NOVIEMBRE 2026

LOS ADOLESCENTES Y LAS FINANZAS

CONOCIMIENTOS Y HÁBITOS EN ARGENTINA

3° EDICIÓN



BBVA
cepe CENTRO DE POLÍTICAS PÚBLICAS
Junior Achievement Argentina
Miembro de JA Worldwide

Índice

Sobre los impulsores de esta investigación **3**
Resumen Ejecutivo **4**
Capítulo I. Contexto y motivación **5**
Capítulo II. Metodología y descripción de la muestra **7**
II.a. Metodología mixta 7
II.b. Caracterización de la muestra 7
Capítulo III. La educación financiera de los jóvenes argentinos (2022-2024-2026) **10**
III.a. Tenencia y uso de instrumentos financieros 10
Acceso a diversos medios de pago 10
Preferencias de uso 12
III.b. Hábitos financieros 15
Ahorro 15
Hábitos de consumo 17
Confianza y autonomía 17
III.c. Conocimiento financiero y fuentes de información 20
Percepción de conocimiento, conocimiento objetivo y su diferencia 20
Fuentes de información y consejos recibidos 24
Capítulo IV. Riesgos en el ecosistema digital: redes sociales, estafas y apuestas **28**
IV.a. Redes sociales e influencers 28
Redes sociales como fuente de información 28
Percepción sobre el riesgo de los consejos de influencers 29
IV.b. Estafas virtuales: exposición, detección y subreporte 31
IV.c. Apuestas virtuales: ¿normalización o retracción? 34
Modalidades y motivaciones 35
Factores de riesgo y percepción de la problemática 37
IV.d. ¿Quiénes se encuentran expuestos a mayor riesgo? 38
Capítulo V. Inteligencia artificial y finanzas personales **41**
V.a. Usos generales y alfabetización en IA 41
Acceso y frecuencia 41
El rol de la escuela 43
Alfabetización en IA 44
V.b. La IA como fuente de consulta financiera 48
Para qué utilizan la IA en el ámbito económico 48
Cuánto confían en la IA para temas de dinero 49
Qué hacen frente a un consejo de la IA 51
Entre lo que dicen y lo que harían 52
Capítulo VI. Perspectivas de futuro **54**
VI.a. Futuro propio: estudio y perspectiva personal 54
VI.b. Futuro contextual: el impacto de la IA en el mundo del trabajo 57
Capítulo VII. Principales hallazgos y orientaciones futuras **60**
Anexo I. Cuestionario Adolescentes y Finanzas III **64**
Anexo II. Guía de pautas de los grupos focales **77**

Sobre los impulsores de esta investigación

Al igual que en las ediciones 2022 y 2024, este proyecto ha sido apoyado por el Centro para la Educación y Capacidades Financieras de BBVA.

El **Centro de Políticas Públicas (CEPE)** es el centro de investigación aplicada en políticas públicas de la Escuela de Gobierno de la Universidad Torcuato Di Tella. Fundado en el año 2017, el CEPE se estableció como un modelo abierto de cooperación entre el sector académico, público y privado. Nuestra misión es mejorar la calidad de las políticas públicas y los programas con impacto social a través de la provisión y evaluación rigurosa de evidencia. El CEPE tiene como objetivos:

1. Mejorar la calidad de las políticas públicas y los programas con impacto social mediante la provisión y evaluación rigurosa de la evidencia relevante.
2. Satisfacer la demanda de análisis de información cuantitativa proveniente del mundo académico, de los responsables de la formulación de políticas públicas, de las organizaciones multilaterales, del sector privado y de las organizaciones de la sociedad civil, a través de programas de investigación, consultoría y la oferta de capacitación.
3. Promover una cultura de la evidencia en la ideación y diseño de políticas públicas que permita su evaluación externa y su calibración para optimizar su impacto social.

Más información en www.utdt.edu/cepe

Junior Achievement es una de las ONG con mayor impacto en el bienestar social del mundo. A través del aprendizaje práctico en educación financiera, formación para el trabajo y emprendimiento, inspira y prepara a los jóvenes para que sean protagonistas de su futuro.

Nominada en cinco oportunidades al Premio Nobel de la Paz y con más de 100 años de historia, su red global está presente en 120 países. Con el apoyo de 790.000 voluntarios y mentores, impacta a 23 millones de jóvenes cada año.

En Argentina, opera desde 1991 y, desde entonces, ha alcanzado a más de 1.400.000 jóvenes de todo el país. Cuenta con oficinas en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y las regiones de NOA y Cuyo.

Más información en www.junior.org.ar

Acerca de BBVA Argentina

BBVA en Argentina es una de las principales entidades financieras privadas del país. A través de los valores: “el cliente es lo primero, pensamos en grande y somos un solo equipo” trabaja comprometido con el país y el desarrollo sostenible. Cuenta con una amplia red de sucursales en todo el territorio nacional, compuesta de 219 sucursales,

864 cajeros automáticos, 780 terminales de autoservicio y 20 Centros de Negocios Empresas (CNE). BBVA en Argentina tiene un equipo de más de 6000 colaboradores y mantiene relaciones comerciales con clientes minoristas, PyMEs y grandes corporaciones. Para mayor información: www.bbva.com.ar

Resumen ejecutivo

Este informe presenta la tercera ola del estudio sobre educación financiera de jóvenes argentinos del CEPE-UTDT y Junior Achievement, con apoyo de BBVA. **Combina una encuesta a 4.144 estudiantes de 14 a 19 años de todo el país** con cuatro grupos focales, e incorpora por primera vez un módulo sobre inteligencia artificial (IA). El hallazgo central es que, con un alto nivel de acceso a herramientas financieras, el desafío pasa a ser cómo las usan: qué criterios aplican para ahorrar, para evaluar los consejos que reciben de redes sociales o de la IA y cómo toman decisiones sobre su dinero.

Inclusión financiera. Los adolescentes sin instrumentos financieros bajan al 4% (41% en 2022 y 9% en 2024) y **las billeteras digitales alcanzan al 95%,** con la brecha entre niveles socioeconómicos alto y bajo prácticamente cerrada. Perola billetera ya no impulsa otros instrumentos, como se había observado en 2024, sino que parece reemplazarlos: la tarjeta de crédito, por ejemplo, cae del 19% al 10% y vuelve al nivel de 2022. El acceso tampoco mejora los hábitos: **el ahorro sistemático baja del 49% al 44% entre 2024 y 2026 y la confianza en el manejo del dinero, del 28% al 21%.**

Riesgos digitales. Las redes sociales ya son la segunda fuente de información sobre dinero (39%, después de los padres o tutores) y el 54% invertiría más de la mitad de sus ahorros por el consejo visto en redes. La exposición a intentos de estafa baja (del 28% al 20%), pero solo el 21% de quienes los reciben los reporta. Menos jóvenes tienen amigos que apuestan (del 54% al 39% entre las últimas mediciones), pero la práctica propia de las apuestas se mantiene (6,5%). En conjunto, tres de cinco adolescentes (60%) está expuesto a al menos un riesgo financiero digital, siendo esta algo mayor entre varones y quienes tienen dinero propio (ya sea porque se lo otorgan sus padres o porque tienen un trabajo pago).

Inteligencia artificial. El 75% usa IA todas las semanas, aunque solo el 11% la menciona como fuente de información sobre dinero. Apenas el 21% confía en ella para decisiones financieras; sin embargo, ante un consejo de inversión concreto, el 58% lo seguiría. **La confianza crece con la frecuencia de uso**, no con el conocimiento financiero. Y les cuesta más entender cómo funciona la herramienta que usarla.

Brechas. Se repite la paradoja de 2024: con igual conocimiento, ellos lo sobreestiman y ellas lo subestiman. En nivel socioeconómico, persiste la brecha de conocimiento (57% con conocimiento bajo en el nivel bajo, frente a 40% en el alto) y surge una nueva en IA: el uso diario es el doble en el nivel alto que en el bajo (40% frente a 20%).

Se presentan cuatro prioridades para fortalecer la educación financiera juvenil:

- **Fortalecer el rol de la escuela: la educación financiera**, como en olas anteriores, **es la asignatura más elegida y compensa donde la familia tiene menos herramientas.**
- Enseñar desde las billeteras digitales, que los jóvenes ya usan.
- Pasar del criterio declarado al aplicado, con ejercicios de verificación para combatir estafas y con alfabetización en IA.
- **Focalizar estrategias en varones, jóvenes con dinero propio y de nivel socioeconómico bajo, junto con trabajar la confianza de las mujeres.**

Capítulo I. Contexto y motivación

La digitalización de las finanzas dejó de ser una novedad para los adolescentes argentinos: hoy representa el punto de partida. En apenas dos años, entre 2022 y 2024, las billeteras digitales pasaron de ser el medio de pago preferido del 11% de los jóvenes al 50%, y la proporción de adolescentes sin ningún instrumento financiero se redujo a menos del 10%[1].

Sin embargo, esta inmersión temprana en el mundo financiero digital convive con riesgos propios de ese entorno. Las redes sociales y los *influencers* se consolidan como fuente de consejos sobre dinero, muchas veces asociados a promesas de ganancias fáciles; las estafas virtuales son aceptadas como parte de la vida cotidiana; y las apuestas *online* avanzan con una publicidad omnipresente. A estos riesgos ya instalados se suma, de manera más incipiente, la irrupción de la inteligencia artificial (IA) generativa como nueva fuente de consulta en temas económicos, capaz de ofrecer recomendaciones sin respaldo o difíciles de distinguir de la información confiable. Así, moverse con soltura en lo digital no garantiza hacerlo de manera informada ni cuidadosa.

En este marco, la educación financiera resulta cada vez más necesaria. Los avances en inclusión financiera registrados en la última década son considerables. En 2024, el 40% de los adultos en economías en desarrollo ahorró en una cuenta financiera, un incremento de 16 puntos porcentuales respecto de 2021 y el mayor aumento registrado en más de una década. En Argentina, el 82% de los adultos contaba con una cuenta financiera en 2024[2]. Sin embargo, el acceso no se traduce automáticamente en un uso efectivo ni informado de los servicios financieros.

Dicha distancia entre tener y saber utilizar se vuelve especialmente visible entre los jóvenes, quienes, pese a moverse con naturalidad en entornos digitales, presentan los niveles más bajos de conocimiento financiero del conjunto de la población[3]. La diversificación de riesgos digitales agrega una capa adicional a este desafío. Ya no

[1] CEPE-UTDT y Junior Achievement Argentina (2024). Educación financiera en las y los jóvenes en Argentina. Informe final de resultados. Noviembre de 2024.

[2] Starita, L., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2025). The Global Findex Database 2025: Connectivity and Financial Inclusion in the Digital Economy. World Bank. https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex/report

[3] Iglesias, M., & Mejía, D. (2018). Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: 2017. https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1341

alcanza con comprender los productos financieros, sino que también es preciso desarrollar criterios para evaluar la información disponible sobre estas herramientas[4].

Organizaciones como Junior Achievement trabajan sobre este problema mediante programas de educación financiera dirigidos a adolescentes de todo el país. Sus contenidos articulan la planificación de gastos, el uso de herramientas financieras y las nociones de ahorro e inversión con instancias de autoconocimiento, orientadas a que cada joven pueda proyectar objetivos personales y anticipar los pasos necesarios para alcanzarlos.

La cobertura territorial de estos programas y la diversidad de la población que alcanzan ofrecen una plataforma privilegiada para estudiar los hábitos y conocimientos financieros de los jóvenes argentinos. Aprovechando esa oportunidad, la presente investigación constituye la tercera ola de una línea de trabajo iniciada en 2022 y continuada en 2024. Su propósito es doble: por un lado, dar continuidad a la medición de los indicadores centrales de inclusión y educación financiera, de modo de contar con una serie comparable 2022-2024-2026; por el otro, incorporar un eje de indagación específico sobre el vínculo entre inteligencia artificial y finanzas personales, con la expectativa de identificar tempranamente brechas, grupos vulnerables y oportunidades de intervención antes de que las prácticas se consoliden.

El presente informe se estructura del siguiente modo. El Capítulo II presenta la metodología del estudio, que combina una encuesta a adolescentes de todo el país con cuatro grupos focales, y describe la muestra. El Capítulo III analiza la educación financiera de los jóvenes en perspectiva comparada con las ediciones 2022 y 2024, en tres dimensiones: la tenencia y el uso de instrumentos financieros, los hábitos financieros, y el conocimiento financiero junto con las fuentes de las que se informan. El Capítulo IV aborda los riesgos del ecosistema digital: las redes sociales y los *influencers* como fuente de consejos, las estafas virtuales y las apuestas en línea. El Capítulo V, novedad de esta edición, se dedica al uso de la inteligencia artificial y su papel como fuente de consulta para decisiones de dinero. El Capítulo VI mira hacia adelante desde dos ángulos: el futuro propio (qué quieren estudiar, qué condiciona esa elección y cómo se imaginan en unos años) y el futuro contextual (en particular, cómo creen que la IA transformará el mundo del trabajo). Por último, el Capítulo VII sintetiza los principales hallazgos y propone orientaciones para el diseño de políticas y programas de educación financiera.

[4] OECD & European Commission. (2025). Empowering learners for the age of AI: An AI literacy framework for primary and secondary education (Review draft). OECD Publishing. https://ailiteracyframework.org

Capítulo II. Metodología y descripción de la muestra

II.a. Metodología mixta

Este informe examina la evolución de los hábitos y conocimientos financieros de los jóvenes de 14 a 19 años a lo largo de tres mediciones (2022, 2024 y 2026), incorporando un eje específico sobre el uso de herramientas de inteligencia artificial en el manejo del dinero. Para abordar de manera integral estos fenómenos, se adoptó una metodología mixta: el componente cuantitativo permite dimensionar tendencias, brechas y continuidades, mientras que el componente cualitativo profundiza en las experiencias, motivaciones y percepciones que subyacen a esos comportamientos.

Para la construcción del **instrumento cuantitativo** se tomaron como insumo cuestionarios difundidos y validados internacionalmente, junto con los instrumentos ya adaptados al contexto argentino[5]. El levantamiento de la información analizada en este informe se realizó entre el 7 de junio y el 22 de septiembre de 2026[6], y alcanzó a un total de **4.144 estudiantes[7] de entre 14 y 19 años**. El texto completo de la encuesta y las decisiones metodológicas tomadas para su conformación pueden consultarse en el **Anexo I**.

De modo complementario al relevamiento cuantitativo, el **componente cualitativo** permite recuperar conceptualizaciones, motivaciones, resistencias y emociones asociadas al mundo financiero, accediendo a la palabra espontánea de los estudiantes desde su propia experiencia. Se realizaron 4 grupos focales (de entre 7 y 8 participantes cada uno) con estudiantes de 17 a 19 años pertenecientes a 10 distritos del país (Buenos Aires, CABA, Corrientes, Entre Ríos, La Rioja, Mendoza, Tucumán, San Juan, Santa Fe y Salta). La segmentación replicó los criterios adoptados en 2024 (nivel socioeconómico y género) de modo de sostener la comparabilidad de los hallazgos cualitativos entre ediciones: 2 grupos con varones de nivel socioeconómico bajo y alto, y 2 grupos con mujeres de esos mismos niveles. La guía de pautas se encuentra disponible en el **Anexo II**.

A lo largo del informe, las citas textuales provenientes de los grupos focales se identifican según el género (Mujer o Varón) y el nivel socioeconómico (Alto o Bajo) del grupo correspondiente. El trabajo de campo cualitativo se desarrolló entre el 25 de agosto y el 2 de septiembre de 2026 a través de la plataforma Zoom.

II.b. Caracterización de la muestra

La muestra 2026 amplía la cobertura territorial respecto de 2024 (20 distritos): están representadas las 24 jurisdicciones del país (23 provincias y CABA), distinguiendo además el Gran Buenos Aires del resto de la provincia[8]. Para la presentación de los

[5] La encuesta se diseñó en consonancia con la literatura pertinente (Iglesias, M., & Mejía, D. (2018). Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: 2017; OECD (2018), Financial Literacy Questionnaire for PISA 2018, OECD Publishing, París; https://dpi.wi.gov/sites/default/files/imce/cte/pdf/pflchap3.pdf). El módulo de inteligencia artificial se elaboró a partir del marco de alfabetización en IA desarrollado por la OCDE y la Comisión Europea (AILit, 2025).

[6] El levantamiento de información continuó después de este corte, hasta su cierre a finales del mismo año.

