

Encuesta sobre ciberdelitos

Mar del Plata, junio 2025



INSTITUTO DE
CIENCIAS FORENSES



InFo-Lab



UNIVERSIDAD
FASTA



**Observatorio
Universitario
de la Ciudad**

ENCUESTA SOBRE CIBERDELITOS

Mar del Plata, junio 2025

Coordinación

Mg. Gabriel Coronello Aldao

Investigación y análisis

Lic. Mónica Pascual

Prof. Santiago Cueto

Sebastián Romani

Lic. Leticia Brea

Lic. Julieta Campero

Lic. Luján Cazenabe

Autoridades UFASTA

• Decano FI:

Esp. Ing. Roberto Giordano Lerena

• Directora Instituto Ciencias Forenses:

Esp. Ing. Ana Di Iorio

• Director InFo-Lab:

Ing. Bruno Constanzo

• Líder I+D Ciberseguridad InFo-Lab:

Ing. Santiago Trigo

INTRODUCCIÓN

El avance sostenido de las tecnologías de la información y la comunicación continúa modificando de manera profunda las formas de interacción social, laboral, educativa y comercial. En la actualidad, gran parte de la vida cotidiana de las personas transcurre en entornos digitales: desde operaciones bancarias, compras en línea y gestiones administrativas, hasta el entretenimiento, la educación virtual y el teletrabajo.

Sin embargo, este proceso de digitalización también ha traído consigo nuevos riesgos. La creciente dependencia de herramientas tecnológicas ha sido acompañada por un aumento sostenido de los ciberdelitos, entre los cuales se destacan las modalidades de fraude y estafa, particularmente aquellas vinculadas al uso de servicios bancarios, billeteras virtuales, redes sociales y canales de mensajería.

Estas prácticas delictivas se transforman y actualizan constantemente, adaptándose a nuevas tecnologías, plataformas y comportamientos de los usuarios. A pesar del creciente impacto de estos delitos en la vida cotidiana de los ciudadanos, la producción de datos oficiales sigue siendo limitada. Muchos de estos hechos, además, presentan una alta "cifra negra": no se denuncian ni registran, lo que dificulta su comprensión y tratamiento adecuado.

Este informe, realizado por el Observatorio Universitario de la Ciudad y el InFo-Lab de la Universidad FASTA, en articulación con las Facultades de Ingeniería y de Ciencias Jurídicas y Sociales, tiene como propósito aportar evidencia empírica para comprender mejor el impacto local de los ciberdelitos en Mar del Plata.

Se trata de la cuarta edición consecutiva de este estudio (2021, 2022, 2023 y 2024-2025), lo que permite analizar tendencias, detectar nuevas modalidades delictivas y observar la evolución de las estrategias de prevención ciudadana.

Para esta nueva edición, se llevaron a cabo más de 500 encuestas presenciales sobre victimización digital. El cuestionario indaga en aspectos clave como la percepción de seguridad en entornos virtuales, las medidas de prevención adoptadas por la ciudadanía, el conocimiento de canales de información, los tipos de fraudes sufridos y la reacción de las personas frente a ellos.

El informe se estructura en cuatro secciones principales:

- 1- Las medidas de seguridad digital adoptadas por los ciudadanos y su percepción de confianza al navegar o realizar trámites en línea.
- 2- Las fuentes utilizadas para informarse sobre ciberdelitos y prevención.
- 3- La incidencia de hechos delictivos sufridos, con foco en fraudes y estafas.
- 4- Las respuestas adoptadas por las víctimas, incluyendo si decidieron o no denunciar.

El estudio también incorpora comparaciones con las ediciones anteriores, lo que permite observar cómo cambian las formas de engaño y los niveles de exposición de los ciudadanos en un entorno digital cada vez más complejo.

La información relevada es clave para el diseño de políticas públicas, campañas de concientización y estrategias de formación en ciberseguridad, que protejan a la ciudadanía frente a modalidades delictivas que evolucionan con rapidez. Con este trabajo, la Universidad FASTA reafirma su compromiso con el conocimiento aplicado y con la construcción de un entorno digital más seguro e informado.

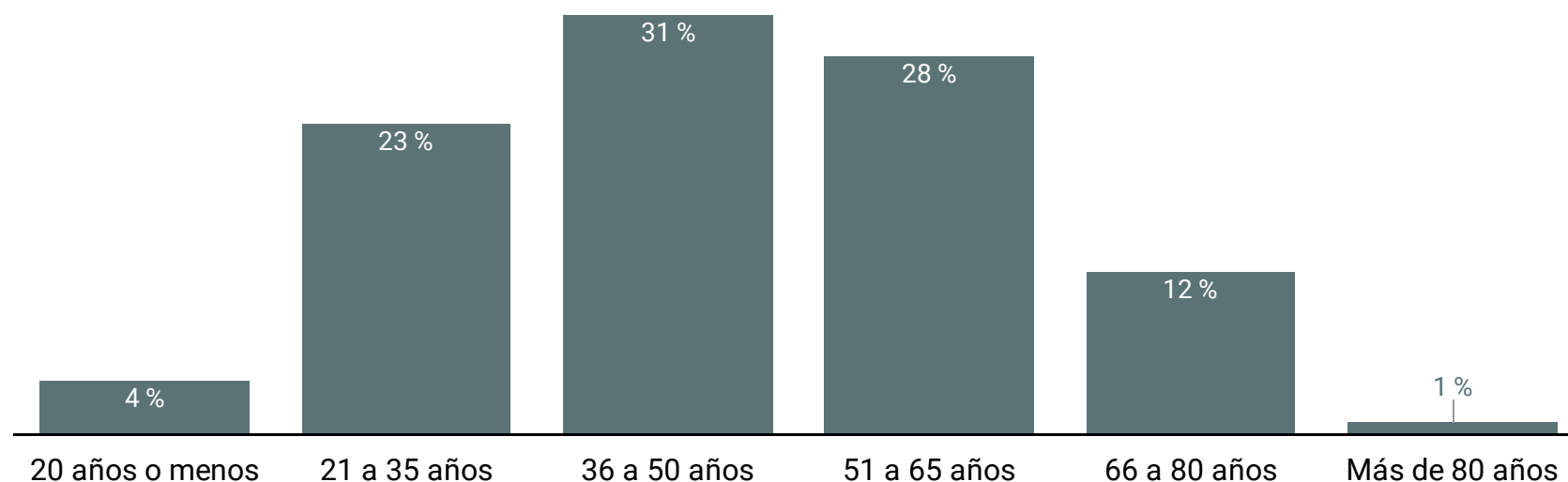
PERFIL DE LA MUESTRA

Se trabajó en base a una muestra integrada por 500 personas con al menos 18 años cumplidos.

Para el trabajo de campo se implementó una encuesta presencial, semiestructurada, con algunas preguntas abiertas, en distintos puntos de la ciudad.

