestra que los argentinos se destacan por su bajo manejo de la IA.

Casi la mitad de los argentinos (el 48%) menciona **no tener un buen conocimiento de la inteligencia artificial** (ubicando su conocimiento en puntajes de 1, 2 o 3 en una escala del 1 al 10), mientras que un **39% señala puntajes intermedios** (puntaje 4+5+6+7) y un **13% sostiene tener un alto conocimiento de la IA** (puntaje 8+9+10).

"Tengo un buen conocimiento de la inteligencia artificial"

ACUERDO EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10

■ Completamente de acuerdo (8+9+10) ■ 4+5+6+7 ■ En desacuerdo (1+2+3)



Fuente: Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina. Base: población adulta.

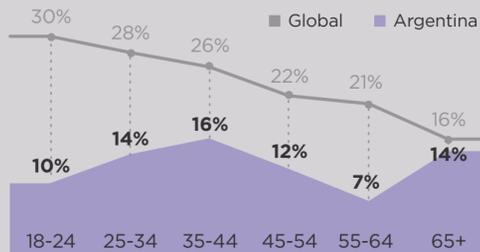
El conocimiento de IA crece algo entre los hombres, en Bs. As., a medida que aumenta la educación y sobre todo en los niveles socioeconómicos más altos.

Fuente: Encuesta Voices. Base: Población adulta a nivel nacional.

**Género**  
Hombres **15%**  
Mujeres **11%**

**Educación**  
Primaria **10%**  
Secundaria **13%**  
Superior **15%**

**Nivel socioeconómico**  
ABC1 **24%**  
C2C3 **13%**  
DE **11%**



Por otro lado, mientras que a nivel global el manejo de la inteligencia artificial baja a medida que aumenta la edad, en Argentina no se encuentra ese patrón.

Fuente: Encuesta Voices. Base: Población adulta a nivel nacional.

### LAS REDES SOCIALES EN NUESTRAS VIDAS COTIDIANAS

La **mitad de la población mundial** señala que las **redes sociales abruman nuestra vida**.

En Argentina, esta cifra **es algo menor (43%)**. El **nivel de acuerdo con la frase crece algo entre las mujeres** (45% vs. 40% en hombres) y en los **dos extremos etarios** (46% entre los de 18 a 24 años y entre los de 65 años y más).



### USO INDEBIDO DE DATOS PERSONALES EN EL ÚLTIMO AÑO

Además, **6 de cada 10 argentinos** declaran haber sido **víctima de usos indebidos de su información personal en la red**, un dato que coincide con las cifras globales.

#### USOS INDEBIDOS DE SUS DATOS PERSONALES



Recibir Spam  
Recibir Phishing

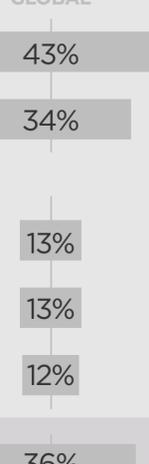
#### ATAQUES INFORMÁTICOS



Se filtraron datos personales  
Email hackeado  
Tarjeta o Banco hackeados

NO EXPERIMENTÓ NINGÚN USO INDEBIDO DE SUS DATOS PERSONALES O ATAQUES INFORMÁTICOS

#### GLOBAL



#### ARGENTINA

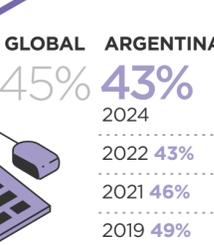


### PREOCUPACIÓN Y CONCIENCIA ACERCA DEL USO DE LOS DATOS PERSONALES

Se detecta una **alta preocupación por compartir información personal en forma digital**, a pesar de que el porcentaje de preocupación es menor a las ediciones anteriores del estudio.

PAÍSES DONDE MENOS PREOCUPA  
**Costa de Marfil**  
**Pakistán**

PAÍSES DONDE MÁS PREOCUPA  
**Brasil**  
**Indonesia**  
**Corea del Sur**



Tanto a nivel global como en Argentina, **disminuye la proporción de personas que declaran saber qué es lo que sucede con su información personal luego de compartirla de manera online** versus a la edición anterior del estudio.

**Acuerdo con la frase**  
"Soy consciente de lo que sucede con mi información personal después de compartirla con un recolector de datos"



TOP PAÍSES CONOCEDORES  
**Indonesia**  
**India**  
**México**

ACERCA DE LA ENCUESTA WIN VOICES  
La Red Mundial Independiente de Estudios de Mercado (WIN) es una red mundial que realiza estudios de mercado y encuestas de opinión en todos los continentes. La encuesta se realizó en 39 países y se entrevistó a 33.866 personas. Voices realizó el estudio en Argentina.

ACERCA DE VOICES  
Empresa con foco en la investigación social, política y de mercado, con el objetivo de proporcionar consultoría a las organizaciones usando rigurosas metodologías y enfoques innovadores, tanto a nivel local, regional y global.  
[www.voicesconsultancy.com](http://www.voicesconsultancy.com)

Por consultas:

**CONSTANZA CILLEY**  
Directora Ejecutiva de Voices!  
[constanzacilley@voicesconsultancy.com](mailto:constanzacilley@voicesconsultancy.com)  
+ 116 572 4467