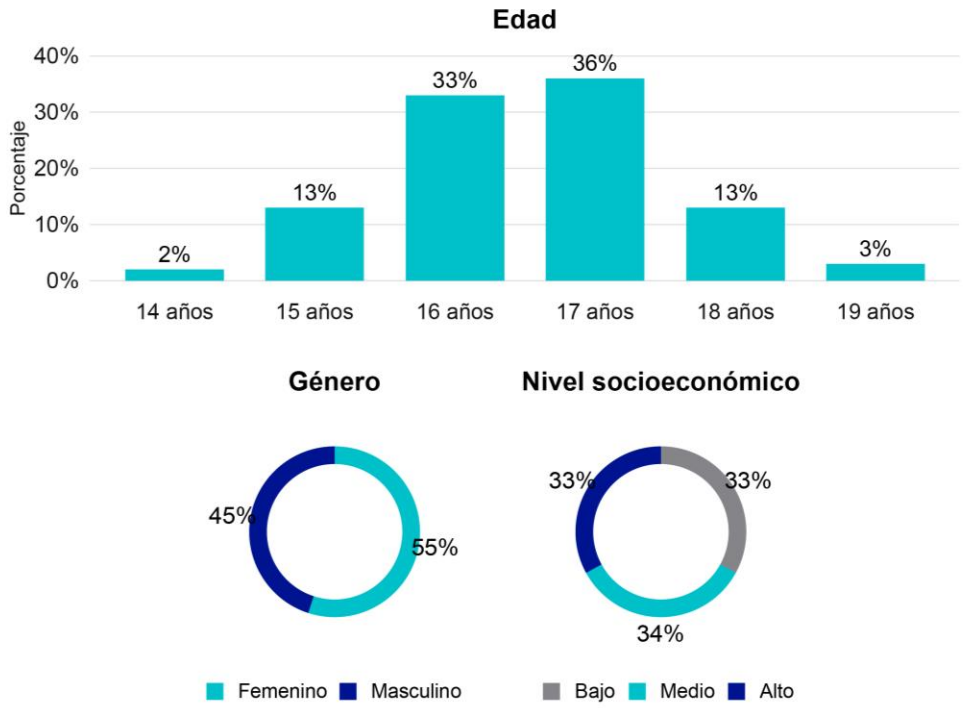
[7] Este número es inferior al relevado en 2024 (5.126 estudiantes) y superior al de 2022 (3.470 estudiantes).

[8] Aunque se tiene representación de todos los distritos, la provincia de Formosa cuenta con un solo caso.

resultados se utilizaron de manera transversal distintos cortes de los datos, seleccionados por su capacidad de habilitar comparaciones relevantes: la edad, el género y el nivel socioeconómico.

Gráfico 1. Descripción de la muestra

Distribución de los jóvenes encuestados por edad, género y nivel socioeconómico (n = 4.144)



Edad. Las respuestas se agruparon en dos tramos etarios: uno que reúne a los jóvenes de 14 a 16 años (48% del total) y otro que comprende a quienes tienen entre 17 y 19 años (el 52% restante).

Género. En cuanto al género de las personas encuestadas, un 55% corresponde a mujeres y un 45% a varones[9].

Nivel socioeconómico. Se utilizó el índice de nivel socioeconómico empleado en las ediciones anteriores, lo que permite la comparación longitudinal. Suma las siguientes variables estandarizadas y distribuye a los estudiantes en niveles bajo, medio y alto:

- Ingreso del hogar: relevado mediante una pregunta de opción múltiple en la que se solicitó indicar si el ingreso del hogar resultaba suficiente para cubrir determinadas necesidades, bienes y servicios. Se consultó por: alimentos necesarios en el hogar; servicios del hogar (luz, agua, gas, etc.); televisión por cable o satelital; internet (cable o wifi); teléfono celular con acceso a datos durante todo el mes; compra de ropa nueva cuando resulta necesario; compra de libros,

[9] Al igual que en las dos olas anteriores, existe menos de un 1% de las personas que se identificaron con la opción "Otro" en la encuesta 2026. Esta categoría no se presenta en el reporte de los resultados dado que la misma no resulta representativa por la baja cantidad de casos dentro del total.

manuales, útiles y todo lo necesario para asistir a la escuela; gastos de entretenimiento; vacaciones dentro del país; vacaciones fuera del país. En esta nueva ola, se sumó un ítem adicional sobre la posibilidad de acceder a servicios de *streaming*.

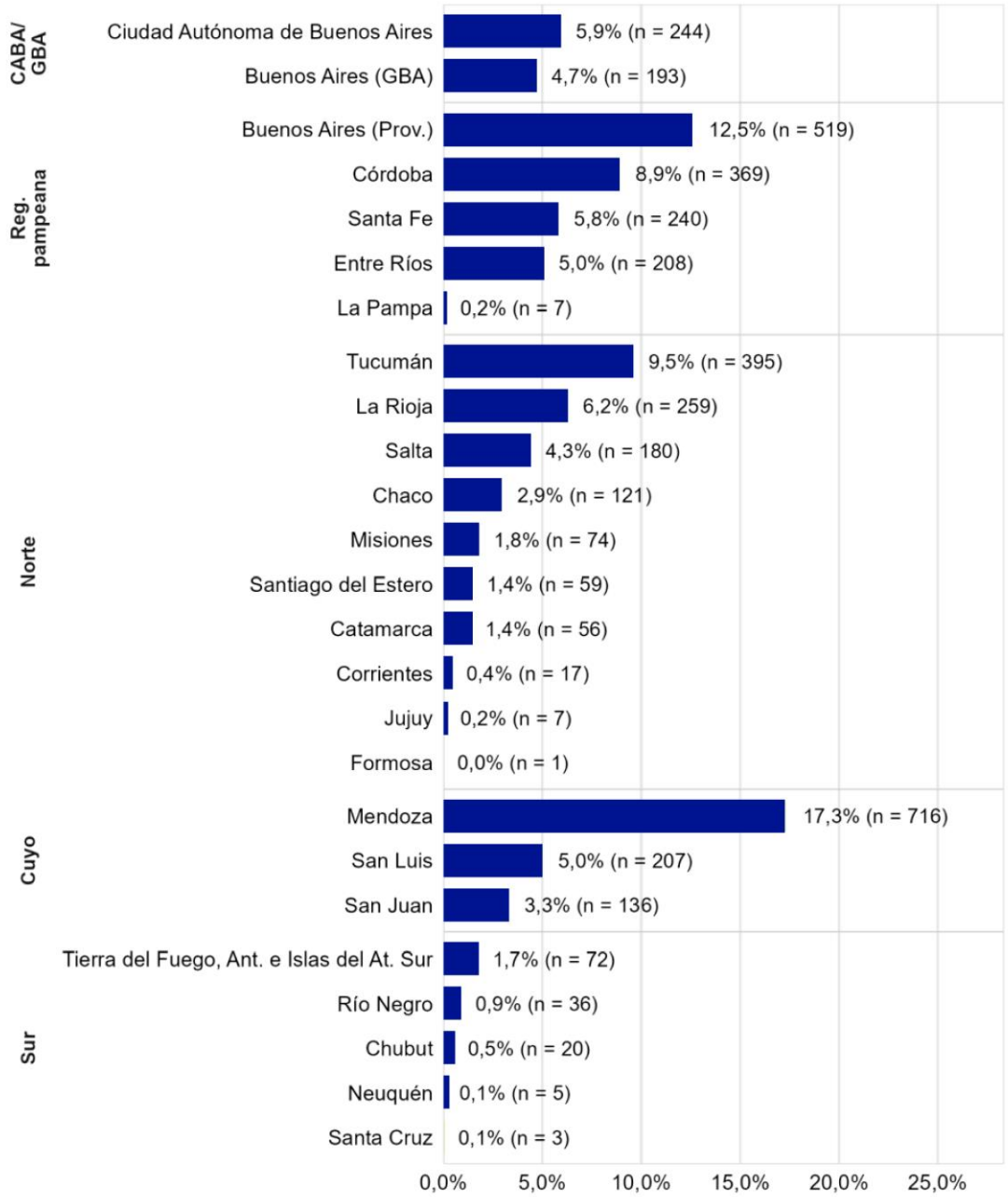
- Nivel educativo alcanzado por los padres: relevado a través de dos preguntas cerradas, con opciones de respuesta que van desde "no terminó el secundario" hasta "universitario o terciario completo".
- Situación laboral de los padres: si contaban o no con un trabajo remunerado al momento de responder la encuesta.

Provincias. Los jóvenes se distribuyen en distintos puntos del territorio nacional, con una mayor concentración en la región pampeana. Al agrupar los datos por regiones, se observa que un 11% reside en CABA/GBA, un 32% en la región pampeana, un 28% en el Norte, un 26% en Cuyo y un 3% en el Sur. Dado que en las ediciones anteriores no se identificaron diferencias relevantes según su ubicación, en esta edición tampoco se

incorpora ese corte al análisis.

Gráfico 2. Regiones y provincias

Porcentaje de jóvenes según residencia



En los apartados siguientes se presentan los resultados de la encuesta, complementados con los hallazgos más relevantes del estudio cualitativo.

Capítulo III. La educación financiera de los jóvenes argentinos (2022-2024-2026)

Este capítulo describe las principales características asociadas a la educación e inclusión financiera de los jóvenes argentinos, haciendo foco en las similitudes y diferencias entre las ediciones de 2022, 2024 y 2026.

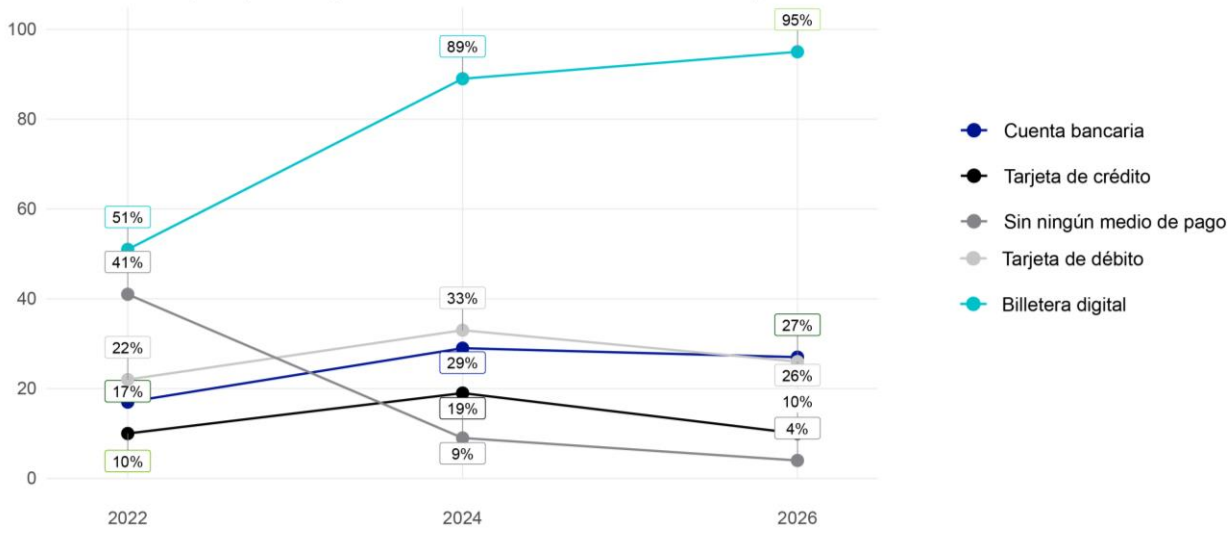
III.a. Tenencia y uso de instrumentos financieros

Acceso a diversos medios de pago

La inclusión financiera refleja continuidades respecto de 2022 y 2024. **El porcentaje de adolescentes que no cuenta con ningún instrumento financiero sigue bajando: 4% en 2026, contra el 9% de 2024 y el 41% de 2022.** Esta continuidad reafirma lo señalado en el informe anterior sobre la importante democratización que ha experimentado el acceso a servicios financieros desde el año 2022. En paralelo, otra destacable continuidad es el protagonismo repetido de las billeteras virtuales, que siguen creciendo. **Su adopción llega en 2026 al 95% (89% en 2024, 51% en 2022).**

Gráfico 3. Tenencia de instrumentos financieros 2022-2026

Porcentaje de jóvenes que tienen cierto instrumento en 2022, 2024 y 2026



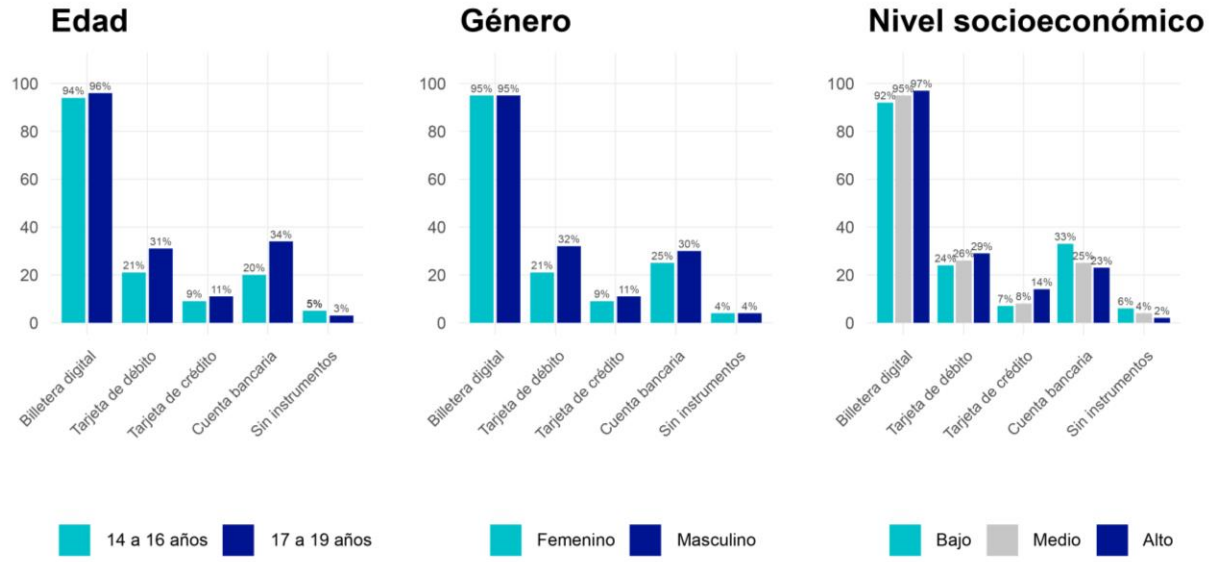
La tenencia de tarjeta de crédito vuelve a niveles de 2022. Tras subir del 10% al 19% entre 2022 y 2024, en 2026 su tenencia se ubica en 10%. La encuesta no indaga los motivos, pero los grupos focales ofrecen indicios. Por un lado, persiste una barrera ya registrada en 2022, relacionada con el temor al costo financiero, que lleva incluso a quienes ya tienen una tarjeta a no usarla. Por otra parte, aparece una secuencia de adopción que saltea los instrumentos tradicionales: varios participantes pasaron directamente del efectivo a la transferencia desde billeteras digitales.

> "Hace poco me dieron una tarjeta de crédito, la cual me da miedo usar. Pero más que nada porque si la llego a usar después te pueden llegar a cobrar intereses, entre otras cosas. Entonces, por las dudas, por ahora no la he usado (...)" (Varón - Bajo)

"Yo no he usado ninguna de las dos tarjetas, porque nunca las usé, nunca se dio la oportunidad. Pasé de manejarme con efectivo a manejarme directamente con transferencia" (Varón - Alto)d

Gráfico 4. Tenencia de instrumentos financieros

Porcentaje de jóvenes que tienen cierto instrumento, según variables sociodemográficas



El análisis por segmentos en 2026 confirma buena parte de los patrones de la edición anterior: los adolescentes de 17 a 19 años vuelven a mostrar mayor propensión a la tenencia de cuenta bancaria (34% vs. 20%) y tarjeta de débito (31% vs. 21%) que sus pares más jóvenes, diferencia que no se replica tan claramente en la tenencia de billeteras digitales (96% vs. 94%). En paralelo, los varones mantienen una mayor probabilidad de contar con tarjeta de débito que las mujeres (32% vs. 21%), sin ninguna diferencia relevante por género en billeteras digitales (95% en ambos casos). La mayor tenencia masculina se extiende, con menor intensidad, a la cuenta bancaria (30% vs. 25%) y a la tarjeta de crédito (11% vs. 9%). Allí donde el acceso depende de trámites, ingresos o intermediación adulta, la brecha de género aparece; donde es directo y gratuito, como en las billeteras, desaparece.

En cuanto al nivel socioeconómico, mientras los adolescentes de nivel alto siguen mostrando mayor acceso a tarjetas de crédito (14% vs. 7% en nivel bajo), es notable que **la brecha de nivel socioeconómico en billeteras digitales prácticamente se cerró**: si en 2024 había una diferencia de más de 10 puntos entre NSE bajo y alto, la tenencia en el nivel socioeconómico bajo alcanza ya el 92%, apenas 5 puntos por debajo del nivel alto (97%).

La tenencia de cuenta bancaria es mayor en el nivel socioeconómico bajo (33%) que en el alto (23%), patrón inverso al que muestran las tarjetas de débito y crédito. La evidencia cualitativa sugiere que esto podría deberse a que la cuenta bancaria es un medio para acceder a una beca o transferencia estatal: "(…) siempre uso el banco, digamos, cuando cobro la beca, porque directamente me la pagan a mí y me la pagan en el banco (…)" (Mujer - Bajo).

Por otro lado, se presenta una asociación entre la tenencia de cuenta bancaria y contar con un trabajo remunerado. Entre los adolescentes que tienen un trabajo pago, el 38% cuenta con una cuenta bancaria a su nombre, frente al 26% de quienes no trabajan o no les pagan por su trabajo.