n=500

Edad

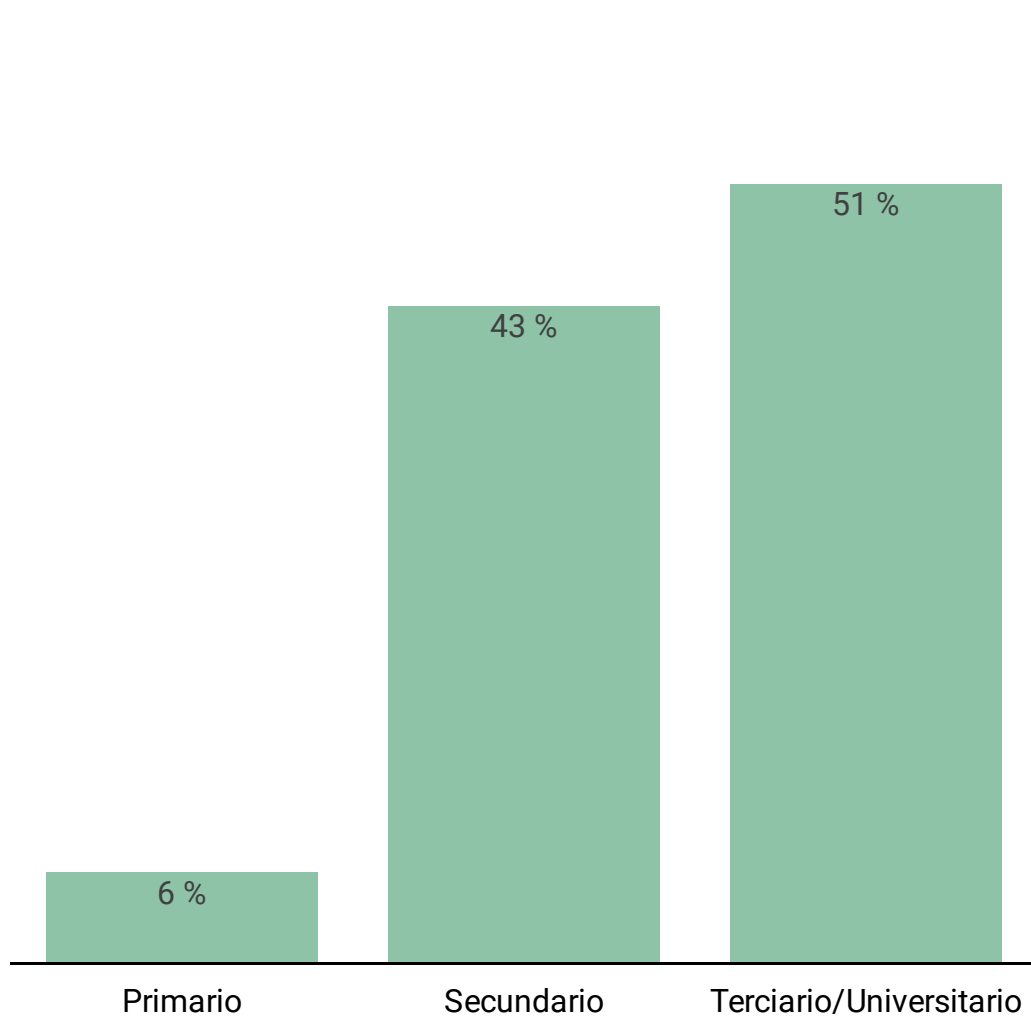


EDAD MEDIA
46

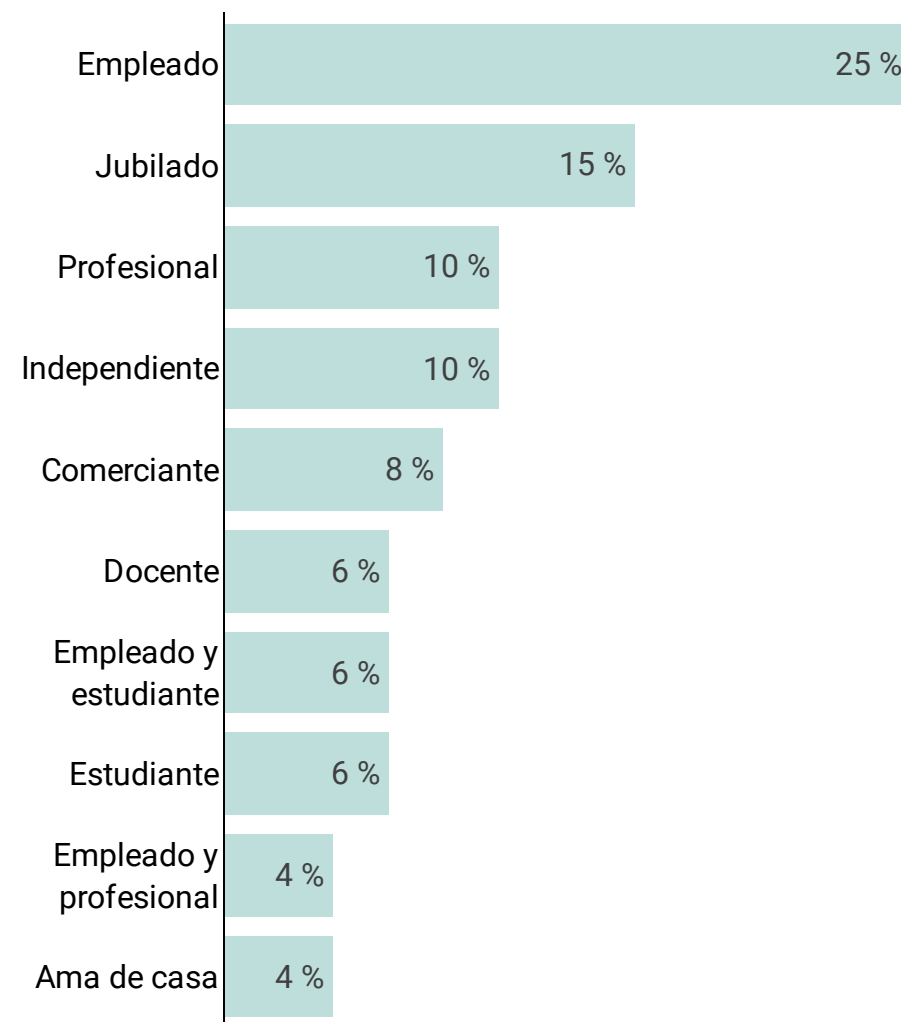
DESVÍO ESTÁNDAR
±15,8

PERFIL DE LA MUESTRA

Nivel de estudio

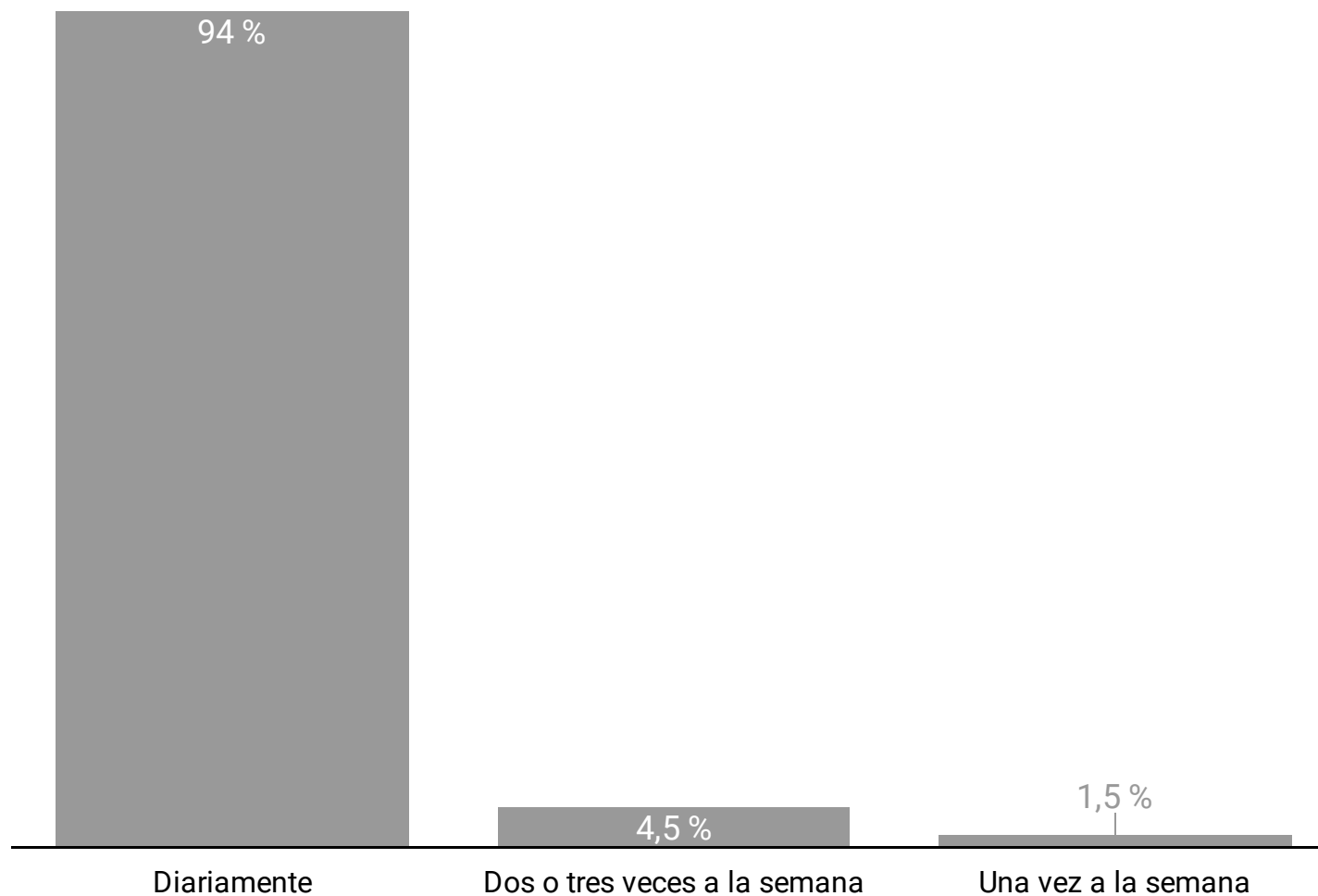


Ocupación



USO DE INTERNET FRECUENCIA DE ACCESO

¿Con qué frecuencia accede a internet? (redes sociales, noticias, banco, etc.)



El 94% de los encuestados asegura acceder a internet en forma diaria.

USO DE INTERNET POR EDAD Y NIVEL EDUCATIVO

¿Con qué frecuencia accede a internet? (redes sociales, noticias, bancos, etc.)

indicador ▲	Diariamente	Dos o tres veces a la semana	Una vez a la semana
20 años o menos	100 %		
21 a 35 años	100 %		
36 a 50 años	97 %	2 %	1 %
51 a 65 años	95 %	4 %	1 %
66 a 80 años	79 %	16 %	5 %
Más de 80 años	50 %	50 %	
Primario	79 %	14 %	7 %
Secundario	95 %	4 %	1 %
Terciario/Universitario	97 %	3 %	0,4 %

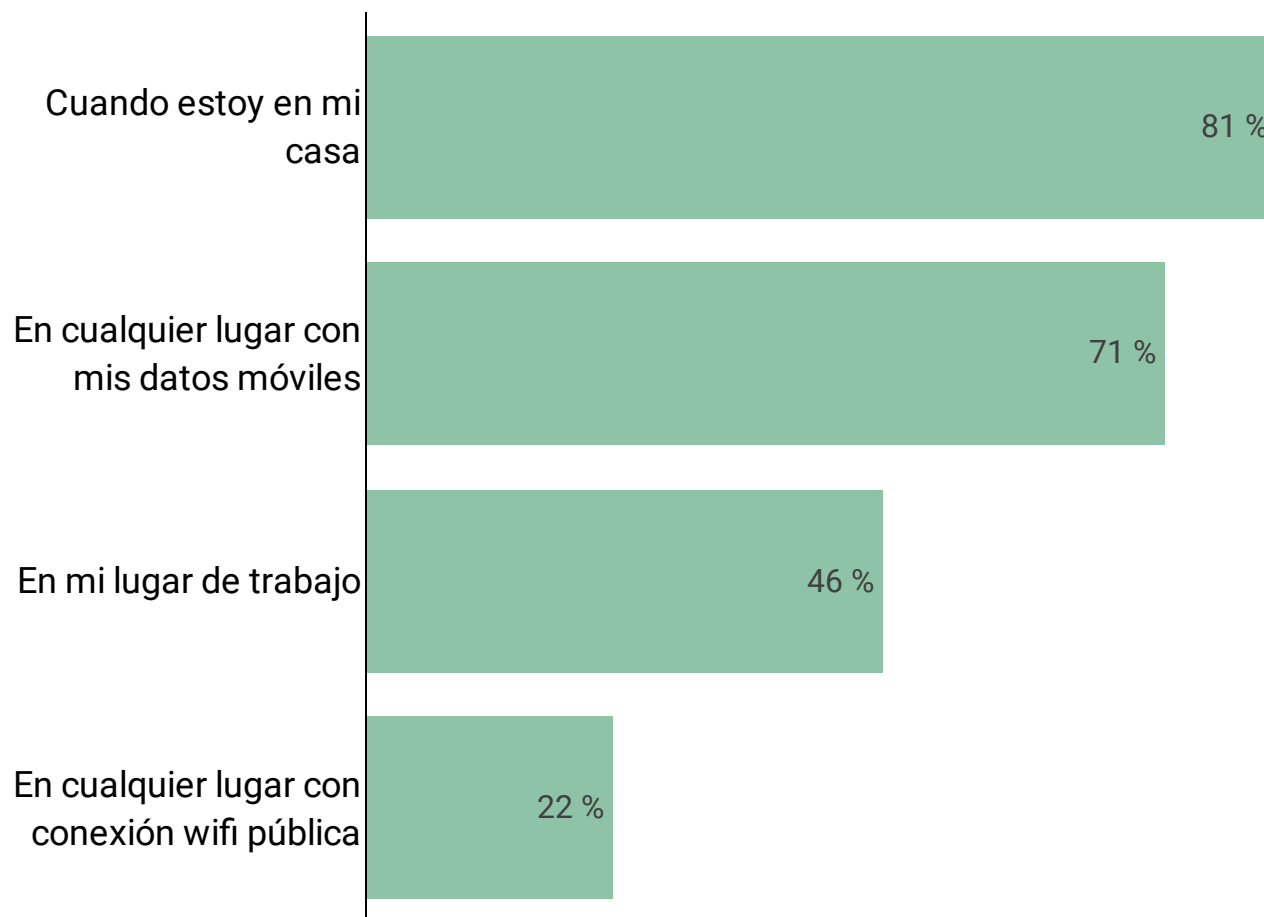
Los datos relevados muestran que el acceso diario a internet es prácticamente universal entre los grupos de menor edad: el 100 % de las personas de hasta 35 años declaró utilizar internet todos los días. A partir de los 36 años, aunque el acceso diario sigue siendo alto, se observa una leve disminución progresiva: 97 % entre 36 y 50 años, 95 % entre 51 y 65 años, y 79 % en el grupo de 66 a 80 años. Este último grupo presenta un uso más espaciado: el 16 % accede dos o tres veces por semana, y el 5 %, solo una vez semanal.

Entre las personas de más de 80 años, solo el 50 % accede diariamente a internet, mientras que la otra mitad lo hace con menor frecuencia, siendo este el grupo con menor uso intensivo de la tecnología.

En cuanto al nivel educativo, se registra una alta frecuencia de uso diario entre quienes cuentan con nivel secundario (95 %) o terciario/universitario (97 %). En contraste, las personas con nivel primario muestran un acceso significativamente menor: solo el 79 % accede a internet diariamente, mientras que el 14 % lo hace dos o tres veces por semana y un 7 % una vez por semana, reflejando una mayor brecha en el uso de herramientas digitales.

USO DE INTERNET. LUGARES

¿Dónde usa internet generalmente?



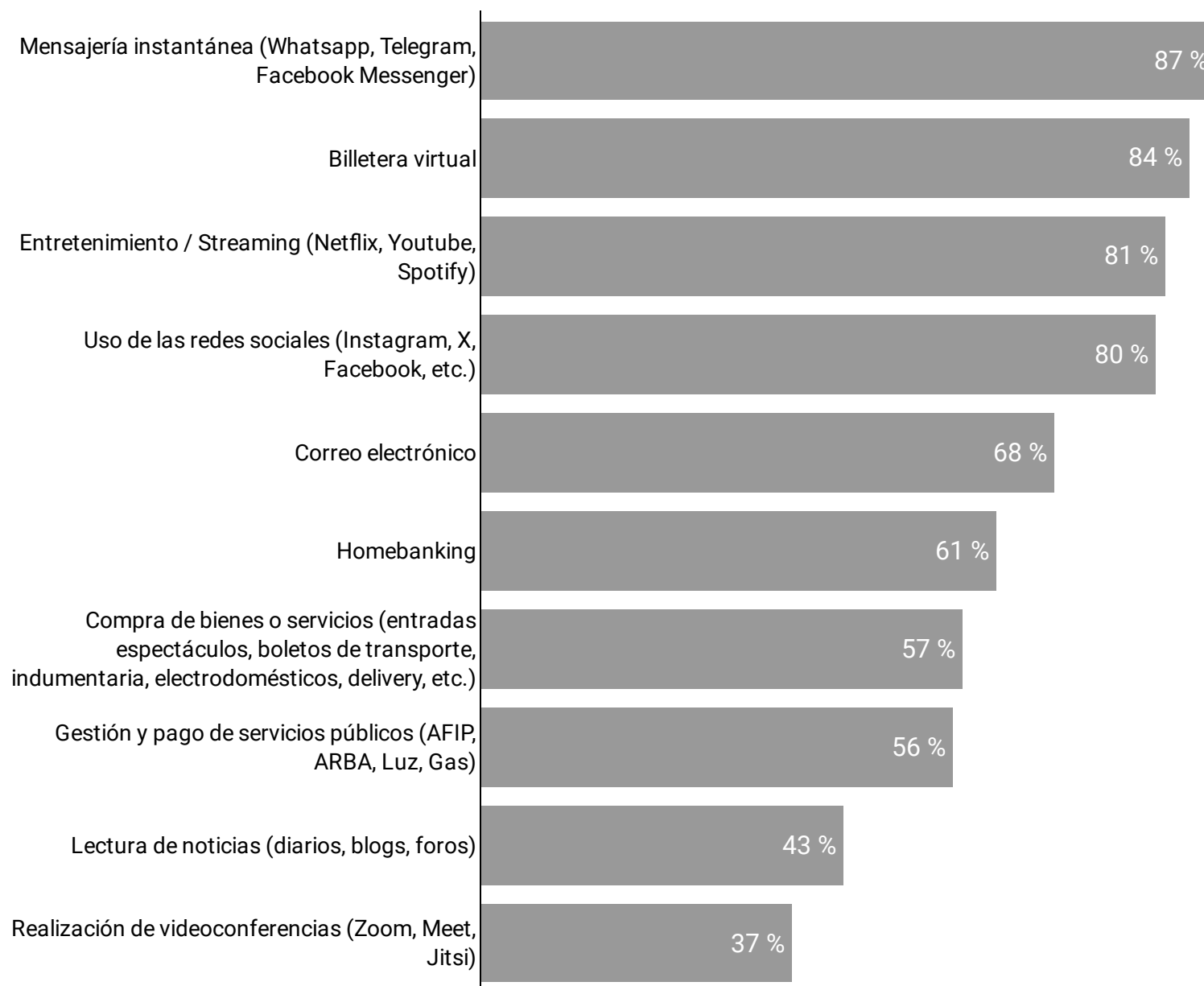
Los lugares desde donde los encuestados aseguran acceder a internet con mayor frecuencia son en sus viviendas y "en cualquier otro lugar con mis datos móviles".