En 2024, la billetera digital aparecía como catalizador de la inclusión financiera. En 2026 ese efecto parece comenzar a agotarse. Es verdad que entre quienes tienen billetera virtual, el 40% cuenta además con algún instrumento tradicional (cuenta bancaria, tarjeta de débito o de crédito), frente a solo el 20% entre quienes no la tienen. Sin embargo, la tenencia simultánea de los tres instrumentos tradicionales sigue siendo marginal en ambos grupos: apenas el 2%, tanto entre quienes tienen billetera digital como entre quienes no.

Además, mientras la billetera sigue creciendo (de 89% a 95%), los instrumentos tradicionales se estancan o retroceden: la cuenta bancaria pasa de 29% a 27%, la tarjeta de débito de 33% a 26% y la de crédito de 19% a 10%. Estos datos sugieren que, para una parte creciente de los adolescentes, la billetera ya no funciona como antesala de los instrumentos tradicionales sino como su reemplazo.

Preferencias de uso

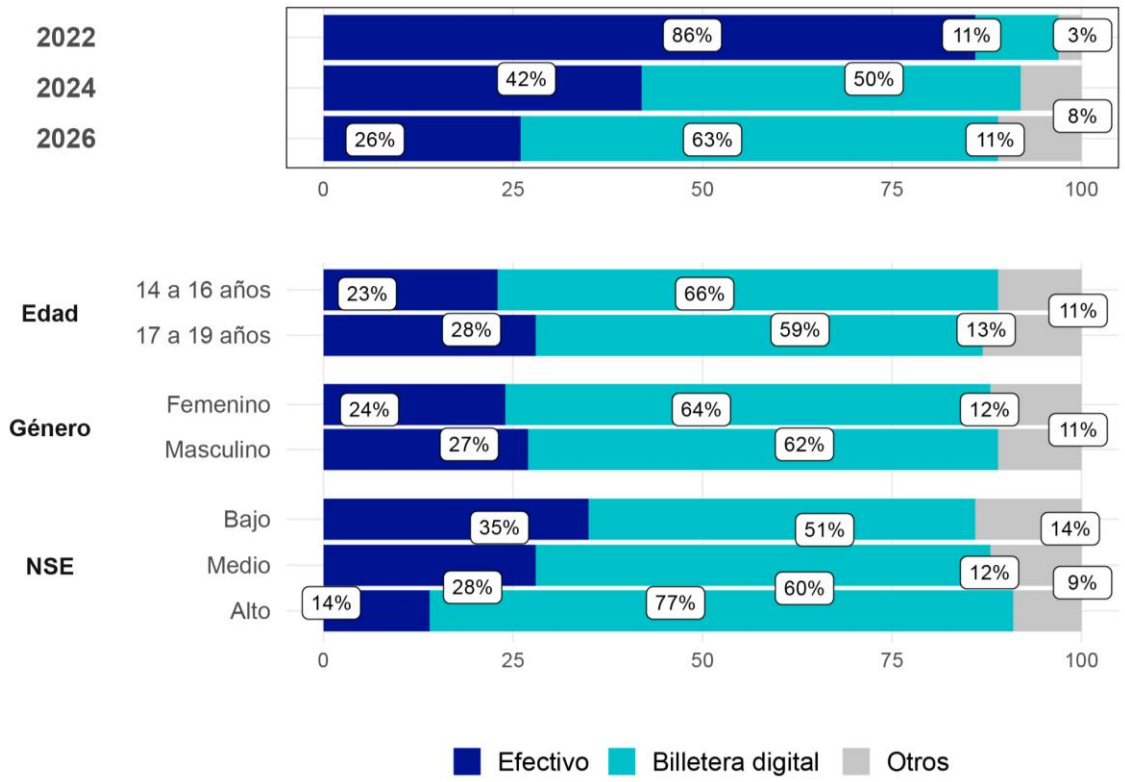
Los patrones de uso vuelven a mostrar la consolidación de las billeteras digitales. Este medio es elegido como el preferido por el 63% de los encuestados (50% en 2024), seguido por el dinero en efectivo con un 26% (42% en 2024).

Las preferencias de uso mantienen una clara segmentación por nivel socioeconómico en forma de gradiente. La billetera digital es el método preferido del 77% en el nivel alto y del 51% en el bajo, mientras que el efectivo sigue siendo el método principal para más de un tercio de los adolescentes de nivel bajo (35%, contra 14% en el nivel alto). Cabe destacar, sin embargo, que el porcentaje de adolescentes de nivel socioeconómico bajo que reportan a la billetera virtual como su medio preferido aumentó desde el 34% en 2024 al 51% en 2026, nueva evidencia en favor de la difusión de este instrumento en los sectores de menor poder adquisitivo.

En cuanto a edad y género, las diferencias son marginales: la billetera virtual es algo más preferida por las mujeres que por los varones (64% vs. 62%) y entre los adolescentes de 14 a 16 años que entre los de 17 a 19 años (66% vs. 59%).

Gráfico 5. Método de pago preferido

Porcentaje de jóvenes que prefieren cierto instrumento, según variables sociodemográficas



**Otros incluye tarjeta de crédito, débito y transferencia.*

De todas maneras, 1 de cada 4 estudiantes continúa prefiriendo el efectivo como medio de pago. Testimonios de los grupos focales echan luz sobre posibles motivos, como puede ser la existencia de descuentos.

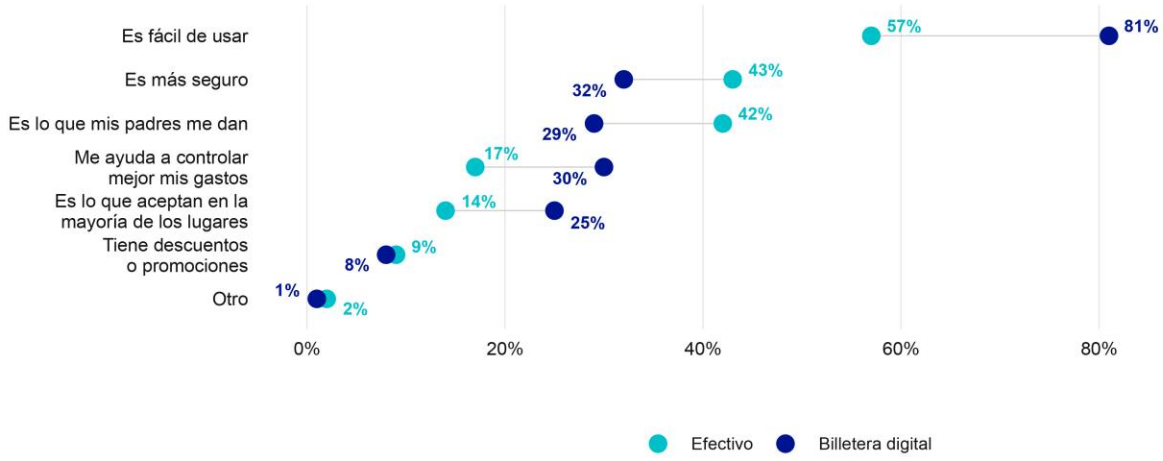
> "(...) lo único malo es que por ahí, en algunos lugares, si pagás con efectivo te hacen descuento; y también algunos solo lo permiten en efectivo, con lo cual, si usás solo Mercado Pago, no te conviene" (Mujer - Alto)

Esto contrasta con la encuesta, donde, además de su medio de pago más utilizado, se preguntó por qué prefieren uno por sobre otros. Las opciones de respuesta eran las mismas para cualquier medio y se podía marcar más de una opción, lo que permite comparar los motivos según el instrumento preferido. En este sentido, aunque en los grupos focales aparece el descuento, en la encuesta solo lo menciona el 9% de quienes prefieren efectivo.

La razón dominante para elegir el medio de pago en todos los casos es la facilidad de uso, pero con una brecha marcada. La cita el 81% de los usuarios de billetera digital contra el 57% de quienes usan efectivo, lo que confirma que **la conveniencia práctica, y no la seguridad, es lo que empuja el desplazamiento hacia lo digital.** De hecho, la seguridad es más destacada entre quienes prefieren efectivo (43%). El efectivo también se distingue por depender más de una imposición que de una elección: el 42% dice usarlo porque "es lo que mis padres me dan".

Gráfico 6. Razones para elegir el medio de pago

Porcentaje de respuestas afirmativas a cada razón, según el medio de pago preferido (respuesta múltiple)



Además de la facilidad de su uso, el control de gastos es un motivo más mencionado por quienes usan billetera virtual (30%) que por quienes prefieren efectivo (17%). Esto se asocia a la noción de **la billetera digital como dispositivo de autocontrol**, idea que surgió en los grupos focales. Se manifestó con un léxico propio, como ”frascos” o “reservas”, e incorporó la noción de “rendimientos”, indicando una división explícita entre la aplicación que se utiliza para ahorrar y la que se utiliza para gastar dinero.

> “A mí me ha pasado mucho que yo veía plata y automáticamente la quería gastar. Entonces, para dejar de ver esa plata, me creé otra cuenta, (...) y ahí pongo toda la plata que voy a ahorrar, y hago frascos” (Mujer - Alto)

> “(...) yo personalmente uso, por un lado, Mercado Pago para ahorrar, porque me parece más práctico por esto de que te haga rendimiento: depende del monto que dejes, te da como un interés. En cambio, Cuenta DNI no; pero Cuenta DNI la uso cuando salgo, así me es más práctico” (Mujer - Alto)

Principales hallazgos. Tenencia y uso de instrumentos financieros.	
Dimensión	**Hallazgo clave**
Inclusión financiera	Adolescentes sin instrumentos: 41% (2022), 9% (2024) y 4% (2026)
Acceso a instrumentos	La tenencia de billeteras virtuales llega al 95%. Baja el acceso a tarjeta de crédito de un 19% en 2024 al 10% (volviendo a niveles de 2022), que los grupos focales asocian al temor al costo financiero

Tenencia de billetera digital según NSE y género	Prácticamente se cierra la brecha en la tenencia de billeteras: 92% en NSE bajo vs 97% en NSE alto. No se observa brecha de género (ambos 95%).
Cambio en preferencias	La billetera virtual es el medio de pago preferido del 63% (50% en 2024) y el efectivo baja al 26% (42% en 2024). En NSE bajo, la preferencia por billetera sube del 34% al 51% (77% en alto). Se prioriza la facilidad del uso.

III.b. Hábitos financieros

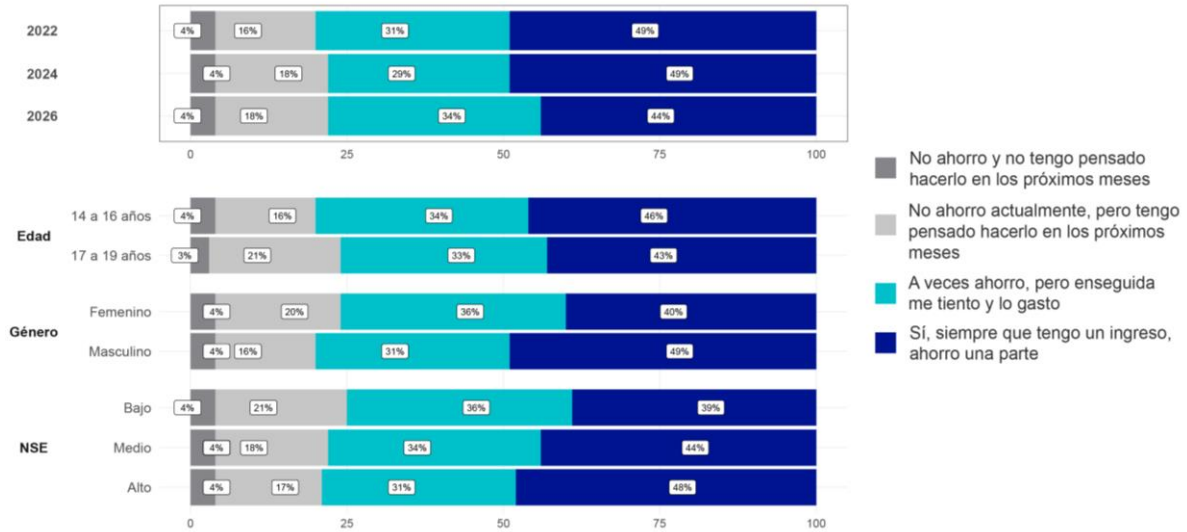
Ahorro

Al igual que en 2024, el 78% de los jóvenes manifiesta una actitud positiva hacia el ahorro. Cuando se les pide un consejo de ahorro en los grupos focales, casi todos formulan uno técnicamente correcto: apartar un monto fijo, fijar el objetivo antes de gastar y/o la regla 50/30/20[10] aprendida en los cursos de educación financiera de Junior Achievement.

Sin embargo, **quienes ahorran una parte cada vez que reciben un ingreso bajan del 49% en 2024 al 44% en 2026**, mientras que crecen del 29% al 34% quienes ahorran a veces pero reconocen que "enseguida se tientan y lo gastan". El desinterés por el ahorro sigue siendo marginal (4%).

Gráfico 7. Ahorro

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



[10] La regla 50/30/20 propone dividir los ingresos mensuales en tres partes: 50% para gastos básicos (vivienda, servicios, compras del mes), 30% para gastos prescindibles que mejoran la calidad de vida (salidas, ocio, vacaciones) y 20% para ahorro, que funciona como reserva ante imprevistos o para objetivos futuros. Ver BBVA, "La regla 50/30/20: una fórmula sencilla para lograr ahorrar y controlar gastos", disponible en https://www.bbva.com/es/salud-financiera/la-regla-50-30-20-una-formula-sencilla-para-lograr-ahorrar-y-controlar-gastos/

Mientras que las diferencias son marginales en cuanto a la edad, persisten brechas por género y nivel socioeconómico, aunque la de género se achica. Por un lado, ahorra siempre el 39% de los jóvenes de NSE bajo, mientras que lo hace un 48% dentro del NSE alto. Por otro lado, **los varones siguen indicando una mayor propensión a ahorrar de forma sistemática (49%) que las mujeres (40%)**, una distancia de 9 puntos porcentuales que en 2024 era de 15 (57% vs. 42%) y se había mantenido constante desde 2022. La convergencia responde a un retroceso masculino: ambos géneros ahorran menos que en la edición anterior, pero los varones lo hacen bastante menos. Se mantiene, en cambio, la mayor tendencia femenina a gastar los ahorros antes de lo planeado (36% vs. 31% en varones).

Los grupos focales agregan dos precisiones. La primera es que **el horizonte del ahorro lo fija el monto disponible**:

> "Yo [ahorro para] ropa, perfumes, como objetivos a corto plazo. Ya que el ahorro, al no ser mucho, no lo puedo plantear mucho a largo plazo (...)" (Varón - Alto)

La segunda es que lo que los adolescentes llaman ahorrar no consiste en apartar una porción de un ingreso, que es lo que mide la encuesta, sino en no gastar un viático, con plazos temporales muy breves:

> "(...) muchas veces me pasa que me dan plata, por ejemplo, para la escuela, para tomar algo o lo que sea. Pero yo ya en dos horas salgo de la escuela y me voy para mi casa, entonces digo: en vez de gastarlo ahora, aguanto estas dos horas, llego a mi casa y esa plata me la guardo. Y así puedo ir de a poco (...)" (Varón - Bajo)

La encuesta es consistente con esta segunda lectura. Si ahorrar dependiera de tener un ingreso previsible, el hábito debería ser bastante más frecuente entre quienes reciben dinero con regularidad. Sin embargo, **la regularidad del ingreso no presenta un patrón claro con el hábito de ahorro**: mientras que un 47% de los que reciben dinero mensualmente indican ahorrar siempre, también lo afirma un similar 42% de los que reciben dinero solo de manera esporádica (en regalos o cuando lo solicitan).

Lo que sí parece asociarse con el ahorro es cómo se define el ingreso destinado al joven en el hogar. Solo uno de cada cuatro adolescentes (26%) dice que calcula junto con su familia el monto que recibe. **Entre quienes establecen con la familia el monto a recibir, el 53% indica ahorrar de manera sistemática, mientras que solo el 41% de quienes no acuerdan la mensualidad indican ahorrar de tal manera.** Una hipótesis que emerge es que acordar el monto de forma explícita podría funcionar como un primer ejercicio de planificación que luego se traslada al hábito del ahorro.

Por último, cabe mencionar que contar con un ingreso propio muestra una asociación en el mismo sentido. El 52% de quienes tienen un trabajo remunerado ahorra siempre, contra el 43% de quienes no trabajan o no cobran por hacerlo, y el desinterés por ahorrar casi desaparece (1% frente a 4%)[11].

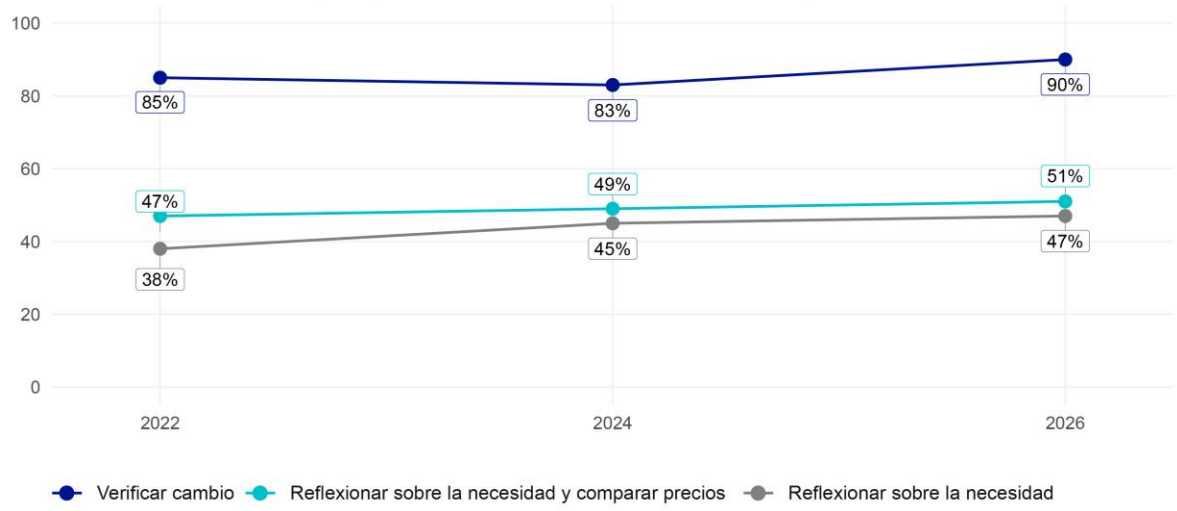
[11] Este dato debe tomarse con cautela: solo el 10% de la muestra trabaja de forma remunerada.

Hábitos de consumo

Como en 2022 y 2024, se consultó sobre tres comportamientos específicos al momento de realizar compras: si verifican que el cambio recibido sea correcto, si reflexionan sobre la necesidad real de lo que están por comprar, y si además de reflexionar sobre la necesidad, comparan precios en diferentes lugares.

Gráfico 8. Hábitos de consumo

Porcentaje de jóvenes que adopta cada hábito (evolución general 2022-2026)



Estos indicadores continúan la leve tendencia ascendente de las ediciones anteriores: **5 de cada 10 jóvenes afirman pensar siempre si realmente necesitan lo que están por comprar y comparan precios, mientras que 9 de cada 10 declaran verificar el vuelto[12].** No se observan diferencias significativas entre grupos etarios, género o nivel socioeconómico en torno a estos tres hábitos.

Confianza y autonomía

El análisis de la confianza en el manejo del dinero muestra otra continuidad a lo largo de estos cuatro años: la mayoría de los jóvenes (61%) considera que se maneja bien, pero que podría mejorar. En cambio, **quienes se sienten totalmente confiados en el manejo del dinero descienden al 21% y revierten la mejora registrada en 2024 (28%).** En paralelo, crece del 12% al 15% la proporción de quienes dicen no saber cómo manejar su dinero y querer aprender.

La diferencia por género sigue siendo la más marcada, aunque la brecha se achica: **el 27% de los varones se siente confiado, frente al 17% de las mujeres**, una distancia de 10 puntos que en 2024 era de 16 (37% vs. 21%). Cabe destacar que la convergencia se explica por la caída de la confianza masculina y no por una mejora en la

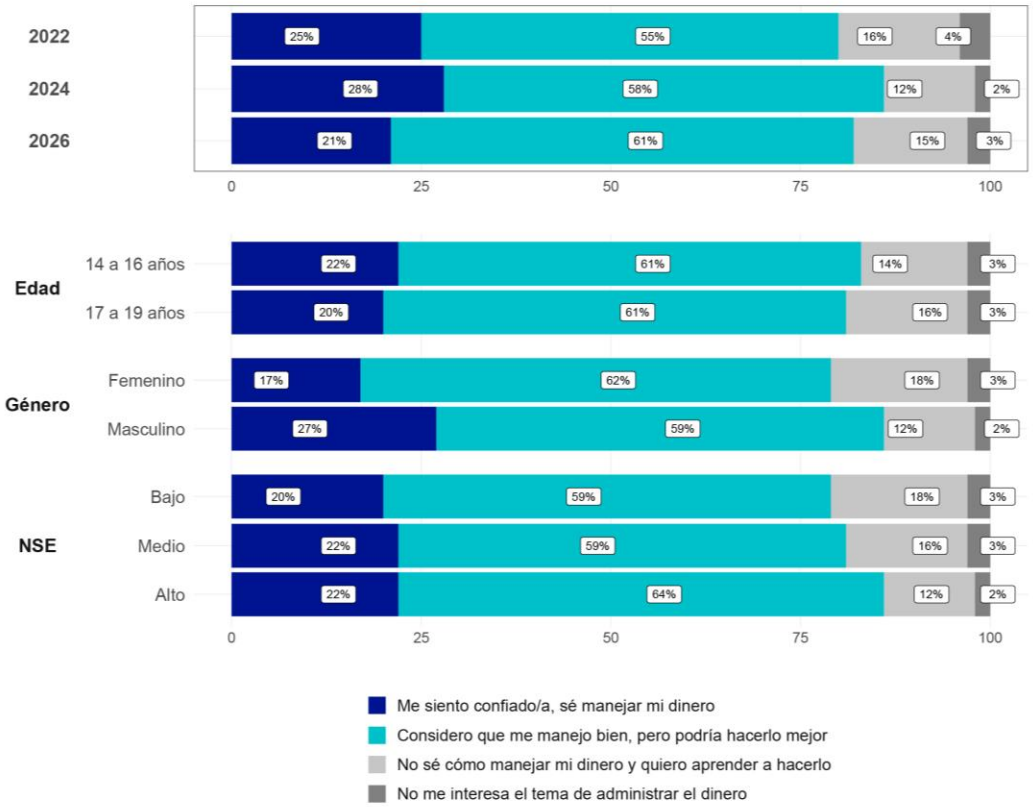
[12] La cifra de "verificar vuelto" no es directamente comparable con las ediciones anteriores, porque en 2026 cambió la formulación de la pregunta. En 2022 y 2024 se preguntaba si en el último mes habían verificado el cambio al menos una vez (sí/no); en esta edición se pregunta con qué frecuencia lo hacen (siempre, algunas veces o nunca). El 90% reportado es la suma entre el 28% que afirma hacerlo algunas veces y el 62% que indica hacerlo siempre.

autopercepción femenina. El mismo movimiento se observa en el extremo opuesto, donde la proporción que declara no saber administrar su dinero y querer aprender crece en ambos géneros (18% en mujeres y 12% en varones, frente al 16% y 8% de 2024).

Algo similar ocurre con el nivel socioeconómico. En 2024 la confianza absoluta era 6 puntos mayor en el nivel alto que en el bajo (32% frente a 26%); en 2026 la diferencia prácticamente desaparece (22% frente a 20%). Donde sí hay una diferencia es en el otro extremo: el 18% de los adolescentes de nivel bajo dice no saber cómo manejar su dinero, frente al 12% del nivel alto.

Gráfico 9. Confianza en el manejo del dinero

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



Una pregunta adicional permite profundizar estas diferencias[13]: qué tan seguros se sienten los adolescentes a la hora de establecer objetivos financieros y armar un plan para alcanzarlos. **Uno de cada cuatro (26%) se siente muy seguro de planificar sus objetivos, y el grupo más numeroso (44%) puede fijar objetivos, pero reconoce que le cuesta armar un plan efectivo**.

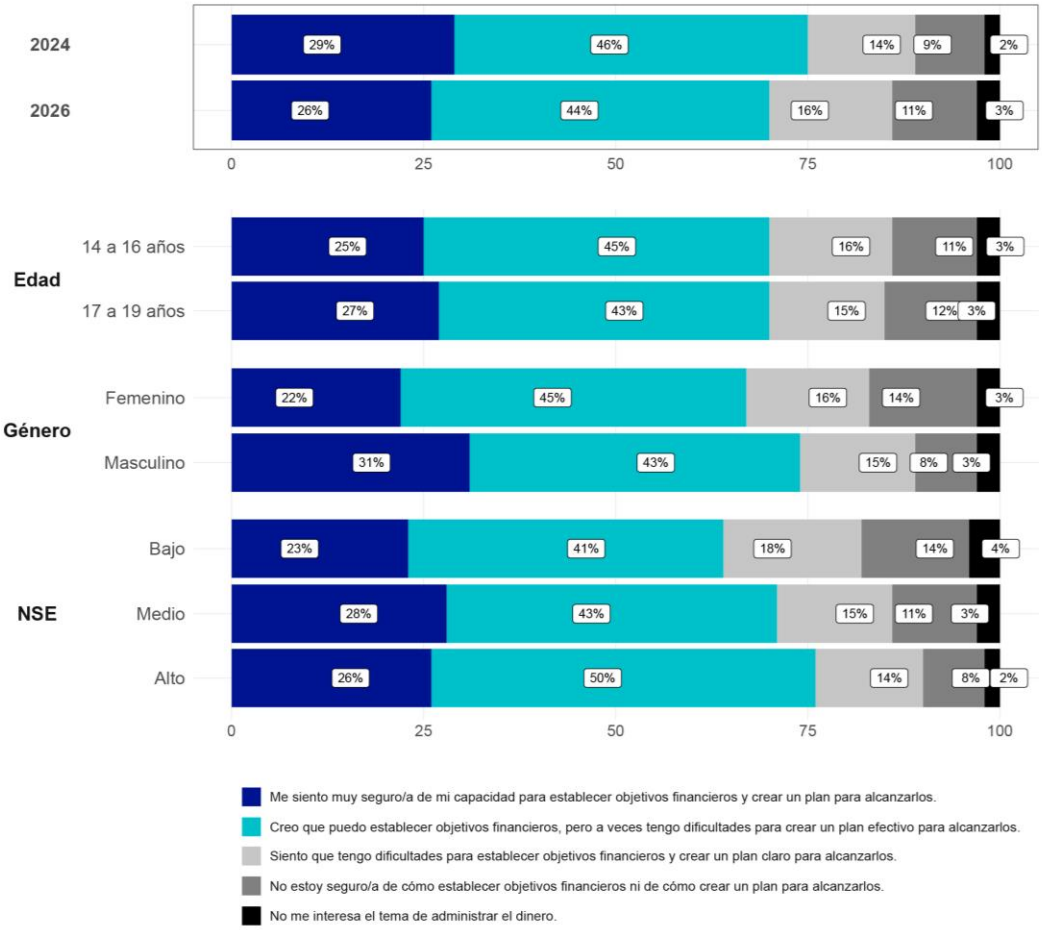
Al cruzar las preguntas de seguridad y confianza, se observa que miden diferentes aspectos de un fenómeno similar. Entre quienes se sienten confiados en el manejo de su dinero, el 61% se siente también muy seguro para fijar objetivos y armar un plan, y apenas el 8% declara tener dificultades o no saber cómo hacerlo. Entre quienes dicen no saber cómo manejar su dinero, la relación se invierte: solo el 7% se siente muy seguro para planificar, mientras que el 63% reconoce tener dificultades para hacerlo

[13] La pregunta sobre seguridad se realizó a partir del año 2024.

(37%) o no saber cómo encararlo (26%). Es decir, ambas preguntas resultan útiles para ahondar en el nivel de confianza y autonomía financiera de los jóvenes.

Gráfico 10. Seguridad para establecer objetivos financieros

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



La brecha de género es similar a la de la pregunta de confianza: **el 31% de los varones se siente muy seguro para planificar, frente al 22% de las mujeres**. Las mujeres también se concentran más en la respuesta de mayor desorientación ("no estoy segura de cómo establecer objetivos ni crear un plan": 14% frente a 8%). Es decir, **se observa una brecha de género en la autopercepción tanto a nivel de confianza como de seguridad**.

Esta brecha tiene también una dimensión lingüística, y es uno de los contrastes de género más marcados en los cuatro grupos focales. Las mujeres se autoevalúan en negativo y en registro moral: "no sé utilizarlo bien", "gasto mucho en cosas que no valen la pena", "no lo manejo bien", "compras compulsivas". Los varones usan una fórmula mitigada y no moral: "me manejo bien con la plata, pero siento que podría hacerlo mejor", "lo manejo estable", "más o menos sí, pero también sentiría que lo podría manejar un poco mejor"[14].

[14] La mitigación masculina ante pares puede responder a una norma de modestia antes que a una autopercepción efectiva, y la fórmula "bien pero podría mejorar" la introdujo el primer hablante del grupo de varones de nivel bajo y sus compañeros la repitieron reconociéndola como propia, de modo que parte de la convergencia puede ser efecto de grupo.

Por nivel socioeconómico, el patrón repite lo observado en la pregunta de confianza. La diferencia no está en quienes se sienten muy seguros, que son una proporción similar en los tres niveles (entre 23% y 28%), sino en el otro extremo. Las dificultades para fijar objetivos o armar un plan alcanzan al 32% de los adolescentes de nivel bajo, frente al 22% del nivel alto. **El nivel socioeconómico no parece separar a quienes planifican con soltura, sino a quienes no logran hacerlo.** Como en la pregunta de confianza, tampoco aquí se observan diferencias por edad.

Principales hallazgos. Hábitos financieros.

Dimensión	Hallazgo clave
Disposición al ahorro	78% tiene una actitud positiva, igual que en 2024, pero el ahorro sistemático baja del 49% al 44% y crecen quienes "se tientan y lo gastan" (29% a 34%)
Brechas en ahorro	Persiste la de NSE (48% alto vs 39% bajo); la de género se achica (49% varones vs 40% mujeres; 15 p.p. en 2024) por un retroceso masculino
Factores asociados al ahorro	Ahorran más quienes acuerdan con su familia el monto a recibir (53% vs 41%) y quienes tienen trabajo pago (52% vs 43%)
Confianza en el manejo del dinero	Los confiados bajan del 28% al 21%. La brecha de género se achica (27% vs 17%; 16 p.p. en 2024) por caída de la confianza masculina
Seguridad en la planificación	26% se siente muy seguro para fijar objetivos y planificar. Persiste una brecha de género (31% vs 22%).

III.c. Conocimiento financiero y fuentes de información

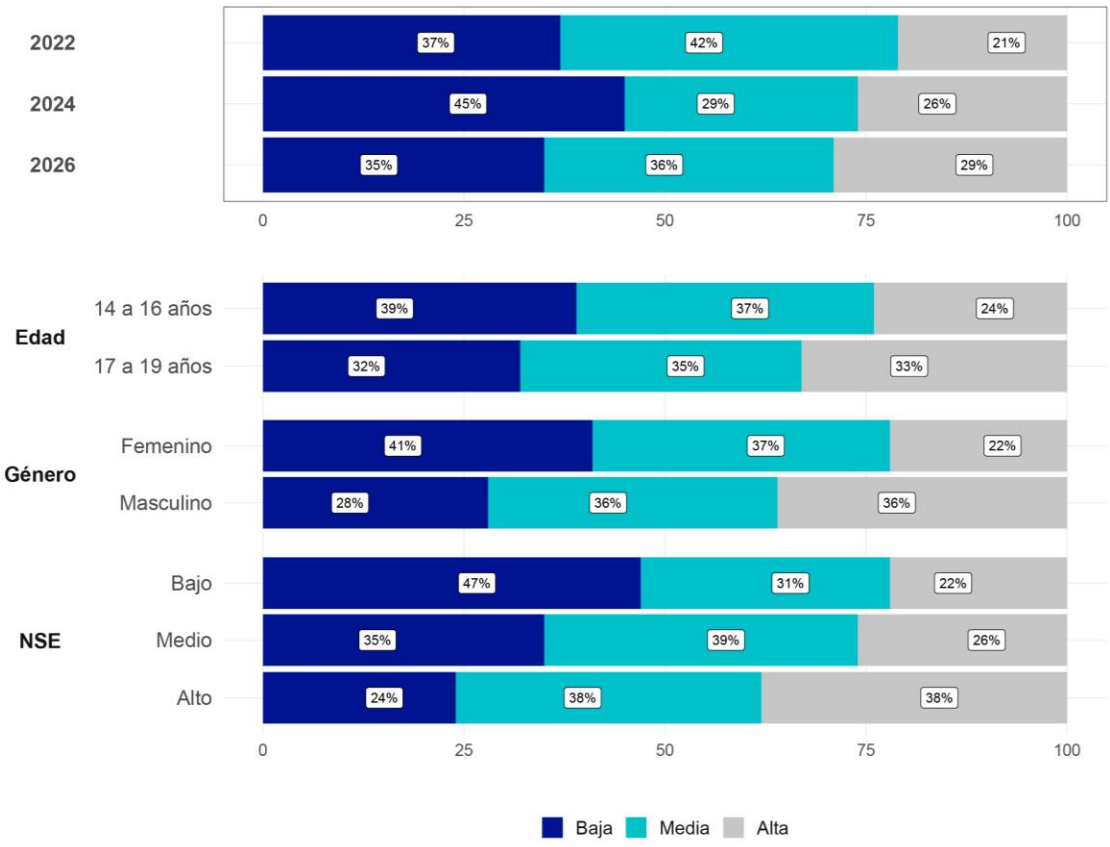
Percepción de conocimiento, conocimiento objetivo y su diferencia

Para evaluar la percepción de conocimiento de los adolescentes, se replicó el indicador utilizado anteriormente: se les solicitó que indiquen su grado de conocimiento sobre trece conceptos de la educación financiera, señalando si habían escuchado cada término y, en caso afirmativo, si conocían su significado. A partir de las respuestas se conformó un índice que ordena a los adolescentes según su percepción de

conocimiento y los divide en tres grupos de tamaño similar: percepción baja, media y alta[15].