La mayor mención de estas opciones permite inferir una preferencia por el uso de conexiones privadas.

En tercer y cuarto lugar se ubican el acceso a internet en el lugar de trabajo o en cualquier otro lugar donde se provea una conexión de wi-fi pública.

USO DE INTERNET. ACTIVIDADES

Indique si usted realiza algunas de las siguientes actividades en internet.



La actividad más habitual en internet es el uso de mensajería instantánea (87 %), seguida por billeteras virtuales (84 %), cuyo crecimiento refleja una mayor familiaridad y confianza de la población en los medios de pago digitales.

Luego se destacan el streaming (81 %) y las redes sociales (80 %), que siguen siendo espacios centrales de entretenimiento y comunicación. El correo electrónico (68 %), el homebanking (61 %) y las compras online (57 %) muestran un uso intermedio, mientras que las videoconferencias (37 %) y la lectura de noticias (43 %) aparecen entre las menos frecuentes.

Estos resultados expresan lo que las personas perciben como sus actividades más frecuentes en internet, lo cual puede no coincidir exactamente con sus hábitos reales.

USO DE INTERNET. ACTIVIDADES

Indique si usted realiza algunas de las siguientes actividades en internet.

indicador ▲	Homebanking	Compra de bienes o servicios (entradas espectáculos, boletos de transporte, indumentaria, electrodomésticos, delivery, etc)	Venta de bienes o servicios	Uso de las redes sociales (Instagram, X, Facebook, etc.)	Correo electrónico	Juegos en línea	Entretenimiento / Streaming (Netflix, Youtube, Spotify)
20 años o menos	11 %	53 %	11 %	95 %	63 %	58 %	100 %
21 a 35 años	49 %	74 %	32 %	92 %	81 %	27 %	97 %
36 a 50 años	77 %	70 %	39 %	88 %	74 %	25 %	83 %
51 a 65 años	67 %	51 %	22 %	72 %	64 %	23 %	73 %
66 a 80 años	50 %	15 %	3 %	56 %	47 %	6 %	63 %
Más de 80 años	33 %	17 %	0 %	50 %	17 %	17 %	33 %
Primario	27 %	10 %	17 %	67 %	10 %	20 %	60 %
Secundario	58 %	50 %	25 %	77 %	60 %	26 %	80 %
Terciario/Universitario	69 %	69 %	29 %	85 %	83 %	22 %	85 %

Se observan algunas diferencias significativas en cuanto a las actividades realizadas a través de internet en función de las características sociodemográficas de los encuestados: edad y educación.

USO DE INTERNET. ACTIVIDADES

Indique si usted realiza algunas de las siguientes actividades en internet.

indicador ▲	Lectura de noticias (diarios, blogs, foros)	Gestión y pago de servicios públicos (AFIP, ARBA, Luz, Gas)	E-Learning (Cursos en línea)	Mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, Facebook Messenger)	Realización de videoconferencias (Zoom, Meet, Jitsi)	Billetera virtual	Plataformas de tarjetas de crédito (Visahome, Masterconsultas)	Uso de billeteras de criptomonedas
20 años o menos	32 %	5 %	11 %	89 %	53 %	84 %	0 %	0 %
21 a 35 años	32 %	50 %	28 %	91 %	64 %	86 %	22 %	10 %
36 a 50 años	46 %	68 %	29 %	88 %	38 %	91 %	44 %	3 %
51 a 65 años	49 %	61 %	14 %	86 %	29 %	86 %	32 %	3 %
66 a 80 años	45 %	44 %	3 %	84 %	5 %	60 %	19 %	3 %
Más de 80 años	17 %	17 %	0 %	83 %	0 %	67 %	17 %	0 %
Primario	30 %	20 %	3 %	100 %	0 %	73 %	3 %	0 %
Secundario	35 %	51 %	10 %	84 %	25 %	81 %	21 %	4 %
Terciario/Universitario	50 %	64 %	31 %	89 %	52 %	89 %	42 %	5 %

Se observan algunas diferencias significativas en cuanto a las actividades realizadas a través de internet en función de las características sociodemográficas de los encuestados: edad y educación.

USO DE INTERNET. ACTIVIDADES

Indique si usted realiza algunas de las siguientes actividades en internet.

- 1. Homebanking.** Quienes más realizan operaciones son las personas de entre 36 y 65 años (77 %) y aquellas con educación terciaria/universitaria (69 %). La menor frecuencia se da entre los menores de 20 años, los mayores de 80 y quienes tienen nivel primario.
- 2. Compra y venta de bienes o servicios.** Las compras online son frecuentes en personas de 21 a 50 años (más del 70 %), y también entre quienes tienen estudios terciarios (69 %). En cambio, la venta de bienes o servicios es una práctica minoritaria, con cifras más altas en el grupo de 21 a 50 años (alrededor del 30 %), y con muy baja incidencia entre los mayores de 65 años y quienes tienen educación primaria.
- 3. Uso de redes sociales** El uso de redes sociales es altísimo entre los menores de 35 años (92 % a 95 %), y desciende notablemente a partir de los 66 años. También es menor entre quienes tienen nivel primario.
- 4. Correo electrónico** Esta herramienta es más utilizada por quienes tienen entre 21 y 50 años y por los individuos con educación terciaria (88 %). El uso cae entre los mayores de 65 años (47 % y 17 %) y entre quienes tienen nivel primario (18 %).
- 5. Juegos en línea** La actividad se concentra en los menores de 20 años (27 %) y jóvenes con estudios secundarios (26 %). Es prácticamente marginal entre personas de 36 a 50 años (8 %) y con estudios terciarios (8 %).
- 6. Gestión y pago de servicios públicos** Este tipo de actividad se realiza sobre todo en los grupos de 36 a 65 años (61 %), y por quienes tienen estudios terciarios (64 %). Su uso cae significativamente entre los mayores de 66 años y quienes tienen educación primaria.

USO DE INTERNET. ACTIVIDADES

Indique si usted realiza algunas de las siguientes actividades en internet.

7. E-learning Los cursos en línea son más frecuentes entre los jóvenes adultos (21 a 35 años, 28 %) y entre personas con educación terciaria (31 %). La frecuencia disminuye con la edad y con niveles educativos más bajos.

8. Billeteras virtuales El uso es generalizado, especialmente entre personas de 21 a 35 años (86 %) y con educación terciaria (89 %). Las cifras más bajas se observan en los mayores de 80 años (50 %) y quienes tienen nivel primario (50 %).

9. Videoconferencias (Zoom, Meet, Jitsi) La mayor frecuencia se da entre personas de 21 a 35 años (64 %) y con estudios terciarios (52 %). El uso disminuye entre los mayores de 51 años y en los niveles educativos más bajos.

10. Lectura de noticias (diarios, blogs, foros) Se destaca entre personas de 36 a 65 años y en quienes tienen nivel terciario (50 %). Es menos frecuente entre los menores de 20 y los mayores de 80 años (32 % y 17 %, respectivamente).

11. Mensajería instantánea Es una de las actividades más transversales: supera el 85 % en todos los grupos, aunque con mayor intensidad entre menores de 50 años. Las cifras bajan levemente en los mayores de 80 (83 %) y entre las del nivel primario (83 %).

12. Plataformas de tarjetas (VisaHome, Masterconsultas) Su uso es relativamente bajo, incluso entre los segmentos más conectados. Se observa mayor frecuencia entre personas de 36 a 65 años (42 % y 39 %) y con estudios terciarios (42 %). Es poco frecuente entre quienes tienen nivel primario (21 %).

13. Uso de billeteras de criptomonedas Es la actividad menos difundida. Solo un 10 % de los jóvenes de 21 a 35 años declara usar estas plataformas. En el resto de los grupos, los porcentajes oscilan entre el 0 % y el 5 %.

USO DE INTERNET. ACTIVIDADES

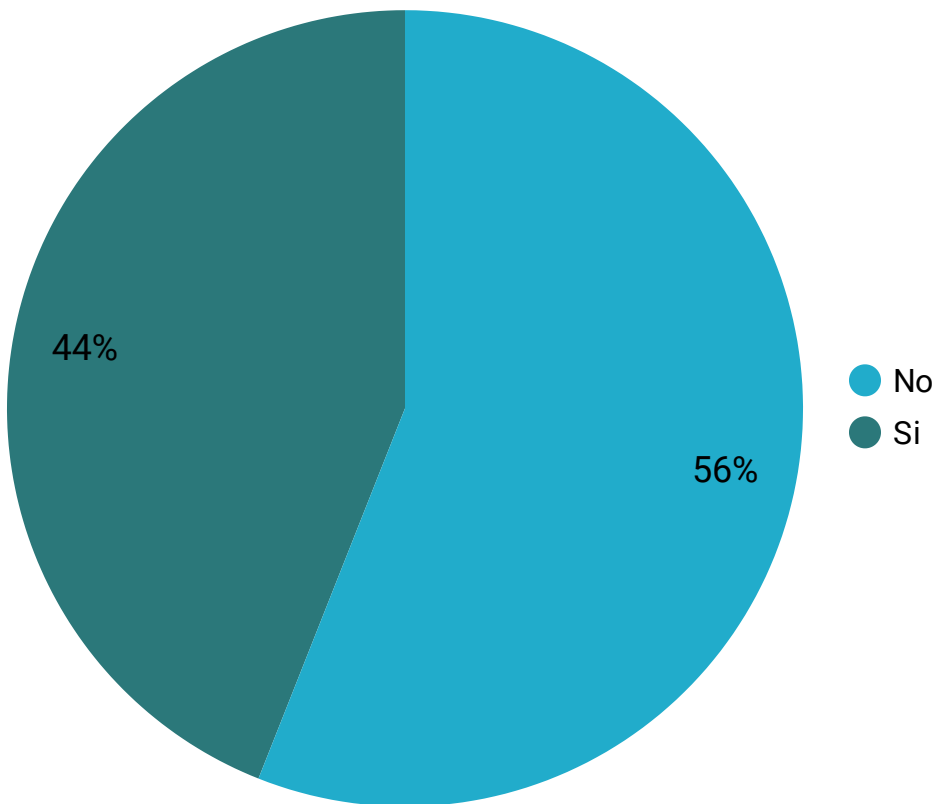
Indique si usted realiza algunas de las siguientes actividades en internet.

Actividades	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Homebanking	66 %	49,7 %	55 %	61 %
Compra de bienes o servicios (entradas espectáculos, boletos de transporte, indumentaria, electrodomésticos, delivery, etc)	68 %	53,9 %	59 %	57 %
Venta de bienes o servicios	26 %	20,6 %	20 %	26 %
Uso de las redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook, etc.)	84 %	85,7 %	81 %	80 %
Correo electrónico	76 %	72,8 %	78 %	68 %
Juegos en línea	20 %	25,4 %	27 %	24 %
Entretenimiento / Streaming (Netflix, Youtube, Spotify)	87 %	75,9 %	80 %	81 %
Lectura de noticias (diarios, blogs, foros	52 %	38,3 %	46 %	43 %
Gestión y pago de servicios públicos (AFIP, ARBA, Luz, Gas)	44 %	34,1 %	39 %	56 %
E-Learning (Cursos en línea)	25 %	16,8 %	17 %	20 %
Mensajería instantánea (Watshapp, Telegram, Facebook)	94 %	92,1 %	90 %	87 %
Realización de videoconferencias (Zoom, Meet, Jitsi)	57 %	43,5 %	40 %	37 %
Plataformas de pago (Mercado Pago, PagoMisCuentas, etc.)	49 %	44,9 %	79 %	84 %
Plataformas de tarjetas de crédito (Visahome, Masterconsultas)	17 %	24,7 %	27 %	31 %
Uso de billeteras de criptomonedas		7,5 %	7 %	4 %

Durante el período analizado, se observa una combinación de tendencias estables, transformaciones graduales y algunos cambios más marcados en determinadas actividades. El uso de internet se mantiene elevado, pero los datos permiten distinguir cuáles son las prácticas que se consolidan, cuáles se estancan y cuáles retroceden.

USO DE INTERNET. PREOCUPACIÓN

¿Le genera algún tipo de preocupación realizar compras, ventas u operaciones bancarias a través de internet?



En 2024/25, el 44 % de las personas encuestadas expresó preocupación al realizar compras, ventas u operaciones bancarias por internet, mientras que el 56 % no manifestó temor.

Esto confirma una tendencia descendente sostenida desde 2021.