Gráfico 11. Indicador de percepción del conocimiento

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



Los adolescentes de 17 a 19 años presentan una percepción de conocimiento más alta que los de 14 a 16 años (33% frente a 24% con percepción alta). Sin embargo, **la brecha más marcada es la de género: el 36% de los varones se ubica en el nivel de percepción alta, frente al 22% de las mujeres.** Las mujeres se concentran en los niveles medios (37%) y, sobre todo, bajos (41%) de percepción, mientras que entre los varones la percepción baja alcanza al 28%.

El nivel socioeconómico también marca diferencias consistentes. El 38% de los adolescentes de nivel alto se ubica en el nivel de percepción alta, cifra que se reduce al 22% en el nivel bajo. En el otro extremo, **casi la mitad de los jóvenes de nivel bajo (47%) se ubica en el nivel de percepción baja, el doble que en el nivel alto (24%).** Por último, se observa una diferencia asociada a la experiencia laboral: entre quienes

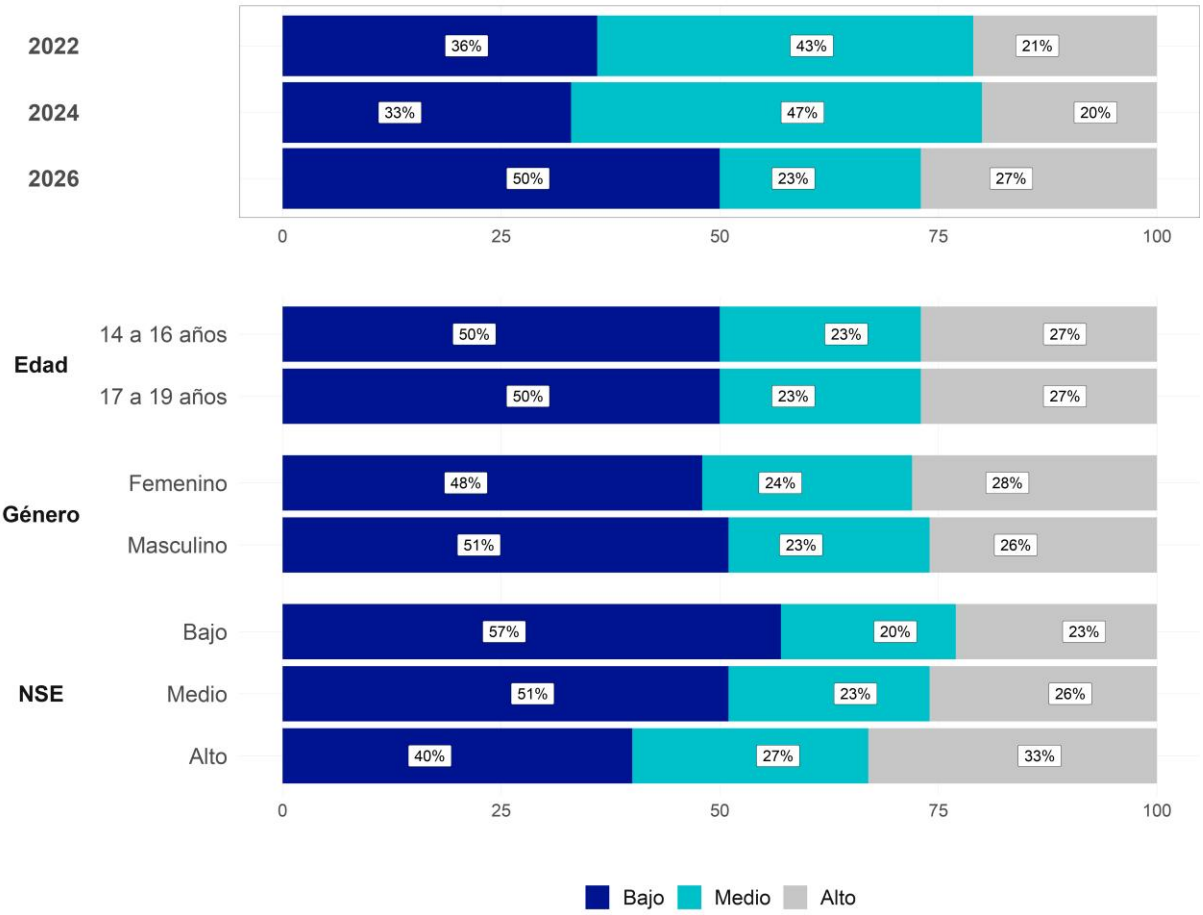
[15] Se replican los trece términos evaluados en 2024, por lo que las comparaciones entre segmentos son consistentes entre ambas ediciones. Aunque se indican los valores logrados en 2022, no se realiza comparación explícita con tal año, donde el indicador comprendía once términos. Cada pregunta asigna 0 puntos si el término no se conoce, 1 si se escuchó pero no se sabe qué significa y 2 si se conoce su significado y se genera un índice que suma todos los puntos obtenidos (con un rango de 0 a 26). Las categorías baja, media y alta corresponden a terciles de la distribución de cada edición, por lo que expresan una posición relativa dentro de la muestra y no un umbral fijo de conocimiento. Dado que el puntaje toma pocos valores, los grupos no resultan exactamente iguales en tamaño. En términos absolutos, la percepción de conocimiento es elevada: en promedio, los adolescentes declaran conocer el significado de la mayoría de los conceptos, por lo que las diferencias entre grupos, aunque consistentes, deben leerse como diferencias de posición relativa.

tienen un trabajo remunerado, la percepción alta alcanza al 34%, frente al 28% de quienes no lo tienen.

Para contrastar la percepción subjetiva con una medida más "objetiva" del conocimiento financiero, se replicó la evaluación basada en ocho preguntas de opción múltiple y se construyó un índice que clasifica el nivel de conocimiento en tres categorías: bajo, medio y alto[16].

Gráfico 12. Indicador de conocimiento

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



Las diferencias por nivel socioeconómico persisten en términos de conocimiento efectivo. **Mientras que 4 de cada 10 adolescentes de NSE alto (40%) presentan un nivel de conocimiento bajo, esto ocurre en 6 de cada 10 jóvenes de NSE bajo (57%).** Por otro lado, al igual que en 2024, y a diferencia de lo que ocurre con la percepción, no se observan diferencias por edad ni por género. El nivel alto de conocimiento alcanza al 27% en ambos grupos de edad, y al 28% de las mujeres frente al 26% de los varones. **Las mujeres, pese a declarar una percepción de conocimiento bastante**

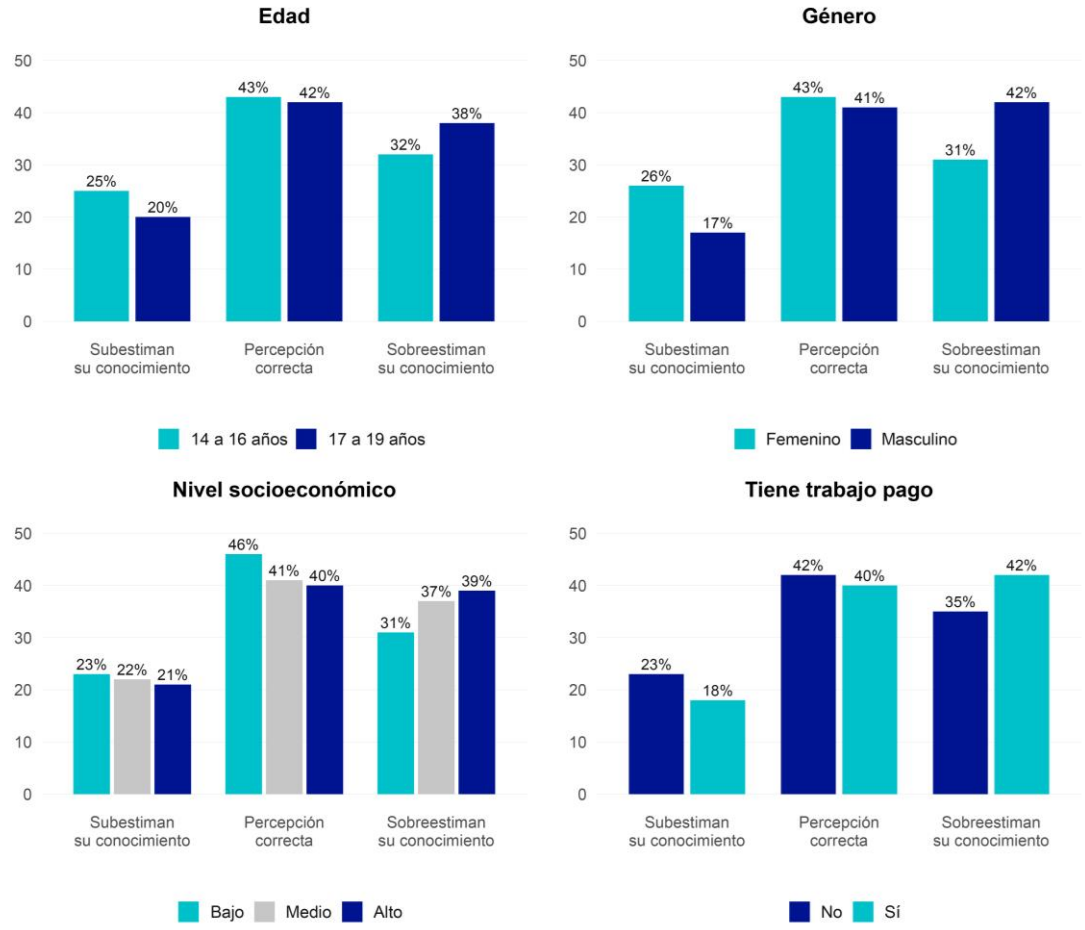
[16] Se mantienen los ocho conceptos evaluados en 2024 (débito, presupuesto, ahorro, intereses, inflación, tipo de cambio, impuesto y préstamo), aunque tres preguntas (ahorro, intereses e inflación) fueron reformuladas como situaciones aplicadas. Por este motivo no se realiza una comparación temporal y el análisis se centra en las diferencias entre segmentos para 2026. Dado el alto nivel general de aciertos, el nivel bajo agrupa a quienes responden correctamente hasta seis preguntas, el medio a quienes responden siete y el alto a quienes responden las ocho de manera correcta.

menor, muestran un desempeño equivalente e incluso levemente superior al de los varones.

Esto invita a comparar, para cada encuestado, su nivel de percepción con su nivel de conocimiento, y así construir un indicador de estimación del conocimiento[17]. Cuatro de cada diez adolescentes (42%) tienen una percepción que coincide con su nivel de conocimiento efectivo. El 58% restante se reparte entre sobreestimación (36%) y subestimación (22%).

Gráfico 13. Diferencia entre percepción y conocimiento efectivo

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



El género es la variable que presenta una diferencia más clara en torno a este sesgo. La proporción con percepción correcta es similar entre mujeres y varones (43% y 41%), pero la mala estimación va en direcciones opuestas. El 42% de los varones sobreestima su conocimiento, mientras que solo lo hace el 31% de las mujeres. A la inversa, el 26% de las mujeres lo subestima, contra el 17% de los varones. Así **se reitera uno de los**

[17] El indicador de estimación del conocimiento se construye comparando el nivel de autopercepción con el nivel de conocimiento efectivo de cada encuestado/a. Para construirlo, se calcula la diferencia entre la categoría de percepción y la categoría de conocimiento efectivo. El indicador toma valor 0 cuando coinciden (por ejemplo, percepción "baja" y conocimiento "bajo"), valor positivo cuando hay sobreestimación (por ejemplo, percepción "alta" y conocimiento "medio") y valor negativo cuando hay subestimación (por ejemplo, percepción "baja" y conocimiento "medio").

hallazgos centrales de 2024: con niveles de conocimiento efectivo equivalentes, los varones creen saber más y las mujeres creen saber menos. Esta diferencia de género se mantiene aun cuando se observa dentro de cada nivel socioeconómico.

El testimonio de dos de los participantes de los grupos focales refleja este contraste:

> "(...) Yo, con el manejo del dinero, no lo manejo bien. Cobro la beca y la gasto enseguida. Quiero tratar de bajar, pero no puedo, siempre tengo la tentación de comprar ropa o algo así (...)" (Mujer - Bajo)

> "(...) Yo siento que me manejo bien con la plata, pero siento que podría hacerlo mejor (...)" (Varón - Bajo)

Este registro convive, sin embargo, con un discurso normativo igualitario en los grupos focales: ante la pregunta directa por diferencias de género en la confianza, en los cuatro grupos predominó la respuesta de que la diferencia no es de género sino de persona, y ninguna voz afirma una diferencia de capacidad.

Lo más interesante es que los mismos participantes que sostienen que no hay diferencia describen algunas prácticas diferenciadas según género. Un varón de nivel alto, por ejemplo, indica que habla de inversiones con "todos amigos varones" y que sus amigas "no están interesadas".

La edad, la experiencia laboral y el nivel socioeconómico muestran sus propias diferencias. Los adolescentes de 17 a 19 años sobreestiman su conocimiento en mayor medida que los de 14 a 16 (38% vs. 32%), y subestiman menos (20% vs. 25%). Lo mismo pasa entre quienes tienen un trabajo pago, que sobreestiman más (42% vs. 35%) y subestiman menos (18% vs. 23%) que quienes no trabajan. Por último, parece aumentar la sobreestimación del conocimiento a medida que aumenta el NSE.

Fuentes de información y consejos recibidos

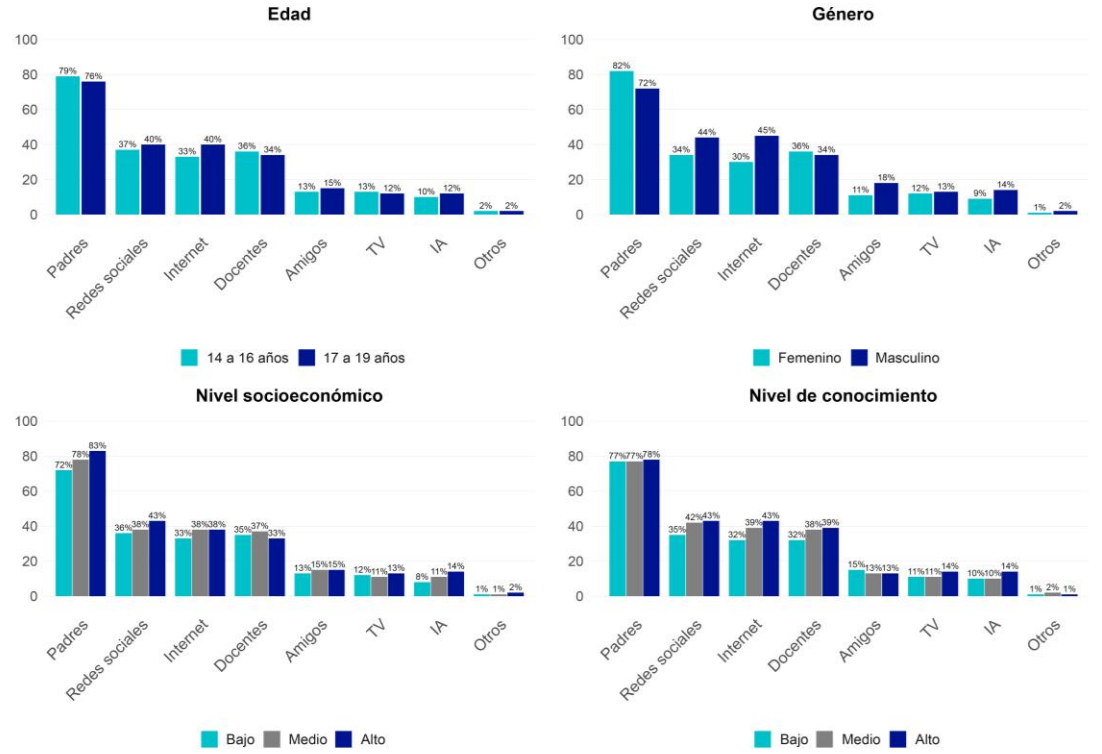
Los padres o tutores siguen siendo la principal fuente de consulta sobre temas económicos[18]: los menciona casi 8 de cada 10 adolescentes (78%), igual que en 2022 y 2024. El cambio más relevante de esta edición está en las fuentes digitales. Las redes sociales e *influencers* aparecen como la segunda fuente más consultada (39%), seguidas de cerca por internet (37%)[19] y por los docentes (35%), que aumentan su registro respecto de 2024 (32%). Con menor frecuencia aparecen los amigos (14%), la televisión (12%) y la inteligencia artificial (11%). Amigos y televisión caen de manera marcada respecto de 2024 (20% y 21%, respectivamente).

[18] En promedio, los adolescentes consultan entre dos y tres fuentes cuando buscan información sobre temas de dinero. El 35% de los jóvenes recurre a una sola y el 62% consulta como máximo dos.

[19] En 2026 la opción "Internet" de ediciones anteriores se desdobló en tres categorías: "Internet (Google, por ejemplo)", "Redes sociales (Instagram, TikTok, etc.) e influencers" e "Inteligencia artificial". Por eso el registro de internet no es directamente comparable con el 52% de 2024.