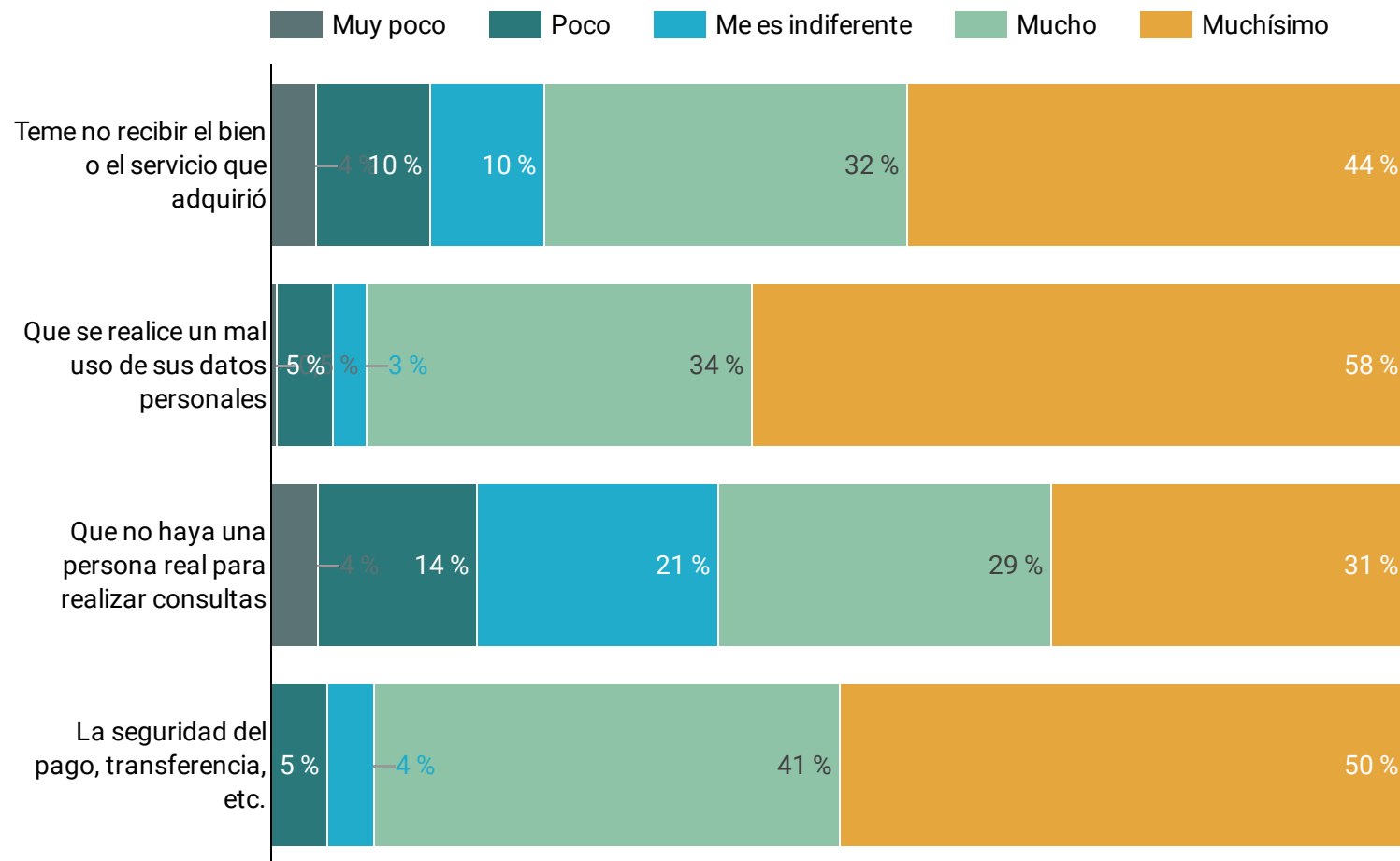
La preocupación es mucho menor entre los jóvenes (0 % en menores de 20 años y 22 % en el grupo de 21 a 35 años), y aumenta con la edad, alcanzando 86 % entre mayores de 80 años. Esta brecha etaria revela que la confianza en el entorno digital sigue siendo un desafío, especialmente en los grupos de mayor edad.

Respuesta ^	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
NO	31 %	37,3 %	42 %	56 %
SI	69 %	62,7 %	58 %	44 %

Edad ^	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
20 años o menos	56 %	54,5 %	47 %	11 %
21-35 años	56 %	61,3 %	49 %	22 %
36-50 años	69 %	72,2 %	63 %	39 %
51-65 años	76 %	58,6 %	80 %	61 %
66-80 años	81 %	60 %	66 %	68 %
más de 80 años	77 %	54,5 %	80 %	100 %

TRANSACCIONES POR INTERNET. PREOCUPACIÓN

¿Cuánto le preocupan las siguientes situaciones al realizar compras, ventas u operaciones bancarias a través de internet?



Las situaciones que generan mayor preocupación entre los encuestados al realizar compras u operaciones bancarias a través de internet son:

1- Que se realice un mal uso de los datos personales suministrados.

2- La seguridad en el pago, la transferencia, etc.

USO DE INTERNET. PREOCUPACIÓN

¿Le genera algún tipo de preocupación realizar compras, ventas u operaciones bancarias a través de Internet?

indicador ▲	NO	SI
20 años o menos	89 %	11 %
21 a 35 años	78 %	22 %
36 a 50 años	61 %	39 %
51 a 65 años	39 %	61 %
66 a 80 años	32 %	68 %
Más de 80 años	0 %	100 %
Primario	37 %	63 %
Secundario	59 %	41 %
Terciario/Universitario	56 %	44 %

A la izquierda se aprecia que la preocupación por realizar compras, ventas u operaciones bancarias por internet se concentra en las personas de entre 51 y 65 años, y se mantiene elevada entre los mayores de 66 años. En cambio, los menores de 35 años muestran niveles de preocupación considerablemente más bajos, lo que confirma la relación inversa entre edad y percepción de riesgo digital.

En la tabla inferior se presenta el grado medio de preocupación, evaluado a partir de los principales motivos mencionados por quienes manifestaron temor ante este tipo de operaciones. En 2024/25, el temor más frecuente sigue siendo el uso indebido de datos personales (86,3 %), seguido por la inseguridad en el pago o transferencia (84 %). También preocupa la falta de una persona real para realizar consultas (67,4 %) y, en menor medida, el riesgo de no recibir el bien o servicio adquirido (75,3 %).

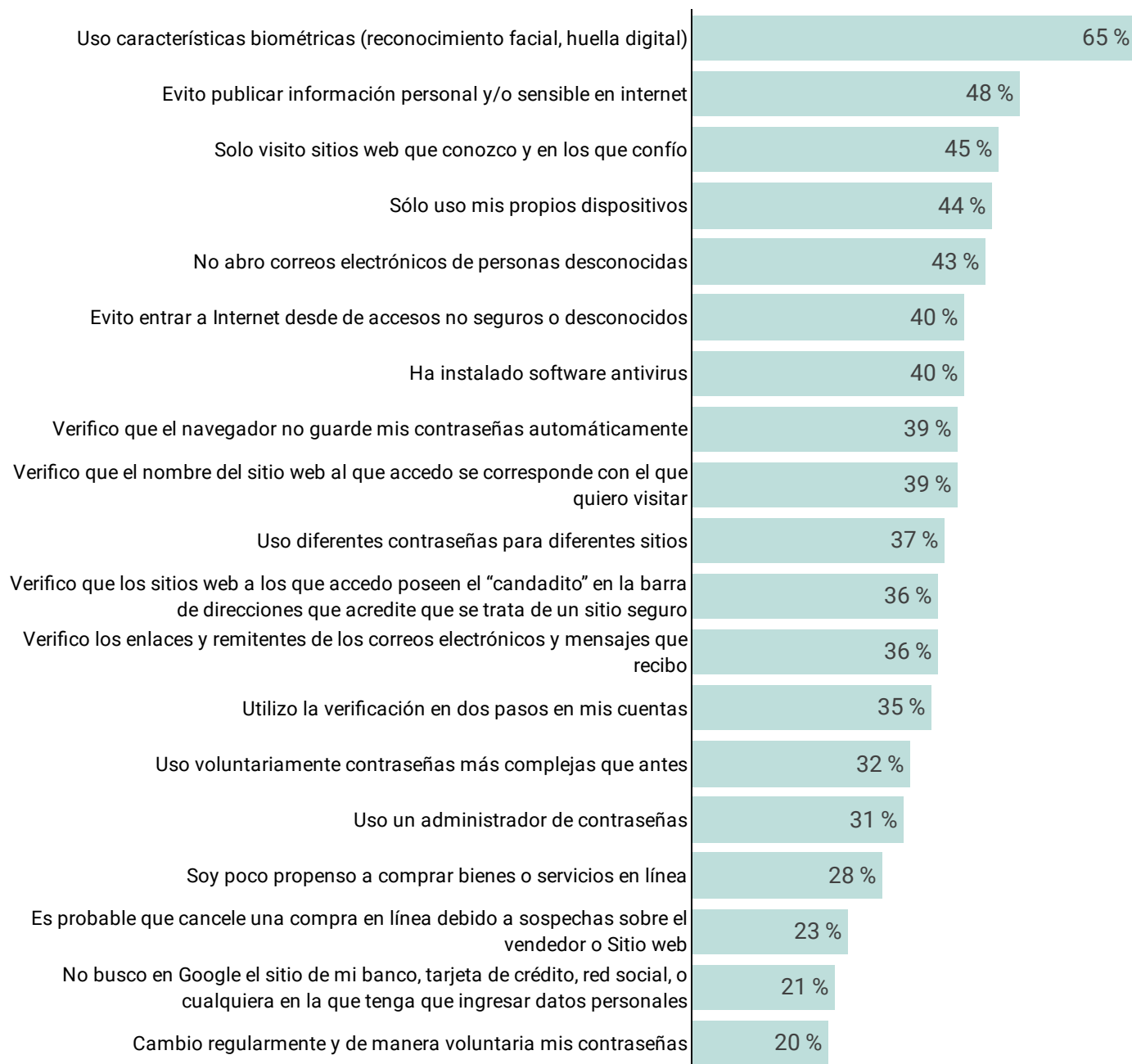
Si bien los niveles de preocupación general continúan en descenso, la naturaleza de los temores se mantiene estable en el tiempo, con eje en la seguridad de los datos y las transacciones. Esto refuerza la importancia de avanzar en políticas de ciberseguridad, educación digital y atención al usuario en entornos virtuales.

Edición ▲	Que se realice un mal uso de sus datos personales	La seguridad del pago, transferencia, etc.	Que no haya una persona real para realizar consultas	Teme no recibir el bien o el servicio que adquirió
Informe 2021/22	84,8 %	84 %	62 %	77,6 %
Informe 2022/23	82,1 %	81 %	64,9 %	78,9 %
Informe 2023/24	82,26 %	81,29 %	67,58 %	81,69 %
Informe 2024/25	86,31 %	84,05 %	67,42 %	75,34 %

*El grado medio de preocupación indica qué situación es más preocupante al realizar compras u operaciones bancarias a través de Internet. No es un indicador que refiere a qué porcentaje de los encuestados le preocupa tal situación.

TRANSACCIONES POR INTERNET. MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Indique si implementa algunas de las siguientes medidas por temor a ver vulnerada su seguridad en internet



La estrategia mencionada con mayor frecuencia como medida para evitar una vulneración de la seguridad consiste en el uso de características biométricas.

Entre las más mencionadas también se destacan evitar publicar información personal y/o sensible en la web, visitar sitios conocidos y de confianza y el uso de dispositivos propios únicamente.