Gráfico 14. Fuente de información financiera

Porcentaje de jóvenes que afirman consultar cierta fuente, según variables sociodemográficas y nivel de conocimiento



Las diferencias por género repiten los patrones de 2024. Los varones prefieren en mayor medida fuentes externas al hogar: internet (45% vs. 30% entre las mujeres), redes sociales (44% vs. 34%), amigos (18% vs. 11%) e inteligencia artificial (14% vs. 9%). Las mujeres, en cambio, recurren más a sus padres (82% vs. 72%). La excepción son los docentes, donde la brecha casi desaparece (36% mujeres vs. 34% varones), cuando en 2024 era de 6 puntos.

Los grupos focales matizan el peso de los padres como fuente principal. La conversación familiar sobre dinero existe, pero en varios relatos no toma la forma de una consulta, ya que la inicia el adulto, es más normativa que técnica y convive con la sensación de no tener a quién preguntar.

> "(...) No hay a quién le pregunte, pero siempre me dice mi papá, que es el que mayormente me da plata, que intente ahorrar, porque el día de mañana uno nunca sabe si necesita o no (...)" (Mujer - Bajo)

El nivel socioeconómico marca diferencias en la consulta a los padres. La mencionan el 83% de los adolescentes de nivel alto y el 72% de los de nivel bajo. La diferencia se replica al considerar el nivel educativo de los padres: la consulta a ellos ronda el 74–77% cuando no completaron o solo completaron el secundario, y aumenta a 80-83% cuando tienen estudios superiores. Quienes consultan menos a sus padres, sin embargo, no reemplazan esa consulta por la de los docentes, que se mantiene en torno a un tercio (33–36%) cualquiera sea el nivel educativo del hogar.

En cambio, a diferencia de lo observado en 2024, la consulta a docentes ya no es mayor en el NSE bajo sino similar entre niveles (35% en el bajo, 37% en el medio y 33% en el alto). Lo que sí varía, según el componente cualitativo, es el lugar que ocupa la escuela.

En los dos grupos focales de nivel socioeconómico bajo aparece como una fuente más completa y confiable que la familia.

> "Yo creo que sí hay diferencias, porque en la familia básicamente te enseñan a transferir dinero y ya está. En cambio, en la escuela a mí me enseñaron todo (...) cada cosa con su nombre, cómo se llama, y la seguridad que tiene, y también los riesgos que tiene a la hora de la economía (...)" (Mujer - Bajo)

En los grupos de nivel socioeconómico alto la relación parece invertirse: la familia es el terreno de lo real y la escuela de lo teórico y poco aplicado.

> "(...) yo creo que la diferencia entre aprenderlo en el colegio y aprenderlo en la familia es que en la familia lo sentís más personal, porque estás cerca de las personas que están gastando y manejando el dinero. En cambio, en el colegio es más como que lo ves lejano, como que lo ves algo que pasa solo en los libros del colegio y en los pizarrones (...)" (Mujer - Alto)

Así, el componente cuantitativo refleja que la escuela llega en proporciones similares a adolescentes de distintos niveles socioeconómicos, pero el abordaje cualitativo muestra que cumple funciones distintas. **Donde la familia tiene menos herramientas, la escuela es la vía de acceso al conocimiento técnico.** Donde la familia está más formada, funciona como un complemento más distante.

La demanda acompaña ese rol: **siete de cada diez adolescentes (70%) eligen la educación financiera entre los tres temas que más les gustaría aprender en la escuela**, por encima de cualquier otra asignatura (ver Capítulo VI). El interés crece con el nivel socioeconómico (del 65% en el bajo al 75% en el alto), lo que sugiere que la escuela tiene margen para llegar mejor a los adolescentes de nivel bajo, que son los que menos apoyo encuentran en la familia.

Más allá de las variables sociodemográficas, el nivel de conocimiento financiero también se asocia a la forma de informarse. Quienes tienen un nivel de conocimiento alto consultan en promedio más fuentes (2,5 fuentes) que quienes tienen un nivel bajo (2,1). La diferencia no está en los padres, a los que se consulta en igual medida en los tres niveles (77–78%), sino en las redes sociales (35% en el nivel bajo vs. 43% en el alto), internet (32% vs. 43%) y docentes (32% vs. 39%). Los datos no permiten establecer una dirección causal. Puede que quienes buscan información en más canales aprendan más, o que quienes saben más tengan más interés y herramientas para buscarla.

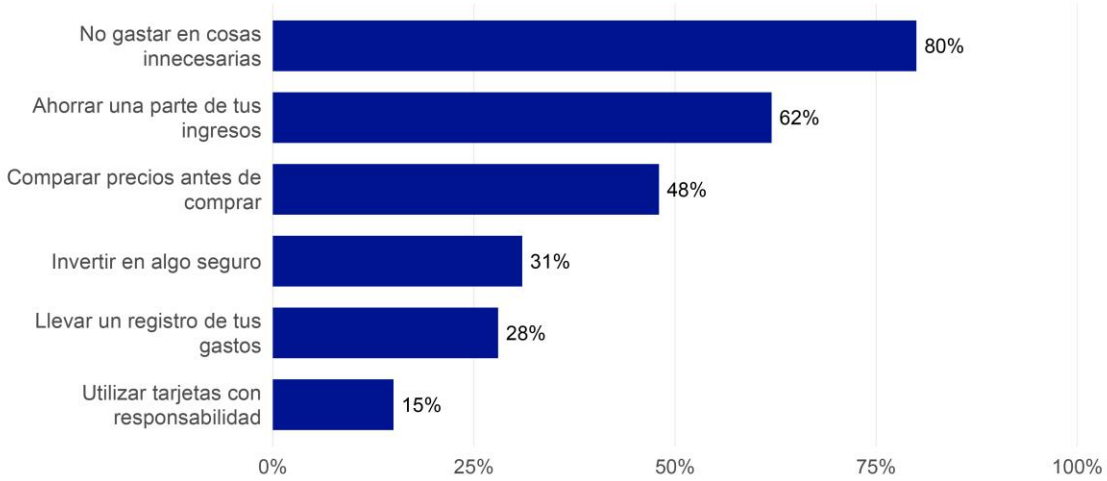
Por último, **la inteligencia artificial aparece como una fuente de información marginal (11%)**, aunque con una brecha de género (14% en varones vs. 9% en mujeres) y un gradiente socioeconómico ascendente (8% en el nivel bajo vs. 14% en el alto). El dato contrasta con el uso casi universal de estas herramientas: el 98% la utiliza y tres de cada cuatro lo hacen todas las semanas. Este contraste se retoma en el Capítulo V.

Además de las fuentes, se consultó a los adolescentes qué tipo de información o consejo suelen recibir sobre temas de dinero. **El consejo recibido más extendido es "no gastar en cosas innecesarias" (80%), seguido de "ahorrar una parte de los ingresos" (62%) y "comparar precios" (48%).** Los consejos vinculados a instrumentos

o a la planificación son mucho menos frecuentes: invertir en algo seguro (31%), llevar un registro de los gastos (28%) y usar las tarjetas con responsabilidad (15%).

Gráfico 15. Consejos financieros

Porcentaje de jóvenes que reciben cada consejo



Principales hallazgos. Conocimiento financiero y fuentes de información.	
Dimensión	**Hallazgo clave**
Brecha percepción-conocimiento	La percepción alta es mayor en varones (36% vs 22%), pero el conocimiento alto es similar (26% vs 28% en mujeres). Ellos tienden a sobreestimarlo (42%) y ellas a subestimarlo (26%)
Brechas de nivel socioeconómico	Persisten brechas en percepción (38% alta en NSE alto vs 22% en bajo) y en conocimiento (57% con nivel bajo en NSE bajo vs 40% en alto)
Fuentes de información	Los padres siguen primeros (78%, igual que en 2022 y 2024). Las redes sociales pasan a ser la segunda fuente (39%), seguidas por internet (37%) y docentes (35%)

Capítulo IV. Riesgos en el ecosistema digital: redes sociales, estafas y apuestas

Este capítulo evalúa la profundización o el repliegue de tres riesgos del ecosistema digital ya detectados en ediciones anteriores: el rol de las redes sociales en los hábitos financieros, las estafas virtuales y la presencia de apuestas *online*. Un último apartado de este capítulo propone caracterizar el perfil de persona más vulnerable a estos riesgos.

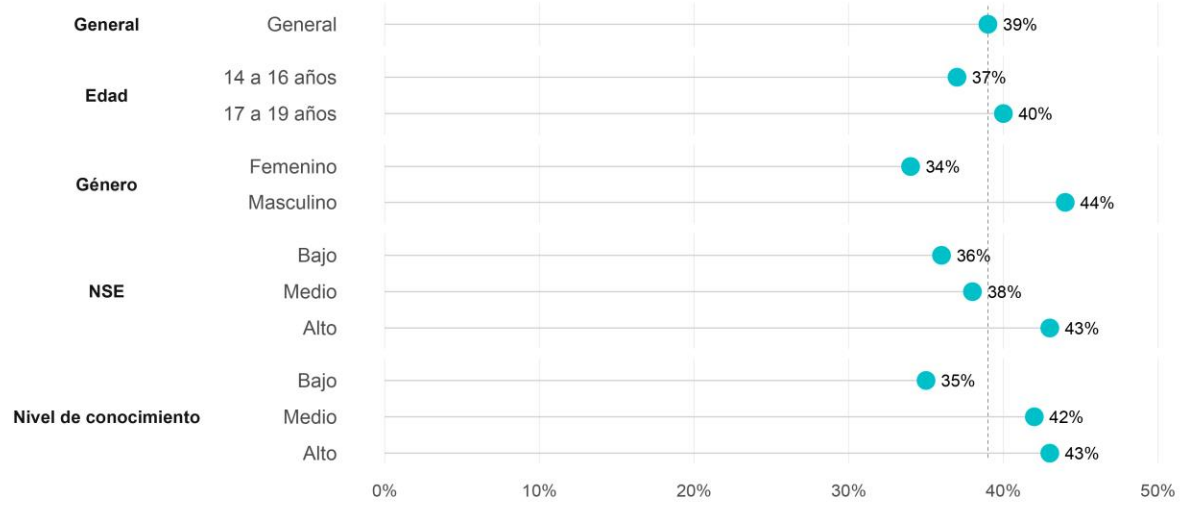
IV.a. Redes sociales e influencers

Redes sociales como fuente de información

Cuatro de cada diez (39%) mencionan las redes sociales e *influencers* entre las fuentes a las que recurren para informarse sobre temas de dinero.

Gráfico 16. Redes sociales e influencers como fuente de información

Porcentaje de jóvenes que las consultan, según variables sociodemográficas y nivel de conocimiento (línea punteada = valor general, 39%)



Los varones mencionan a las redes sociales como una fuente de información de manera más frecuente que las mujeres y, a mayor NSE, mayor presencia de redes sociales. Por otro lado, la consulta crece con el nivel de conocimiento financiero: la menciona el 35% de los adolescentes del nivel más bajo del índice de conocimiento, frente al 43% del alto.

Los grupos focales ayudan a entender qué tipo de consulta se realiza a esta fuente digital. En la mayoría de los relatos, **las redes no aparecen como una fuente elegida sino como un flujo que llega sin buscarlo**:

> "Mucho de lo que sé es de *reels* de Instagram, videos que me salen de cuentas que hablan básicamente sobre economía y finanzas personales. (...) El algoritmo me lo recomienda. Ahora, si me decís los nombres de las cuentas, no me los acuerdo (...)" (Varón - Alto)

Junto con ese consumo aparece una desconfianza explícita, sobre todo hacia quienes prometen ganancias rápidas. Ante la pregunta "¿Por qué no creés mucho en las redes sociales [para aprender sobre conceptos financieros]?", una participante contestó:

> "Porque he visto como varios (...) no *influencers*, pero personas importantes que supuestamente dicen que invirtiendo desde el celular, haciendo *trading, marketing* digital, ganan dinero (...) Entonces no confío (...)" (Mujer - Bajo)

Percepción sobre el riesgo de los consejos de *influencers*

Asociado a la posible (des)confianza sobre redes, a cada adolescente se le presentó al azar una situación en la que recibía un consejo de inversión de una de cuatro fuentes: un familiar cercano, una persona experta, una inteligencia artificial o un video de redes sociales[20].

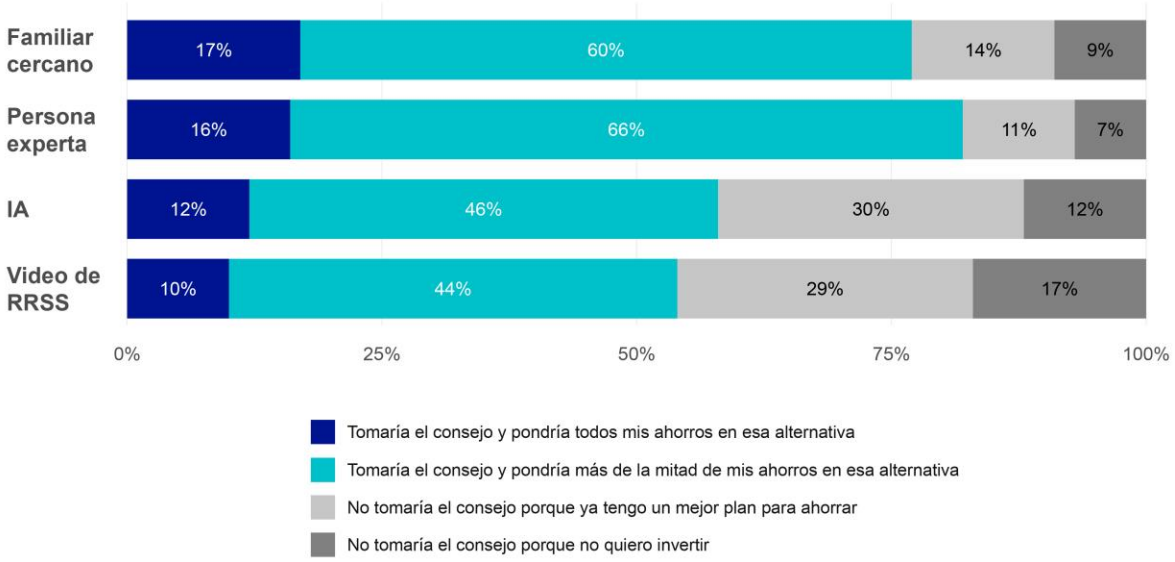
El 54% de quienes recibieron la situación del video de redes seguiría el consejo y destinaría más de la mitad de sus ahorros a esa alternativa. Sin embargo, respecto de las otras fuentes, el consejo de redes sociales es el que menos se seguiría. Queda detrás de la persona experta (82%), del familiar (77%) y de la IA (58%).

El rechazo es mayor cuando el consejo proviene de un video de redes o de una IA (46% y 42%) que cuando lo da un familiar o una persona experta (23% y 18%). Una hipótesis posible es que en estos canales el consejo llega sin haberlo buscado. Como se vio más arriba, en los grupos focales las redes aparecen como un flujo que acerca el algoritmo más que como una fuente elegida, y una recomendación no pedida puede generar más resistencia que la de alguien a quien se consultaría. En el caso de la IA la hipótesis es menos directa, porque suele responder a lo que se le pregunta. En ese caso el rechazo podría vincularse más con la desconfianza hacia una fuente no humana (ver Capítulo V).

[20] Las cuatro situaciones (familiar cercano, persona experta, inteligencia artificial y video en redes sociales) fueron asignadas de manera aleatoria, de modo que cada adolescente respondió solo una de ellas. Cada situación cuenta con entre 998 y 1.068 respuestas.

Gráfico 17. Reacción ante un consejo de inversión, según la fuente

Porcentaje de jóvenes, según quién da el consejo (general 2026)



Se configura así una doble lectura. **Las redes son una fuente muy consultada y, a la vez, la que menos crédito recibe cuando se trata de mover los propios ahorros. Pero una mayoría sigue dispuesta a hacerlo.**

La disposición a seguir el consejo de redes sociales es similar tanto por género como por edad. En cuanto a NSE y nivel de conocimiento financiero, hay cierta diferencia en la magnitud de la exposición. **La respuesta más riesgosa, poner todos los ahorros en lo sugerido por el video de redes, alcanza al 13% en el NSE bajo o en el nivel de conocimiento bajo, mientras que solo llega al 7-8% en el NSE alto o nivel de conocimiento alto.** El conocimiento y los recursos no parecen reducir la disposición a seguir el consejo, pero sí parecen moderar cuánto se arriesga cuando se lo sigue.

El componente cualitativo permite ver con qué criterios se construye esa confianza. En los grupos focales se presentaron tres cuentas de Instagram de finanzas personales idénticas en su contenido, que se diferenciaban únicamente en quién las "administra": una mostraba la foto de una mujer, otra la de un varón y una tercera un logo genérico (disponible en el **Anexo II**). Como el contenido no ofrecía pistas para distinguirlas, la elección terminó apoyándose en señales de apariencia, algo que los propios participantes reconocen:

> "(...) No sé si sabe más, pero genera más confianza, capaz, ver a la persona. (...) Pasa que, viendo los primeros cuatro videos, las tres cuentas se tratan más o menos de lo mismo. Entonces, misma información, mismo *hashtag*, me quedaría a fijarme nada más en la persona (...)" (Varón - Alto)

La apariencia, además, puede jugar en contra: en tres de los cuatro grupos surgió espontáneamente la desconfianza hacia imágenes que parecían generadas con IA, tomadas como señal de alerta.