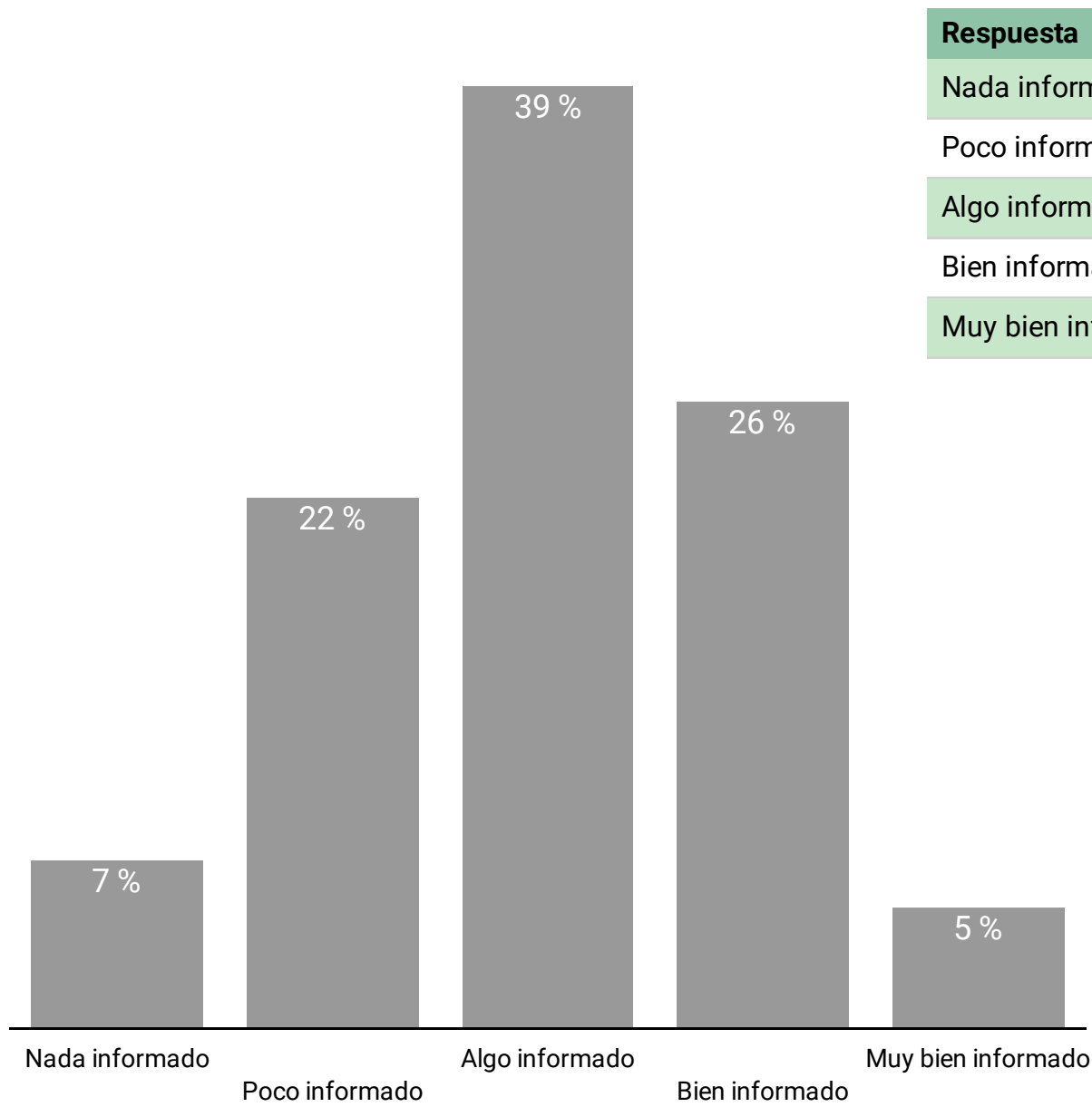
TRANSACCIONES POR INTERNET. MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Indique si implementa algunas de las siguientes medidas por temor a ver vulnerada su seguridad en internet

Medidas	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Soy poco propenso a comprar bienes o servicios en línea	29 %	29,7 %	28 %	28 %
Soy poco propenso a utilizar el Homebanking	17,7 %	19,3 %	19 %	19 %
Evito publicar información personal y/o sensible en internet	60 %	55,1 %	47 %	48 %
Utilizo la verificación en dos pasos en mis cuentas	33,6 %	32,2 %	37 %	35 %
Solo visito sitios web que conozco y en los que confío	39,6 %	37,2 %	36 %	45 %
Uso diferentes contraseñas para diferentes sitios	42,7 %	33,9 %	37 %	37 %
No abro correos electrónicos de personas desconocidas	41,7 %	36 %	39 %	43 %
Sólo uso mis propios dispositivos	47,7 %	47,2 %	43 %	44 %
He instalado software antivirus	40,2 %	38 %	31 %	40 %
Es probable que cancele una compra en línea debido a sospechas sobre el vendedor o Sitio web	26,4 %	27 %	30 %	23 %
Cambio regularmente y de manera voluntaria mis contraseñas	12,3 %	12,3 %	12 %	20 %
Uso voluntariamente contraseñas más complejas que antes	28,2 %	17,9 %	20 %	32 %
Uso un administrador de contraseñas	11,1 %	19,8 %	20 %	31 %
Uso características biométricas (reconocimiento facial, huella digital)	38,4 %	48,6 %	54 %	65 %
Evito entrar a Internet desde de accesos no seguros o desconocidos	36,2 %	35,6 %	37 %	40 %
Verifico que el navegador no guarde mis contraseñas automáticamente	37,6 %	34,5 %	35 %	39 %
Verifico que los sitios web a los que accedo poseen el "candadito" en la barra de direcciones que acredite que se trata d...	23,7 %	24,7 %	22 %	36 %
Verifico que el nombre del sitio web al que accedo se corresponde con el que quiero visitar	27,6 %	28,1 %	35 %	39 %
No busco en Google el sitio de mi banco, tarjeta de crédito, red social, o cualquiera en la que tenga que ingresar datos p...			20 %	21 %
Verifico los enlaces y remitentes de los correos electrónicos y mensajes que recibo			38 %	36 %
Ninguno	4 %	6 %	7 %	3 %

CIBERCRIMEN. INFORMACIÓN

¿Cuán bien informado considera que usted está acerca de los riesgos del cibercrimen?



Respuesta	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Nada informado	8,7 %	13 %	7 %	7 %
Poco informado	26,8 %	22,8 %	23 %	22 %
Algo informado	38 %	34,8 %	35 %	39 %
Bien informado	20,1 %	23,8 %	26 %	26 %
Muy bien informado	6,4 %	5,6 %	9 %	5 %

El 31% de los encuestados considera estar bien o muy bien informado acerca de los riesgos del cibercrimen.

El 69% reconoce estar informado de manera deficiente, ya sea porque asume estar algo informado (39%), poco informado (22%) o nada informado (7%).

CIBERCRIMEN. INFORMACIÓN

¿Cuán bien informado considera que usted está acerca de los riesgos del cibercrimen?

indicador ▲	Nada informado	Poco informado	Algo informado	Bien informado	Muy bien informado
20 años o menos	16 %	32 %	26 %	21 %	5 %
21 a 35 años	3 %	28 %	37 %	29 %	4 %
36 a 50 años	5 %	17 %	39 %	32 %	8 %
51 a 65 años	6 %	17 %	48 %	24 %	4 %
66 a 80 años	16 %	35 %	31 %	15 %	3 %
Más de 80 años	67 %	0 %	33 %	0 %	0 %
Primario	33 %	23 %	37 %	3 %	3 %
Secundario	7 %	27 %	41 %	22 %	3 %
Terciario/Universitario	4 %	17 %	39 %	33 %	7 %

La mayoría de las personas encuestadas se considera medianamente informada sobre los riesgos del cibercrimen, aunque se observan importantes diferencias según edad y nivel educativo.

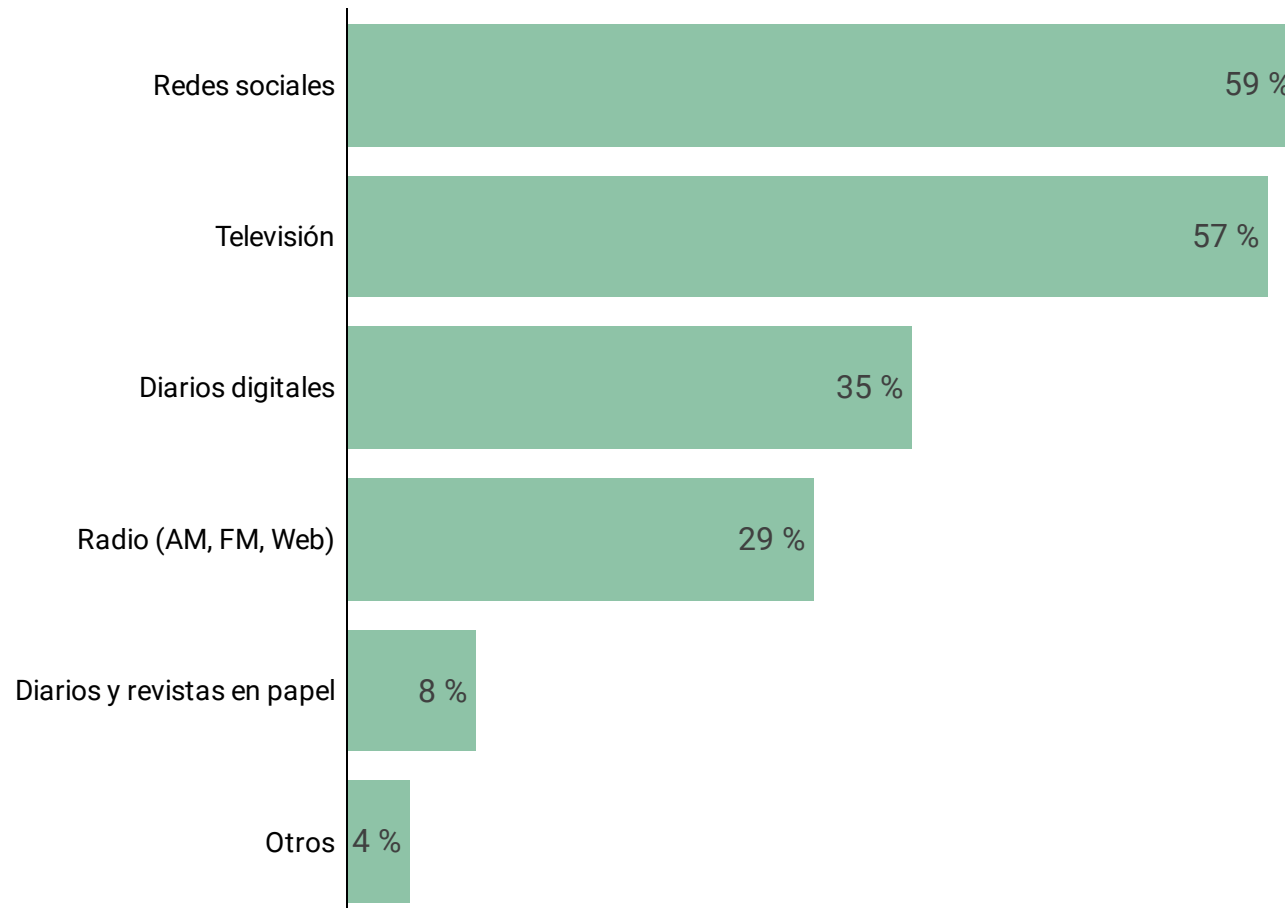
Quienes tienen estudios terciarios o universitarios se perciben como mejor informados, mientras que los niveles más bajos de información se concentran en personas con nivel primario y en los mayores de 80 años, donde el 67 % se declara “nada informado”.

Además, se destaca que los jóvenes de hasta 35 años tienden a considerarse bien o algo informados, aunque también presentan márgenes de autoevaluación baja, lo que sugiere la necesidad de reforzar las estrategias de prevención y concientización en todos los grupos, con especial foco en los sectores más vulnerables, como las personas adultas mayores, con baja instrucción educativa o poco familiarizadas con el uso de las tecnologías.

En definitiva, quienes se perciben mejor informados sobre los riesgos del cibercrimen son en su mayoría personas de entre 21 y 50 años con estudios terciarios o universitarios, mientras que los menos informados tienden a ser adultos mayores —especialmente mayores de 80 años— y personas con nivel educativo primario.

CIBERCRIMEN. INFORMACIÓN

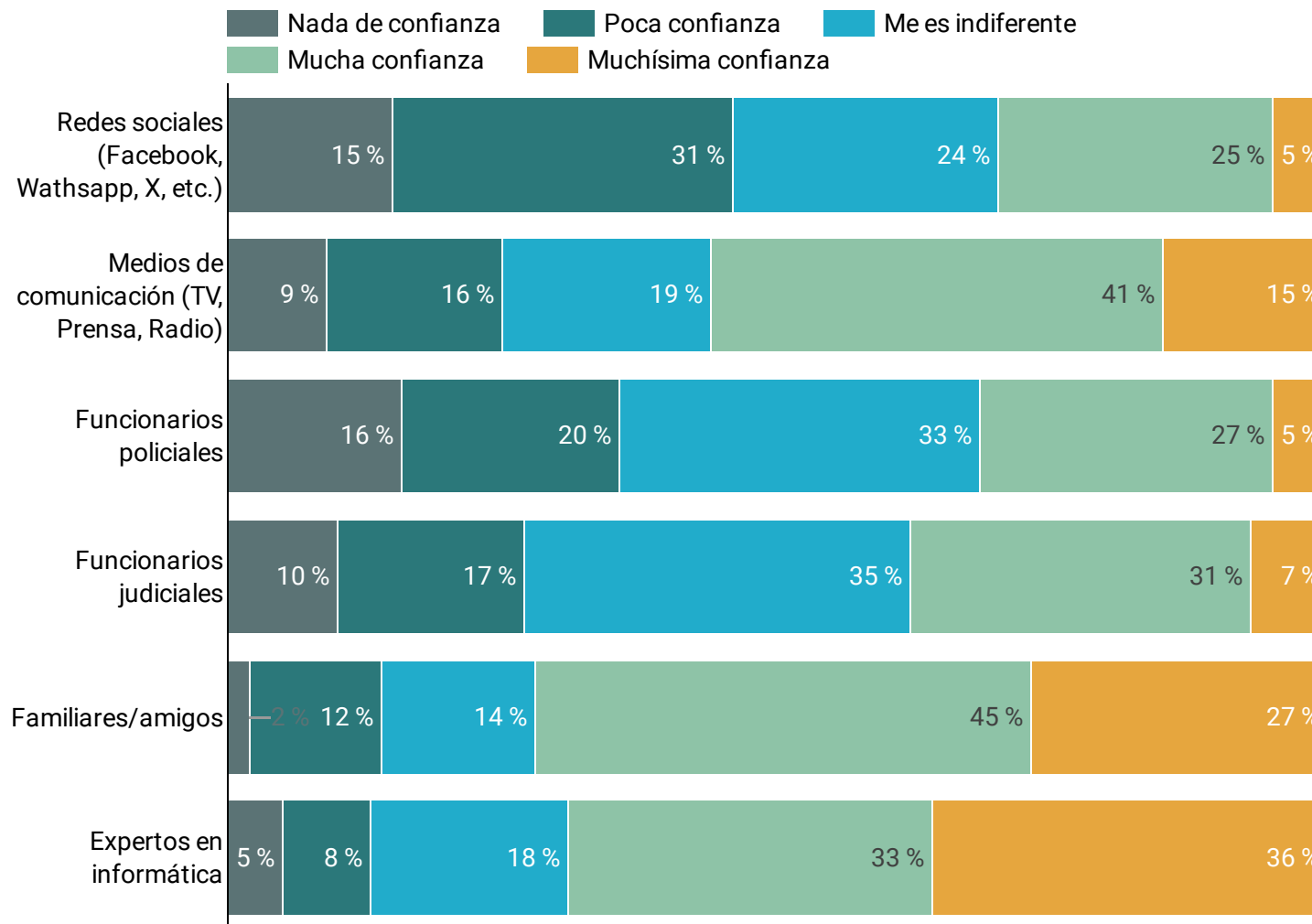
¿Qué medios utiliza principalmente para informarse sobre noticias de actualidad?



Los tres medios utilizados con mayor frecuencia para informarse sobre asuntos de actualidad son: Redes Sociales, la televisión y diarios digitales.

CIBERCRIMEN. INFORMACIÓN

¿Qué nivel de confianza les asigna a las siguientes fuentes de información en relación a la seguridad en internet?

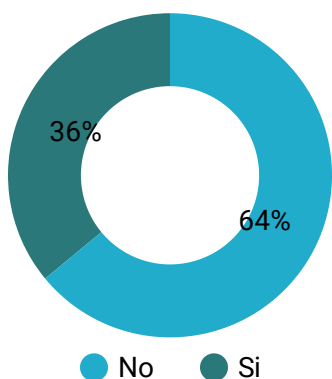


Las fuentes a las que se les asigna mayor confianza para informarse sobre seguridad en internet son familiares y/o amigos y expertos en informática.

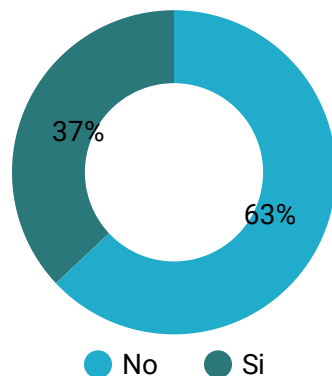
Las fuentes a las que se les asigna menor confianza son las redes sociales y los funcionarios policiales y judiciales.

CIBERCRIMEN. INTERACCIÓN CON AMENAZAS

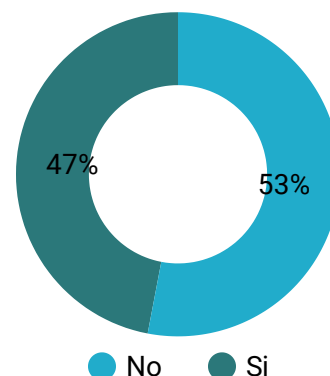
¿Ha recibido correos electrónicos, mensajes de texto o mensajería instantánea diciéndole que le habían bloqueado su cuenta y debía hacer clic en un link adjunto para volver a activarla?



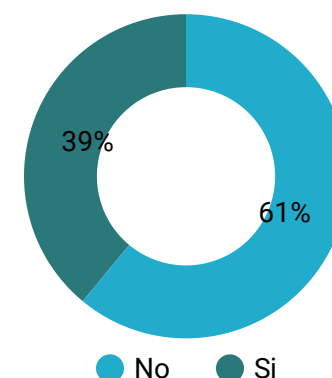
¿Ha recibido llamados telefónicos solicitándole datos personales (números de tarjetas de crédito, claves de seguridad, tokens, documentos, etc.)?



¿Ha recibido mensajes de texto o mensajería instantánea diciéndole que había ganado un premio o cierta empresa estaba lanzado alguna oferta o beneficio?



¿Ha recibido un mensaje o leído un posteo de algún contacto suyo, solicitándole dinero prestado o vendiendo dólares?



Considerando las estrategias que pueden dar origen a un fraude a través de internet, los encuestados fueron consultados sobre si experimentaron algunas situaciones de manera reciente. En ese sentido se observa que:

El 36% recibió correos o mensajes diciéndole que habían bloqueado su cuenta y que debía hacer clic en un link para volver a activarla.

El 37% recibió llamados telefónicos solicitándole datos personales.

El 47% recibió mensajes diciéndole que había ganado un premio o sobre el lanzamiento de una oferta o beneficio.

El 39% recibió la solicitud de dinero prestado o de venta de dólares.

CIBERCRIMEN. INTERACCIÓN CON AMENAZAS

indicadores ^	¿Ha recibido correos electrónicos, mensajes de texto o mensajería instantánea diciéndole que le habían bloqueado su cuenta y debía hacer clic en un link adjunto para volver a activarla?	¿Ha recibido llamados telefónicos solicitándole datos personales (números de tarjetas de crédito, claves de seguridad, tokens, documentos, etc.)?	¿Ha recibido mensajes de texto o mensajería instantánea diciéndole que había ganado un premio o cierta empresa estaba lanzado alguna oferta o beneficio?	¿Ha recibido un mensaje o leído un posteo de algún contacto suyo, solicitándole dinero prestado o vendiendo dólares?
20 años o menos	17 %	6 %	33 %	44 %
21 a 35 años	25 %	22 %	30 %	24 %
36 a 50 años	25 %	21 %	30 %	24 %
51 a 65 años	21 %	25 %	29 %	24 %
66 a 80 años	19 %	28 %	27 %	25 %
Más de 80 años	20 %	33 %	27 %	20 %
Primario	17 %	32 %	34 %	17 %
Secundario	21 %	24 %	30 %	25 %
Terciario/Universitario	25 %	22 %	28 %	25 %

Haber recibido correos o mensajes informando sobre el bloqueo de una cuenta y solicitando hacer clic en un enlace se registró con mayor frecuencia entre personas de 21 a 35 años y quienes tienen nivel educativo terciario o universitario.

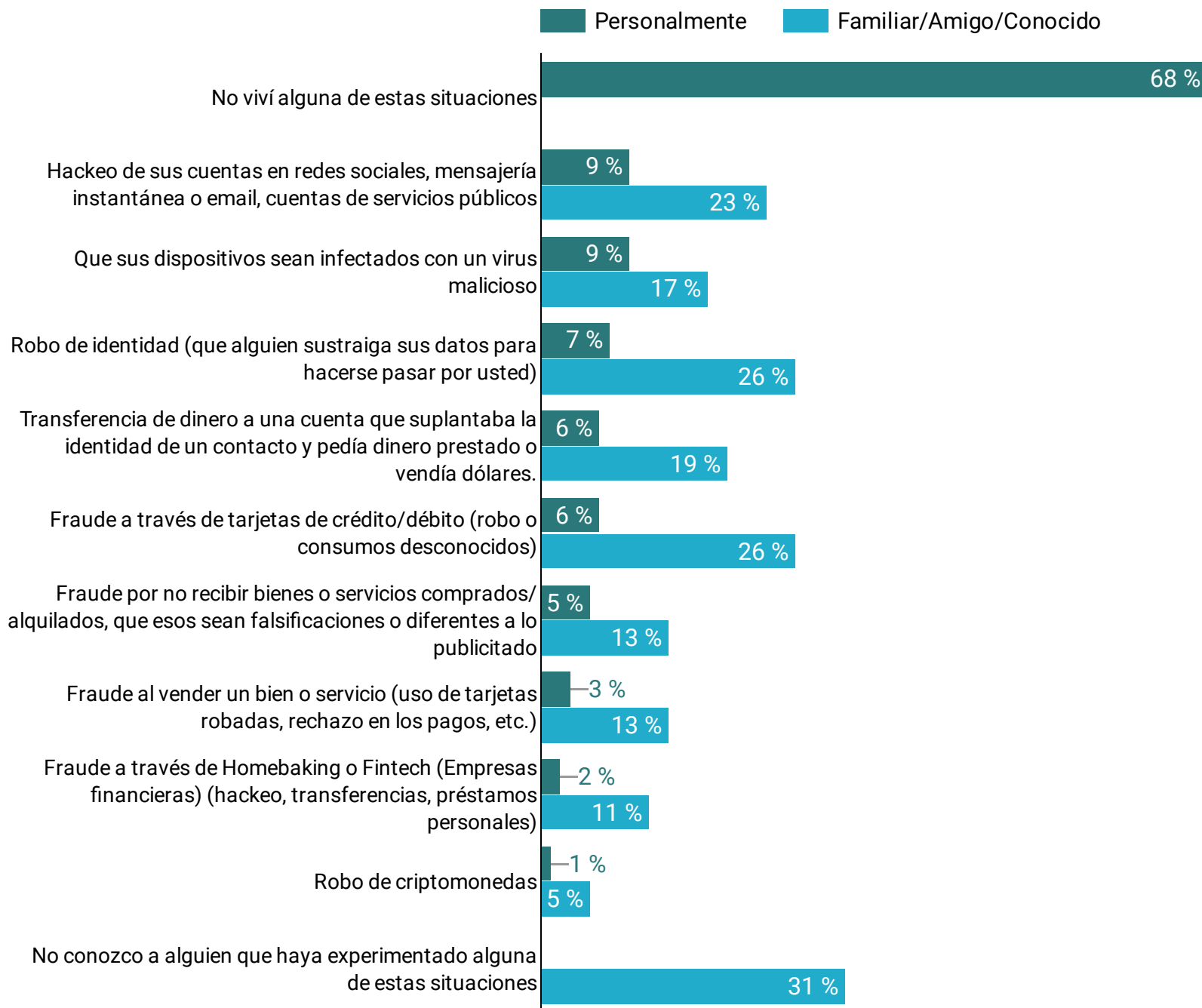
Las llamadas telefónicas solicitando datos personales sensibles fueron más frecuentes entre las personas de más de 80 años, lo que refuerza su vulnerabilidad frente a este tipo de engaños.

Los mensajes que ofrecían premios u ofertas comerciales afectaron principalmente a personas de 51 a 65 años y a quienes poseen nivel terciario/universitario, lo que sugiere una exposición amplia incluso entre usuarios experimentados.

Por último, la recepción de mensajes o posteos solicitando dinero en nombre de un contacto conocido fue más común en el grupo de 21 a 35 años y entre quienes tienen mayor nivel educativo, posiblemente debido a su mayor actividad en redes y apps de mensajería.

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

¿En el último año, usted, algún familiar, amigo o conocido ha vivido alguna de las siguientes situaciones?



El 32% aseguró haber sufrido en el último año algunas de las modalidades de ciberdelito consideradas.

Al mismo tiempo, el 69% de los individuos indicó que algún amigo o conocido también experimentó alguna situación de este tipo durante el mismo período.

Las tres modalidades más mencionadas fueron:

Fraude a través de tarjetas de crédito/débito.

Hackeo de cuentas personales

Robo de identidad

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

¿En el último año, usted, algún familiar, amigo o conocido ha vivido alguna de las siguientes situaciones?

PERSONALMENTE	2022/23	2023/24	2024/25
Que sus dispositivos sean infectados con un virus malicioso	4 %	13 %	9 %
Robo de identidad (que alguien sustraiga sus datos para hacerse pasar por usted)	2,9 %	4 %	7 %
Hackeo de sus cuentas en redes sociales, mensajería instantánea o email, cuentas de servicios públicos	6,4 %	6 %	9 %
Transferencia de dinero a una cuenta que suplantaba la identidad de un contacto y pedía dinero prestado o vendía dólares.		4 %	6 %
Fraude a través de tarjetas de crédito/débito (robo o consumos desconocidos)	4,4 %	11 %	6 %
Fraude a través de Homebaking o Fintech (Empresas financieras) (hackeo, transferencias, préstamos personales)	2,9 %	4 %	2 %
Robo de criptomonedas		0,4 %	1 %
Fraude por no recibir bienes o servicios comprados/alquilados, que esos sean falsificaciones o diferentes a lo publicitado	5 %	7 %	5 %
Fraude al vender un bien o servicio (uso de tarjetas robadas, rechazo en los pagos, etc.)	2,5 %	6 %	3 %
No viví alguna de estas situaciones	80 %	66 %	68 %

En esta edición, el 32 % de los encuestados declaró haber vivido una situación vinculada a ciberdelitos, porcentaje similar al del año anterior (34 %) y claramente superior al 20 % registrado en 2022/23. Esto confirma que el nivel de exposición al ciberdelito se mantiene alto y sostenido en la población.