Esa misma señal, la presencia de un rostro, se interpreta de maneras opuestas según quién la mire. Para la mayoría, ver una cara genera confianza; en el grupo de mujeres de nivel bajo, en cambio, despierta sospecha por su asociación con los perfiles falsos:

> "(...) Porque, por lo general, cuando una cuenta te estafa, por así decir, siempre viene de una persona, o siempre está presumiendo una persona (...)" (Mujer - Bajo)

El género de quien está detrás de la cuenta opera como una señal adicional, aunque solo apareció en el grupo de mujeres de nivel alto. Allí, una participante descartó explícitamente la cuenta del varón:

> "(...) Yo no les confío mis decisiones de dinero a un hombre. Preferiría a alguien que tuviera una visión más como yo (...) una mujer, porque si es una mujer es alguien con quien puedo compararme (...)" (Mujer - Alto)

Otra participante ofreció una explicación que anticipa el apartado siguiente: la figura masculina de las finanzas en redes aparece más frecuentemente ligada a las promesas de ingresos fáciles y a las estafas. De hecho, varios participantes establecen esa conexión:

> "(...) Y en las redes sociales, algunos son estafa, no es real lo que te están diciendo. A veces caés, hacés lo mismo y salís perdiendo tu dinero (...)" (Mujer - Bajo)

Principales hallazgos. Redes sociales e influencers.

Dimensión	Hallazgo clave
Redes como fuente	39% menciona las redes sociales como fuente de información sobre dinero, más entre varones, NSE alto y quienes saben más sobre temas financieros
Disposición a seguir el consejo	54% invertiría más de la mitad de sus ahorros por los consejos de un video de redes
Magnitud del riesgo por NSE	Poner todos los ahorros alcanza al 13% en NSE bajo o con conocimiento bajo, frente al 7–8% en los niveles altos
Criterios de confianza en redes	Ante contenido idéntico, eligen por apariencia; las imágenes que parecen hechas con IA generan desconfianza

IV.b. Estafas virtuales: exposición, detección y subreporte

Al consultarles si alguna vez recibieron un mensaje o correo electrónico que parecía ser de una empresa o persona conocida, pero que en realidad era un intento de engaño para obtener información personal, **el 20% de los jóvenes confirmó haber vivido esta situación y otro 23% indicó no estar seguro**. La exposición confirmada es menor que en 2024 (28%), mientras que la proporción de quienes no pueden determinar si fueron objeto de un intento de estafa se mantiene prácticamente sin cambios (24% en 2024). Sumadas, ambas categorías siguen alcanzando a más de cuatro de cada diez adolescentes. Estos porcentajes no presentan diferencias por edad, género, nivel socioeconómico ni nivel de conocimiento.

La reacción ante estos intentos no cambió respecto de la edición anterior. **El 77% de quienes los recibieron los ignoró, el 21% lo reportó a un adulto o a la empresa implicada y el 2% hizo clic en el enlace o respondió el mensaje.** La estabilidad de estas cifras entre 2024 y 2026 indica que la propensión a denunciar no se modificó.

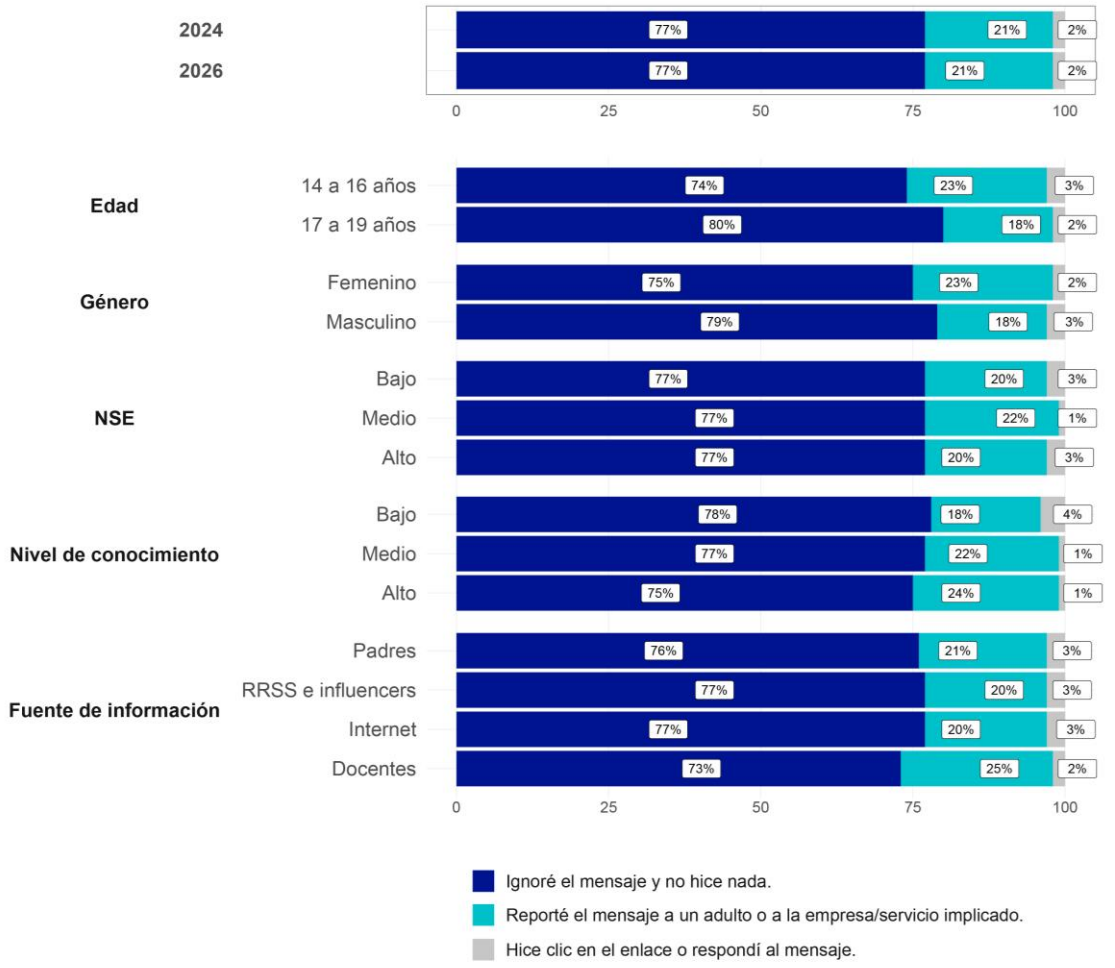
A diferencia de la exposición, la reacción sí se asocia con el conocimiento financiero. Entre quienes tienen un nivel alto de conocimiento, el 24% reportó el mensaje, frente al 18% de quienes tienen un nivel bajo. En la misma dirección, hacer clic o responder baja del 4% al 1%[21]. **El conocimiento no parece mejorar la detección, pero sí la respuesta una vez que el intento fue identificado.** Algo similar ocurre con la fuente de información: quienes mencionan a los docentes entre sus fuentes reportan más estas situaciones (25%, frente a 18% de quienes no los mencionan), mientras que quienes consultan a sus padres lo hacen en la misma proporción que el promedio (21%).

La disposición a reportar disminuye con la edad. Pasa del 23% entre los adolescentes de 14 a 16 años al 18% entre los de 17 a 19. Como contracara, ignorar el mensaje sube del 74% al 80%. **A medida que ganan autonomía digital, los jóvenes gestionan estos episodios cada vez más por su cuenta.** Las mujeres reportan más que los varones (23% vs. 18%), en línea con su preferencia general por canales personales de consulta señalados en el Capítulo III. No se observan diferencias por nivel socioeconómico.

[21] Es importante considerar el bajo n asociado a este valor: el 4% en este caso representa a 18 jóvenes y el 1% a 1 persona.

Gráfico 18. Reacción ante un mensaje sospechoso

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas, nivel de conocimiento y fuente de información



Para indagar en la capacidad de detección, en los grupos focales se presentó una imagen[22]: un mensaje de WhatsApp desde un número desconocido, que simulaba ser la madre del participante ("Hola, soy mamá (...)"). El mensaje avisaba de un cambio de teléfono y pedía una transferencia urgente a un alias para resolver un "trámite rápido". Se preguntó a los participantes cómo reaccionarían, qué elementos les generaban dudas y cómo verificarían si el mensaje era real.

En los cuatro grupos el mensaje se identificó como estafa casi de inmediato. Las señales mencionadas fueron varias: el pedido directo de dinero sin el saludo habitual, la urgencia, el cambio repentino de número, un alias que no reconocían y la falta de foto de perfil. La estrategia de verificación también fue compartida: llamar al número de siempre, pedir un audio o consultar a otro familiar.

Un participante atribuye esa práctica de verificación al curso de Junior Achievement: "(...) nos decía eso: que por ahí hay que buscar validar realmente que es la persona con la que nos estamos contactando (...)" (Varón - Alto). Sin embargo, una participante advierte el límite del ejercicio: "(...) En este caso es como algo que se ve muy obvio; hay personas que en las estafas reales lo disimulan bastante más (...)" (Mujer - Alto). **Cuando**

[22] La imagen utilizada se encuentra disponible en la guía de pautas (Anexo II).

el engaño tiene un formato conocido, la detección es alta. El 23% que en la encuesta no sabe si recibió un intento de estafa sugiere que el problema está en los formatos menos familiares.

En cuanto a por qué no denuncian los intentos que sí detectan, los grupos focales muestran que el motivo es la baja expectativa sobre lo que puede hacer quien recibe la denuncia. Tres voces en dos grupos sostuvieron la misma lógica:

> "(...) Hay tantos casos al día de estafas así digitales, que vas y las denunciás y le restan importancia; no lo van a investigar (...), porque es algo que ocurre muy seguido (...)" (Mujer - Alto)

> "(...) porque la sociedad ya está como muy acostumbrada a este tipo de picardías, diría, este tipo de estafas. Entonces, qué sé yo, me llama una persona para pedirme plata, para apretarme de que si no hago tal cosa me pasa esto, y es como que decís 'bueno, corto, total es una estafa' (...)" (Varón - Alto)

La evidencia mixta sugiere que el subreporte no se explica exclusivamente por falta de conocimiento. **Lo que pesa es la expectativa de que denunciar no es útil.**

Principales hallazgos. Estafas virtuales.	
Dimensión	**Hallazgo clave**
Exposición	20% confirma haber recibido intentos de estafa (28% en 2024) y otro 23% no está seguro
Reacción	Similar a 2024: 77% ignora el intento y 21% lo reporta. Reportan más quienes tienen conocimiento financiero alto (24% vs 18%), los de 14 a 16 años (23% vs 18%) y las mujeres (23% vs 18%)
Detección y subreporte	Detectan con facilidad los formatos conocidos, pero no denuncian porque creen que no es útil

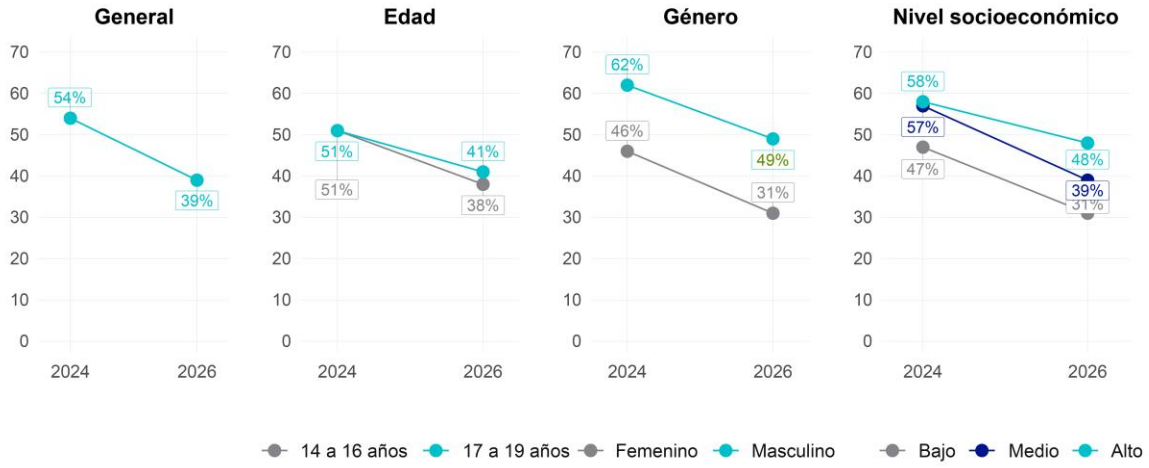
IV.c. Apuestas virtuales: ¿normalización o retracción?

> "(...) está más instalado como un chiste, por así decir (...)" (Varón - Alto)

En 2024 las apuestas virtuales aparecían en plena expansión. En 2026 muestran una primera señal de retracción. **El 39% de los encuestados afirma tener amigos que jugaron apuestas *online* en el último mes, 15 puntos menos que el 54% registrado en 2024.** La caída se observa sin importar edad, género ni nivel socioeconómico. Persiste, además, un núcleo de incertidumbre: uno de cada cuatro jóvenes (24%) no sabe si sus amigos apuestan.

Gráfico 19. Amigos que jugaron apuestas online

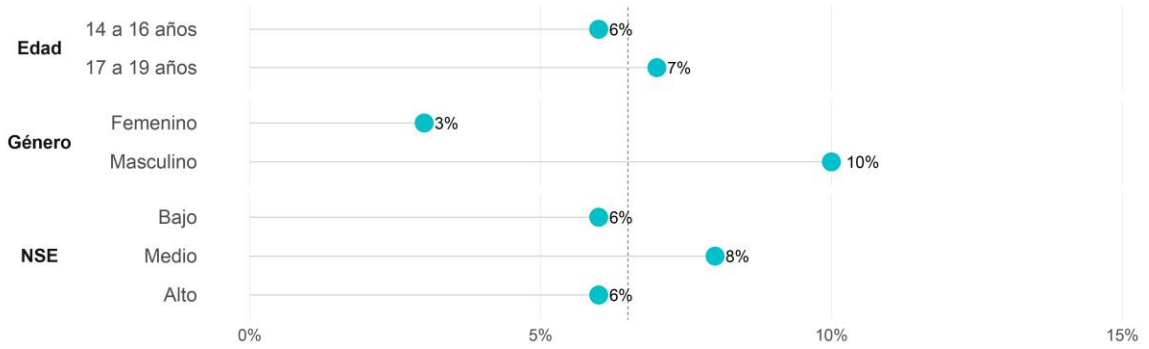
Porcentaje de jóvenes que responde que sí, comparación 2024 vs 2026



Cuando la pregunta pasa de los amigos a la práctica propia, la retracción desaparece. El 6,5% reconoce haber apostado *online* en el último mes, prácticamente el mismo 7% de 2024. Cabe preguntarse, entonces, quiénes apuestan más.

Gráfico 20. Jóvenes que apostaron en el último mes

Porcentaje que apostó, según variables sociodemográficas
(línea punteada = promedio general: 6,5%)



El género es el eje que mejor ordena el fenómeno. En la exposición, el 49% de los varones tiene amigos que apostaron en el último mes, frente al 31% de las mujeres. La brecha, de 18 puntos, es similar a la de 2024 (16 puntos). En la práctica propia la distancia es todavía mayor. **Apuesta el 10% de los varones y el 3% de las mujeres, tres veces más.** El siguiente testimonio cualitativo describe el clima de aula, e ilustra esa distribución:

> "(...) En mi caso fueron, el año pasado, en mi curso: mis compañeros, que también estaban apostando sus mesadas [dinero que los padres les dan de forma periódica]. La mayoría perdían, así que fue un año muy difícil, porque el ambiente dependía de si ganaban o perdían plata (...) Eran los varones; las chicas no se metían en eso (...)" (Mujer - Alto)

Otra voz femenina ofrece una interpretación de esa diferencia. Asocia la apuesta con una mayor propensión masculina al riesgo:

> "(...) Siento que tal vez los hombres tienen como esta tendencia más a (...) gastar, no sé si compulsivamente, o el tipo apuestas (...) o arriesgarse más que las mujeres, que tal vez van más a lo seguro (...)" (Mujer - Alto)

Hay un contrapunto interesante: las únicas dos personas que declararon haber apostado en los grupos focales fueron mujeres de nivel socioeconómico bajo. Una de ellas indicó que jugaba en casinos online porque "era plata fácil" y otra manifestó: "yo aposté, pero para el Mundial, por Mercado Pago". Los varones, sin importar el NSE, hablan siempre en tercera persona, lo que contrasta con la brecha de género de la encuesta y sugiere que los varones podrían estar subdeclarando la práctica.