Entre las situaciones más reportadas este año se destacan el robo de identidad y el hackeo de cuentas personales, ambas con un crecimiento sostenido respecto a ediciones anteriores. También se mantienen relevantes las transferencias de dinero a cuentas fraudulentas, mientras que algunas amenazas, como el fraude con tarjetas o la infección con virus, registran un leve descenso. Estas variaciones reflejan un entorno de riesgo persistente, en el que las formas de ataque evolucionan, pero la exposición de los usuarios sigue siendo elevada.

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

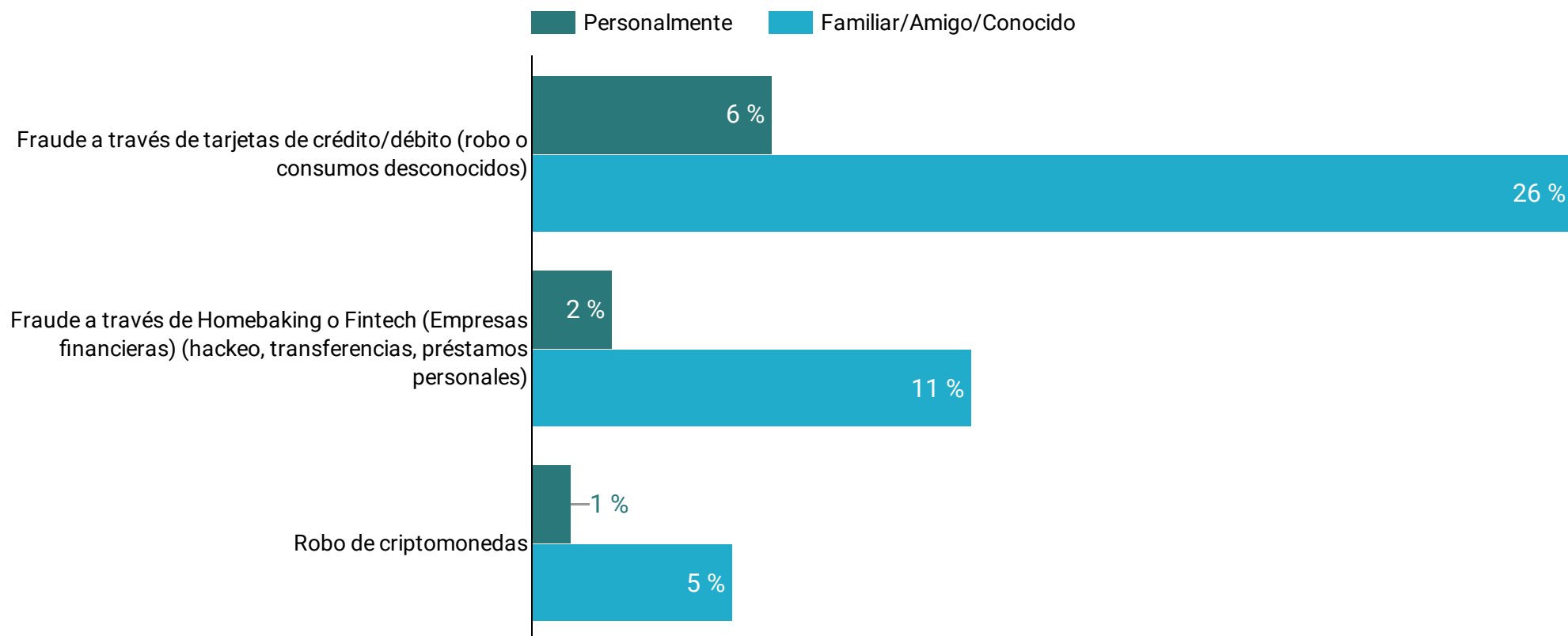
Porcentaje de personas que dijeron haber sufrido alguno de los siguientes delitos, según su nivel de información.

Modalidad	Nada o poco informado	Algo informado	Bien o muy bien informado
Hackeo de mis cuentas en redes sociales, mensajería instantánea o email, cuentas de servicios públicos	19 %	44 %	37 %
Fraude a través de tarjetas de crédito/débito (robo o consumos desconocidos)	17 %	52 %	31 %
Fraude a través de Homebaking o Fintech (Empresas financieras) (hackeo, transferencias, préstamos personales)	22 %	56 %	22 %
Fraude por no recibir bienes o servicios comprados/alquilados, que esos sean falsificaciones o diferentes a lo publicitado	14 %	44 %	41 %
Fraude al vender un bien o servicio (uso de tarjetas robadas, rechazo en los pagos, etc.)	18 %	41 %	41 %
No viví alguna de estas situaciones	37 %	37 %	27 %

Los datos muestran que haber sufrido un ciberdelito no siempre se relaciona con un mayor nivel de información. En modalidades como el fraude bancario o el hackeo de cuentas, muchas víctimas se consideran solo medianamente o poco informadas. Sin embargo, en casos como el fraude al vender o comprar bienes, una proporción importante se percibía bien informada al momento del incidente. En síntesis, el nivel de información no elimina el riesgo, lo que refuerza la necesidad de campañas de prevención continuas, incluso entre usuarios que ya se consideran capacitados.

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

¿En el último año, usted, algún familiar, amigo o conocido ha vivido alguna de las siguientes situaciones?



CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

Antes de haberse dado cuenta de que le sucedió ¿recuerda que haya vivido alguna de estas situaciones?

Los encuestados que reconocen haber sido víctimas de **fraude a través de tarjetas de crédito/débito** recordaron que antes de haber detectado lo ocurrido vivieron las siguientes situaciones:

Respuesta	Fraude a través de tarjetas de crédito/débito (robo o consumos desconocidos) ▾
Ingresé a una tienda online, realicé una compra y luego vi consumos desconocidos en mi tarjeta de crédito/débito	38 %
Recibí una llamada telefónica de una persona diciendo que era de un banco, entidad pública, etc. en la cual me pedían datos personales como número de tarjeta de crédito/débito, me hizo ir a un cajero automático para brindarle un número o código de seguridad	28 %
Accedí a un correo electrónico donde me informaban que mi cuenta de la tarjeta o banco estaba suspendida y debía acceder a un enlace en dicho correo	17 %
Me hicieron instalar una aplicación en el celular con la que luego ingresaron remotamente a mi dispositivo	14 %
Me comuniqué con la cuenta o perfil de una empresa o institución en una red social	10 %
Descargué un documento adjunto que recibí por correo	10 %
Me hackearon mi cuenta de correo y a través de eso accedieron y/o restablecieron mis cuentas bancarias y/o de servicios públicos y/o billeteras de criptomonedas	7 %
Busqué en Google o similar el sitio web de esa empresa o institución	3 %
No recuerda/No contesta	0 %
Perdí o me robaron el celular y accedieron a mi cuenta	0 %

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

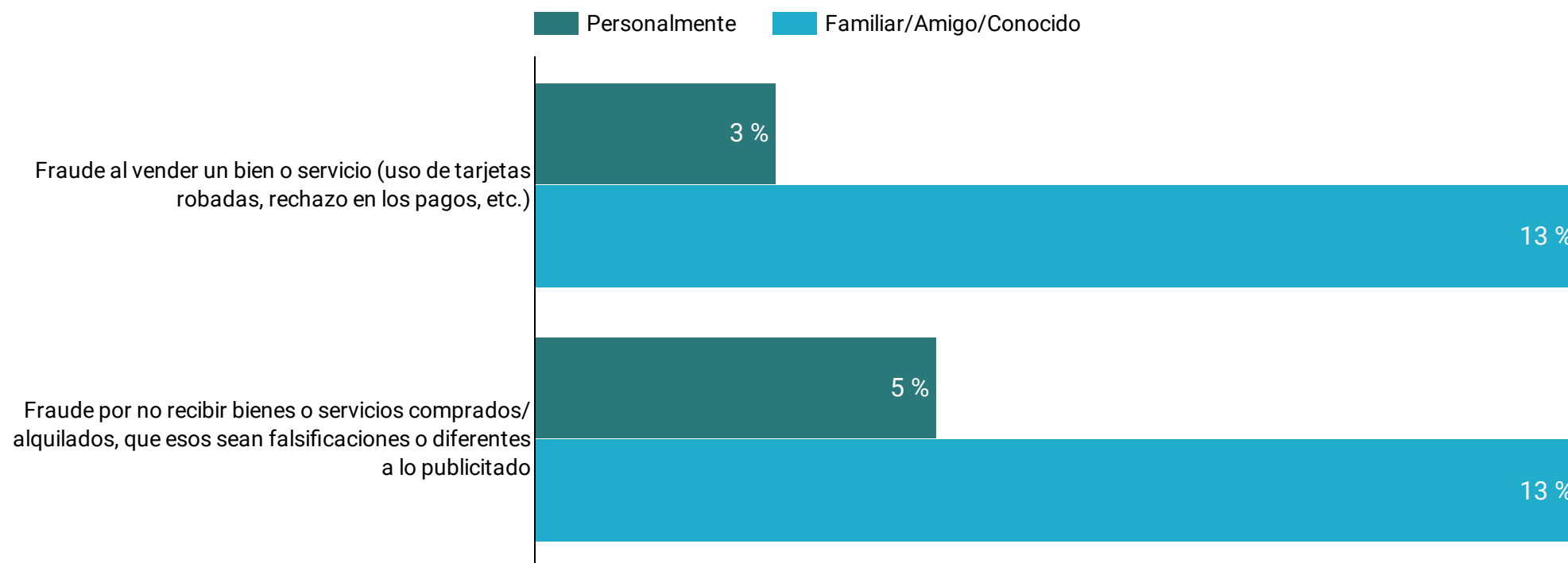
Antes de haberse dado cuenta de qué le sucedió ¿recuerda que haya vivido alguna de estas situaciones?

Los encuestados que reconocen haber sido víctimas de **fraude a través de Homebanking o Fintech** recordaron que antes de haber detectado lo ocurrido vivieron las siguientes situaciones:

Respuesta	Fraude a través de Homebaking o Fintech (Empresas financieras) (hacking, transferencias, préstamos personales) ▾
Me comuniqué con la cuenta o perfil de una empresa o institución en una red social	30 %
Accedí a un correo electrónico donde me informaban que mi cuenta de la tarjeta o banco estaba suspendida y debía acceder a un enlace en dicho correo	30 %
Perdí o me robaron el celular y accedieron a mi cuenta	20 %
Ingresé a una tienda online, realicé una compra y luego vi consumos desconocidos en mi tarjeta de crédito/débito	20 %
Me hackearon mi cuenta de correo y a través de eso accedieron y/o restablecieron mis cuentas bancarias y/o de servicios públicos y/o billeteras de criptomonedas	10 %
Recibí una llamada telefónica de una persona diciendo que era de un banco, entidad pública, etc. en la cual me pedían datos personales como número de tarjeta de crédito/débito, me hizo ir a un cajero automático para brindarle un número o código de seguridad	10 %
Me hicieron instalar una aplicación en el celular con la que luego ingresaron remotamente a mi dispositivo	10 %
Busqué en Google o similar el sitio web de esa empresa o institución	10 %

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

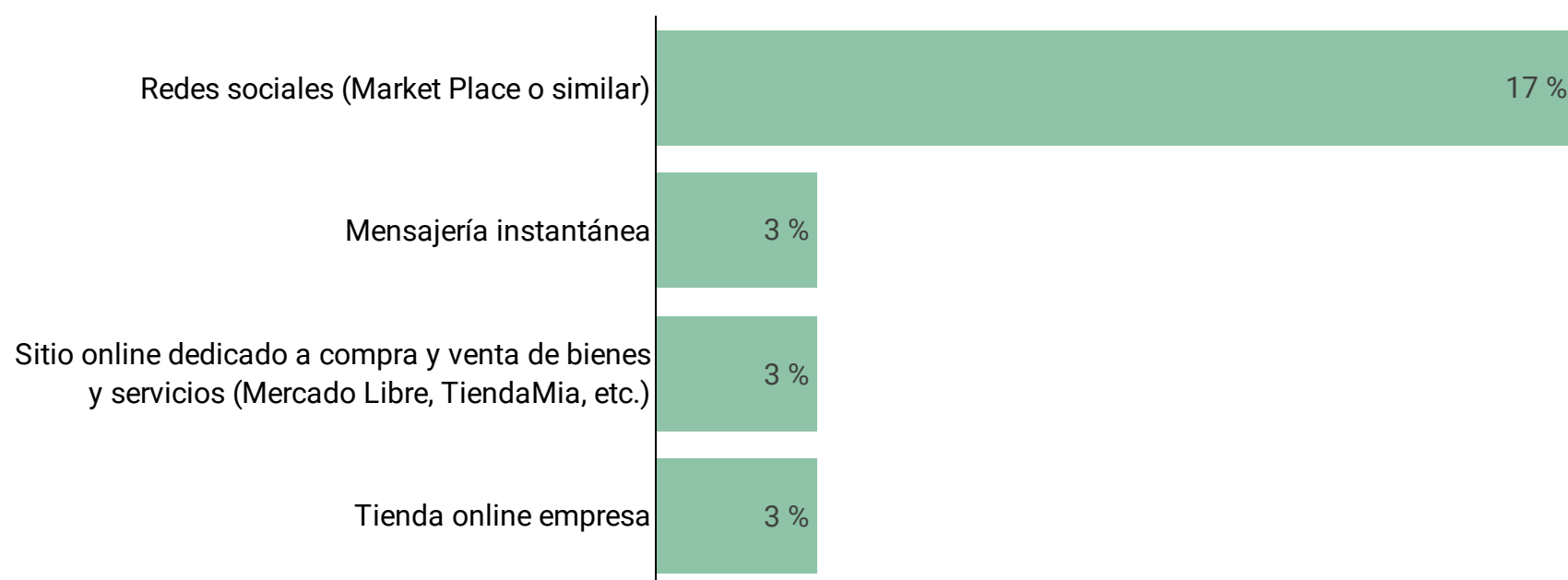
¿En el último año, usted, algún familiar, amigo o conocido ha vivido alguna de las siguientes situaciones?



CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

¿Por qué canal realizó la operación?

Los encuestados que reconocen haber sido víctimas de fraude por **no recibir bienes o servicios comprados/alquilados**, que sean falsificados o diferentes a lo publicitado o haber sufrido fraude al **vender un bien o servicio** indicaron haber realizado estas operaciones mediante los siguientes canales:

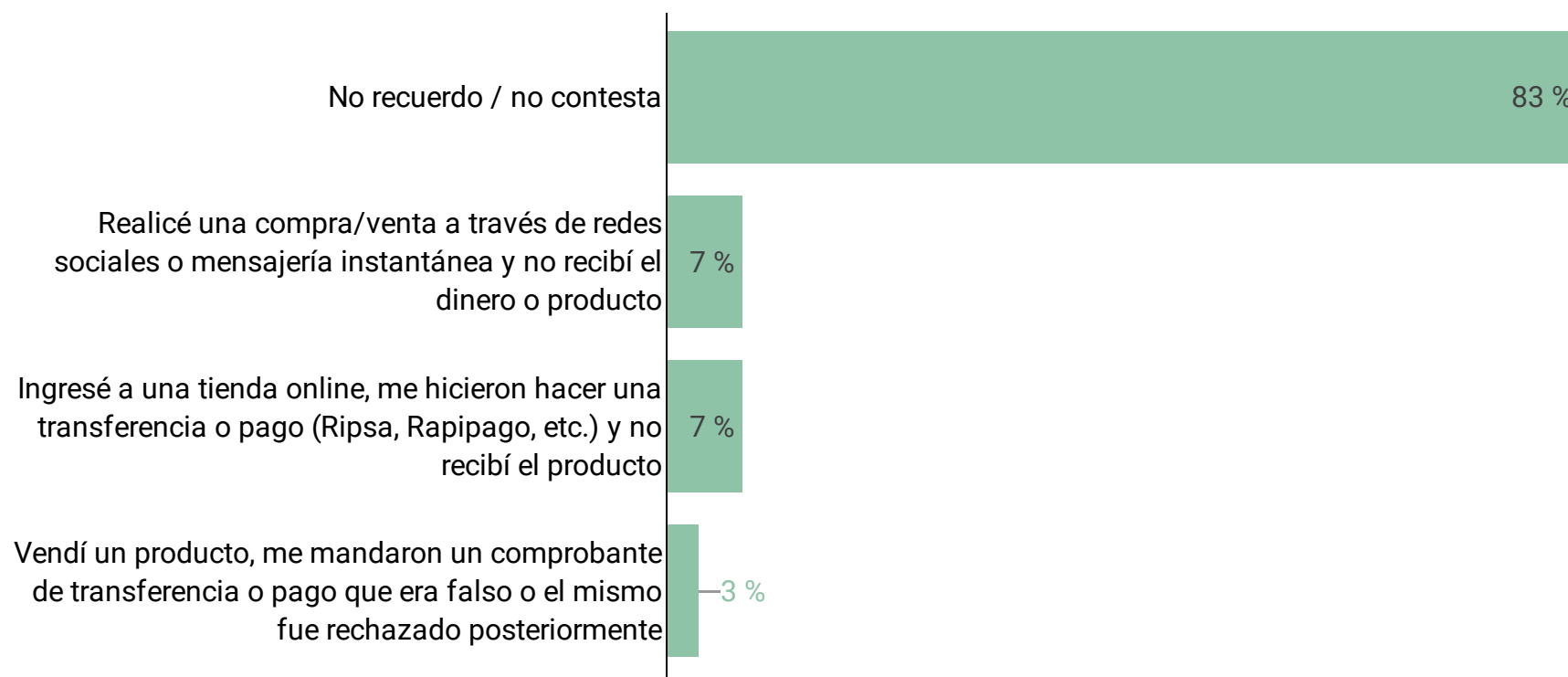


Respuesta	Fraude por no recibir bienes o servicios comprados/alquilados, que esos sean falsificaciones o diferentes a lo publicitado ▾	Fraude al vender un bien o servicio (uso de tarjetas robadas, rechazo en los pagos, etc.)
Sitio online dedicado a compra y venta de bienes y servi...	48 %	19 %
Redes sociales (Market Place o similar)	41 %	44 %
Tienda online empresa	11 %	31 %
Mensajería instantánea	0 %	6 %

CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

¿Recuerda haber realizado alguna de las siguientes operaciones?

Los encuestados que reconocen haber sido víctimas de fraude por **no recibir bienes o servicios comprados/alquilados**, que sean falsificados o diferentes a lo publicitado o haber sufrido **fraude al vender un bien o servicio** indicaron haber realizado los siguientes tipo de operaciones:



CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

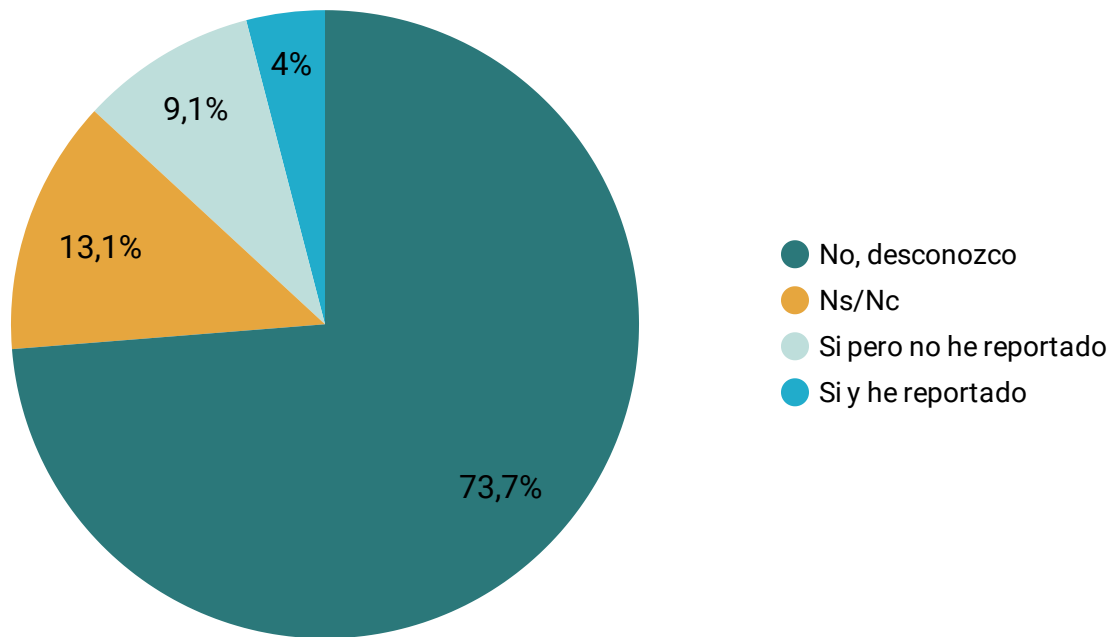
¿Cuál fue su reacción cuando usted experimentó alguna de las siguientes situaciones?

Tras haber detectado situaciones anómalas que potencialmente podrían ser el origen de un ciberdelito, los encuestados aseguraron haber reaccionado del siguiente modo:



CIBERCRIMEN. EXPERIENCIAS

¿Conoce sobre la existencia de algún sitio en internet o e-mail oficiales donde pueda reportar la existencia de un ciberdelito?



El 73,3% asegura desconocer dónde reportar mediante internet un ciberdelito y el 13,1% no sabe o no contesta a la pregunta.

Sólo el 4% afirma conocer dónde denunciar un caso.

Si contestó que conoce, ¿Cuál?

Al ser consultados sobre dónde denunciar un ciberdelito, los encuestados que afirmaron conocer un lugar proporcionaron una variedad de respuestas, aunque no todas eran adecuadas. Las respuestas más pertinentes incluyeron la fiscalía, la policía, y el Ministerio Público Fiscal, que son las entidades correctas para gestionar denuncias de este tipo. Sin embargo, también se recibieron respuestas menos convencionales y variadas, como contactar al banco o al proveedor del servicio afectado, y diversas plataformas digitales como Facebook e Instagram. Algunas respuestas específicas mencionaron correos electrónicos como delitostecnologicos@policiafederal.gob.ar y denunciasufeci@mpf.gov.ar. Esta diversidad de respuestas sugiere una falta de claridad y conocimiento consolidado sobre los canales adecuados para denunciar ciberdelitos.

CONCLUSIONES

Los resultados de esta edición del informe muestran la consolidación de un escenario de alta exposición a los ciberdelitos, con niveles de victimización directos e indirectos que se mantienen elevados por tercer año consecutivo.

El 32% de los encuestados manifestó haber sido víctima de al menos una de las modalidades de ciberdelito relevadas en el último año, mientras que un 69% reportó que algún amigo o conocido atravesó una situación similar.

Estos porcentajes se mantienen estables respecto del año anterior y muy por encima de los valores registrados en 2022/2023, lo que indica que el fenómeno ha dejado de ser una excepción para convertirse en una amenaza cotidiana.

Uno de los principales hallazgos de esta edición radica en la percepción que los ciudadanos tienen sobre los fraudes y estafas en línea. Este tipo de delitos —el foco central del presente estudio— ha ganado notoriedad no solo por su frecuencia sino también por su capacidad de adaptación.

Las modalidades de engaño mutan y se sofistican, desafiando constantemente la capacidad de respuesta tanto individual como institucional. De hecho, los datos muestran un crecimiento en la conciencia sobre la existencia de billeteras virtuales, códigos QR y plataformas de pago digital como vectores posibles de estafa.

En paralelo, también crece el uso percibido de estas tecnologías, lo que expone una tensión entre la expansión del ecosistema digital y las capacidades de protección de los usuarios.

En relación con las actividades digitales más frecuentes, se confirman tendencias observadas en años anteriores. El uso de redes sociales, el homebanking, la gestión de servicios y las compras en línea siguen liderando las prácticas cotidianas de los marplatenses en internet.

Sin embargo, esta edición muestra un incremento notable en la autopercepción del uso de billeteras virtuales y plataformas de pago, especialmente entre jóvenes adultos y personas con estudios terciarios y universitarios. Esta mayor presencia de herramientas financieras digitales plantea nuevas alertas en términos de seguridad, dado que son las vías preferidas para los fraudes y estafas, pero al mismo tiempo representan una necesidad funcional para la vida diaria.

CONCLUSIONES

En cuanto a las medidas de prevención, se detecta una leve mejora en la adopción de prácticas seguras, como el uso de contraseñas robustas, la actualización de software y la atención frente a correos o mensajes sospechosos.

No obstante, persiste una proporción significativa de usuarios que no implementan mecanismos básicos de protección, especialmente entre los mayores de 65 años y quienes tienen menor nivel educativo.

La percepción de desinformación también persiste: una parte considerable de los encuestados considera no estar lo suficientemente informada para evitar engaños en línea, aunque esta sensación disminuye ligeramente entre los más jóvenes y los más instruidos.

Respecto al comportamiento frente a situaciones delictivas, se mantiene una elevada cifra negra: la mayoría de las víctimas no realiza la denuncia correspondiente. Las razones principales para no denunciar siguen siendo el desconocimiento sobre cómo hacerlo, la percepción de que no tendrá consecuencias o que no vale la pena.

Esta realidad limita enormemente la posibilidad de una intervención institucional efectiva y subraya la necesidad de campañas sostenidas de sensibilización y orientación. Finalmente, los resultados muestran que la población más afectada por los ciberdelitos —directa o indirectamente— es también la que más actividades digitales desarrolla.

Esto pone de manifiesto una doble vulnerabilidad: a mayor uso, mayor exposición; pero también, a mayor familiaridad con lo digital, mayores recursos de autoprotección. Este doble movimiento evidencia la urgencia de políticas públicas específicas en materia de ciberseguridad ciudadana, así como la importancia de continuar produciendo información empírica sistemática para monitorear y responder a este fenómeno en evolución.



Observatorio Universitario de la Ciudad

 www.ufasta.edu.ar/observatorio

 observatorio@ufasta.edu.ar

 [observatorioUFASTA](https://www.facebook.com/observatorioUFASTA)

 [@observatoriofas](https://twitter.com/observatoriofas)