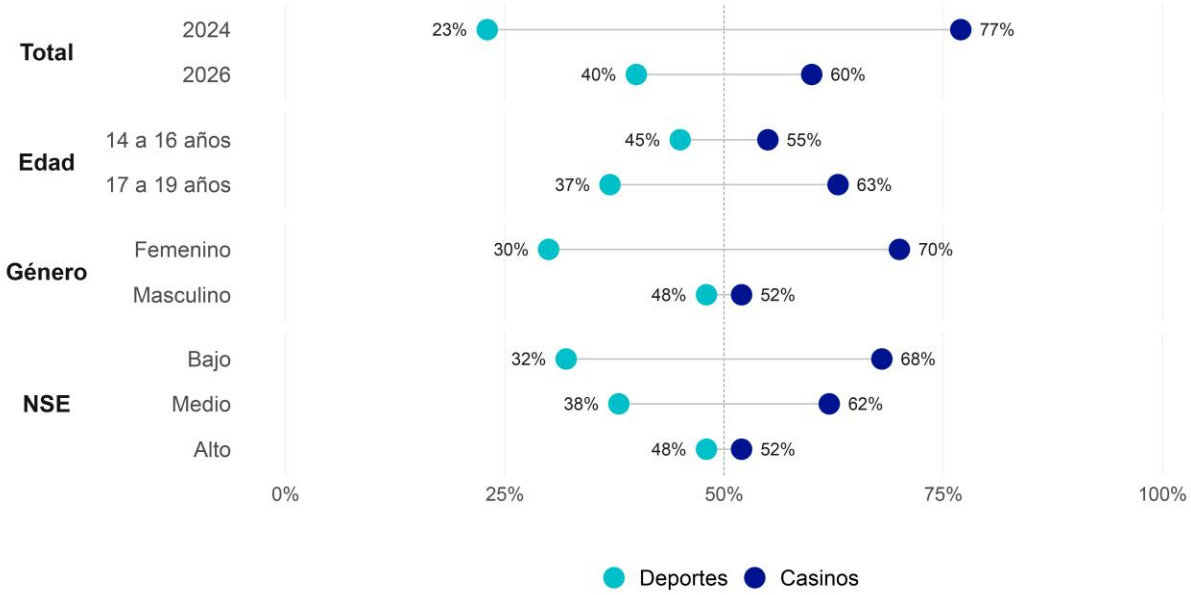
Por último, **el nivel socioeconómico parece asociarse a la exposición a apuestas, pero no a la práctica propia.** En 2024 la proporción de jóvenes con amigos apostadores era mayor en el nivel alto (58%) que en el bajo (47%). En 2026 la diferencia se mantiene, e incluso se amplía: 48% de los jóvenes de NSE alto reportan tener amigos apostadores frente a un 31% de los jóvenes en NSE bajo. La práctica propia, en cambio, no presenta tal distancia (6% en ambos NSE).

Modalidades y motivaciones

En estos dos años hubo variaciones en qué apuestan los jóvenes. Entre quienes reportan tener amigos que apuestan, los casinos virtuales siguen siendo la modalidad más conocida (60%), pero perdieron buena parte del peso que tenían en 2024 (77%). **Las apuestas deportivas, en cambio, casi duplican su presencia**: pasan de dos de cada diez menciones (23%) a cuatro de cada diez (40%)[23].

Gráfico 21. Tipo de apuestas conocida entre amigos: casinos vs. deportes

Distribución del tipo de apuesta, según año y variables sociodemográficas



El giro hacia lo deportivo se reparte de forma desigual. Entre los varones, las apuestas deportivas casi igualan a los casinos (48% y 52%); entre las mujeres, los casinos siguen predominando (70% frente a 30%). Por nivel socioeconómico, la proporción de

[23] Al igual que en 2024, la lotería y otras modalidades resultan marginales, representando en conjunto menos del 2% de las respuestas, por lo que se dejan de lado para el análisis.

apuestas deportivas crece del 32% en el nivel bajo al 48% en el alto. El patrón de 2024 (más apuestas deportivas entre varones y en niveles altos) se afirma en 2026. Por último, la edad muestra un resultado menos esperable: los adolescentes de 14 a 16 años mencionan más las apuestas deportivas que los de 17 a 19 (45% frente a 37%).

Las motivaciones que los jóvenes atribuyen a sus amigos repiten casi exactamente las de 2024. El 60% cree que sus amigos apuestan buscando "dinero fácil", el 30% por diversión, el 6% porque les resulta adictivo y el 4% para comprar algo caro. Es la lógica que expresaba en primera persona una participante de NSE bajo: “tengo la plata enseguida, sin trabajar”.

En las motivaciones no hay diferencias de edad ni de género, pero sí una marcada segmentación socioeconómica. La búsqueda de dinero fácil desciende del 66% en el nivel bajo al 55% en el alto. La diversión sigue el camino inverso: del 23% en NSE bajo al 34% en NSE alto. El tipo de apuesta muestra la misma división. Donde predominan los casinos, la ganancia rápida pesa más (62%, frente a 57% donde predominan las deportivas); donde predominan las deportivas, pesa más la diversión (33% frente a 27%). En los sectores de menores recursos y en torno a los casinos, la apuesta se percibe como una fuente de ingresos. En los de mayores recursos y en torno al deporte, se acerca más al entretenimiento.

Factores de riesgo y percepción de la problemática

Los factores de riesgo asociados a las apuestas online tienen dos orígenes: la actitud de los propios jóvenes y el funcionamiento de las plataformas.

Del lado de los jóvenes, persiste la indiferencia frente a la legalidad. **Entre quienes tienen amigos que apuestan, el 37% dice que esos amigos no revisan si el sitio es legal y que tampoco les importa, la misma proporción que en 2024.** Otro 30% dice que no lo revisan aunque sí les importa, y solo un tercio (34%) afirma que lo chequean.

Del lado de la oferta, los grupos focales muestran un segundo riesgo. En tres grupos apareció, sin que se preguntara, la ausencia de verificación de edad en las plataformas: “no les pide ser mayores de edad para apostar ni nada”; “no hay mucha seguridad respecto a los menores con el tema de los casinos online o las apuestas digitales”; “eso no tiene ningún medio de seguridad para corroborar que sos mayor de edad”. La indiferencia normativa parecería ser un riesgo del lado de la demanda. La falta de controles de edad, en contraste, una falla de la oferta.

A esa falla se suma otra, que también surgió de forma espontánea y vincula la exposición con el consumo de deportes: la publicidad.

> “(...) Otro detalle es la propaganda que le hacen. Bueno, yo que veo fútbol, te están con el cuento de decirte "no a la piratería" o "no a esto", pero te saltan una publicidad de cualquier casa de apuestas, y quieras o no, te termina llevando a eso, a querer apostar, a invertir plata en las apuestas (...) no se le da mucha [importancia] a eso. Y, queramos o no, las redes te terminan llevando a eso inconscientemente (...)” (Varón - Alto)

Por último, las apuestas online son, por amplio margen, el tema menos mencionado en las conversaciones familiares. Solo el 4% dice que surge en los almuerzos familiares,

frente al 50% que menciona la inflación, el 40% el fútbol y el 39% las inversiones para la casa.

El cruce con la práctica cambia la lectura de ese dato. Entre los adolescentes que indican haber apostado en el último mes, el 10% indica haber conversado sobre esta temática en un almuerzo familiar. Entre quienes indican no haber apostado, solo el 3% reporta haber mantenido esta conversación. **Parecería que el tema no aparece en la mesa familiar como prevención, sino donde la apuesta ya está presente.**

En los grupos focales, la conversación familiar aparece a partir de un caso cercano: un familiar que "(...) hizo como un punto de quiebre y lo internaron (...)"; "(...) la historia del hijo de un amigo de mi papá (...)"; "mi mamá apuesta". En casa, el tema se habla cuando alguien cercano apuesta o tiene un problema con el juego, como experiencia o como advertencia; no parece ser parte de una conversación habitual.

Por otro lado, la experiencia de tres de los cuatro grupos indica que en la escuela se habla poco de este tema: "(...) En mi colegio nunca lo hablaron, nunca hubo charlas (...)". Otro testimonio cuenta que se habló "una sola vez", y no "de ludopatía, sino sobre adicciones en general". No obstante, existe una demanda o preocupación al respecto:

> "(...) En mi escuela nunca hablaron de ese tema. Habrán hablado de adicción a las drogas (...) pero de ludopatía no. Y yo siento que es algo que tiene que empezar a ser como obligación, porque lo que estoy viendo últimamente es que en Argentina está habiendo muchos casos de ludopatía. Y se tiene que hablar (...)" (Varón - Alto)

En resumen, menos jóvenes tienen amigos que apuestan, pero la práctica declarada, las motivaciones y la indiferencia frente a la legalidad persisten. Más que una retracción, lo que se observa es una concentración. La exposición y las apuestas deportivas se afianzan entre los varones de mayor nivel socioeconómico. La práctica propia depende sobre todo del género y de tener dinero propio. Se habla poco en casa y en la escuela, que es el espacio con más margen para llegar antes de que los jóvenes apuesten.

Principales hallazgos. Apuestas virtuales.	
Dimensión	**Hallazgo clave**
Exposición y práctica	Quienes tienen amigos que apuestan caen del 54% al 39%, pero la práctica propia se mantiene (6,5% vs 7% en 2024)
Perfil	El género es el eje principal: apuesta el 10% de los varones vs el 3% de las mujeres. También pesa tener dinero propio (11% entre quienes trabajan vs 6%)
Modalidades y	Las apuestas deportivas casi se duplican (23% a 40%). El

motivaciones	“dinero fácil” sigue siendo la motivación principal (60%)
Factores de riesgo	El 37% no chequea la legalidad ni le importa, igual que en 2024. Las plataformas no controlan la edad y el tema casi no se habla en casa (4%)

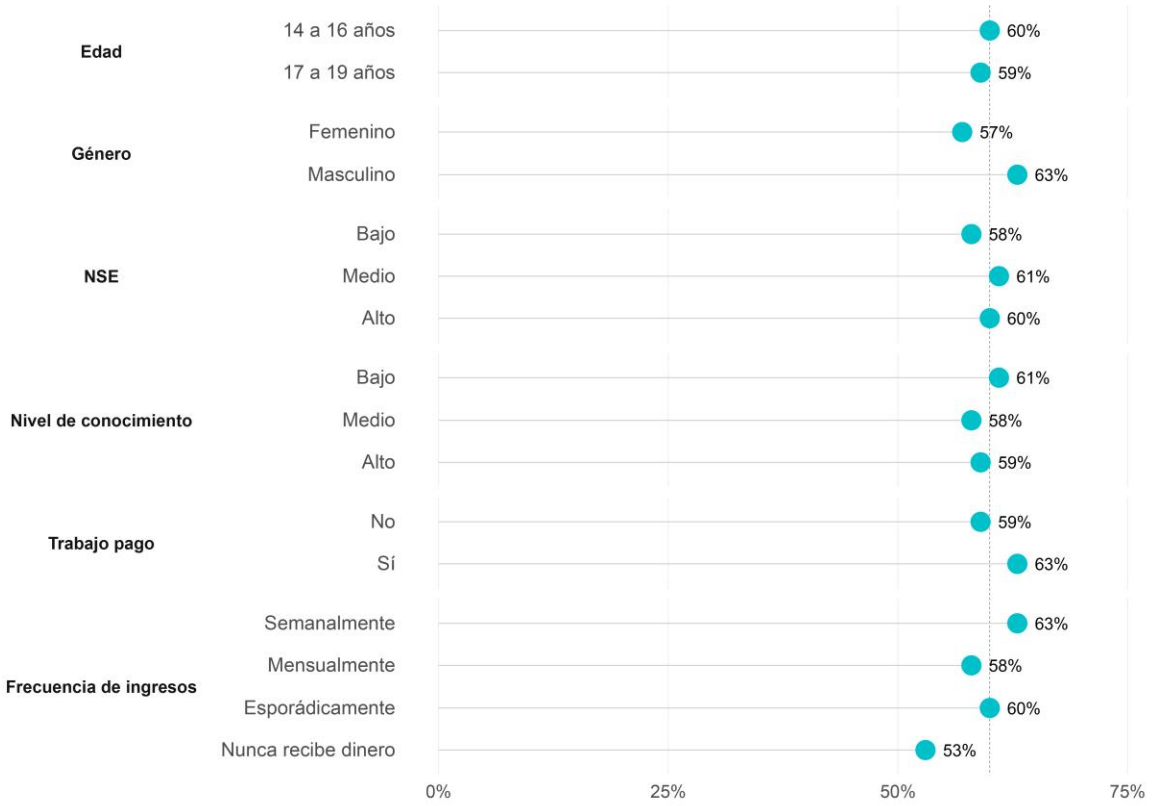
IV.d. ¿Quiénes se encuentran expuestos a mayor riesgo?

Los apartados anteriores analizaron cada riesgo por separado. Para identificar qué perfiles concentran la exposición, se construyó un índice con cuatro conductas de riesgo: poner todos o más de la mitad de los ahorros en una inversión sugerida por un video de redes sociales o por una IA, hacer clic o responder un mensaje de estafa, haber apostado online en el último mes y seguir directamente (sin contrastar) el consejo de una IA sobre dinero (ver apartado V.b). Se considera expuesto a quien presenta al menos una de ellas. Con este criterio, **el 60% de los adolescentes se encuentra expuesto a al menos un riesgo financiero digital**[24]. Este valor debe leerse como un piso, dado que se trata de conductas autodeclaradas.

[24]Como la situación del consejo de inversión se asignó al azar (ver apartado IV.a), el índice se calculó solo sobre los 2.032 adolescentes que recibieron el consejo de un video de redes sociales o de una IA. Los 2.112 restantes lo recibieron de un familiar o de una persona experta, fuentes que este índice no considera de riesgo, por lo que quedan fuera del cálculo. Al ser una asignación aleatoria, la submuestra conserva la composición de la muestra total.

Gráfico 22. Jóvenes expuestos a al menos un riesgo financiero

Porcentaje expuesto a al menos un riesgo financiero, según variables sociodemográficas, nivel de conocimiento, situación laboral y frecuencia de ingresos (línea punteada = valor general, 60%)



La exposición se distribuye de forma bastante homogénea. Ningún perfil concentra el riesgo: las diferencias entre grupos son acotadas. Las brechas que aparecen van en la misma dirección que en los apartados anteriores. Los varones están algo más expuestos que las mujeres (63% frente a 57%), al igual que quienes cuentan con dinero propio: ya sea porque tienen un trabajo pago (63% frente a 59%) o porque reciben dinero todas las semanas de sus padres (63%, frente a 53% de quienes nunca reciben). Por edad o nivel socioeconómico las diferencias son mínimas (entre 58% y 61% en todos los casos).

Por último, el conocimiento financiero casi no modifica la exposición. Quienes tienen un nivel alto están tan expuestos como quienes tienen un nivel bajo. En línea con lo observado en el apartado IV.a, saber más no parece reducir la disposición a seguir un consejo de inversión que llega por redes o por una IA, aunque sí modera cuánto se arriesga cuando se lo sigue. Por eso, el desafío no es solo que la educación financiera llegue a más jóvenes, sino que incorpore criterios para evaluar consejos y dimensionar el riesgo: quién recomienda, qué promete y qué parte de los ahorros conviene comprometer. Al tratarse de un riesgo transversal, esto refuerza la necesidad de estrategias preventivas y universales desde la escuela, con especial atención a los varones y a quienes ya manejan dinero propio de forma regular.

Principales hallazgos. Exposición al riesgo.	
Dimensión	**Hallazgo clave**
Exposición al riesgo	Un 60% de los jóvenes se encuentra expuesto al menos a un riesgo digital.
Perfiles de mayor exposición	Mayor vulnerabilidad en los varones y entre quienes manejan dinero (ya sea porque se lo dan sus padres o porque tienen un trabajo pago)

Capítulo V. Inteligencia artificial y finanzas personales

El capítulo anterior recorrió los riesgos del ecosistema digital: redes sociales, estafas y apuestas. La inteligencia artificial podría haberse incluido allí, pero se le dedica un capítulo propio por dos razones. La primera es su novedad. Es la primera vez que esta serie la releva, de modo que todavía no hay una medición previa contra la cual comparar. La segunda es que no está claro que se trate de un riesgo o, al menos, no en todo momento. La misma herramienta que puede dar una recomendación sin respaldo también puede explicar un concepto financiero de forma inmediata, gratuita y adaptada a quien pregunta. Cuál de las dos cosas predomina depende en buena medida de cómo la usan los jóvenes y del criterio con que evalúan lo que les responde.

Algunos datos ya presentados anticipan esa tensión. **La IA forma parte de la vida cotidiana de los adolescentes: el 98% utiliza IA y el 75% lo hace todas las semanas, pero solo el 11% la menciona como fuente de información sobre dinero, y apenas el 15% dice que el tema llega a la conversación familiar.**

El capítulo se organiza en dos apartados. El primero (V.a) describe la frecuencia, los usos generales de la IA y el grado de alfabetización en IA según el marco de la OCDE y la Comisión Europea[25]. El interés de este último punto está en la capacidad de evaluar críticamente lo que la herramienta produce, que es condición para usarla con criterio en cuestiones vinculadas con el dinero. El segundo (V.b) se concentra en el vínculo con las finanzas personales: para qué la usan en cuestiones de dinero, cuánto confían en ella y qué harían ante un consejo concreto. Las expectativas sobre el impacto de la IA en el trabajo se abordan en el Capítulo VI.

V.a. Usos generales y alfabetización en IA

Acceso y frecuencia

El acceso a la inteligencia artificial está prácticamente generalizado. ChatGPT es, por amplio margen, la más difundida (89%), seguida por Gemini (57%). Las demás tienen una presencia marginal, menor al 10%[26].

Más de la mitad de los jóvenes (57%) combina dos asistentes de IA o más. Aunque no se observan diferencias por género o edad, sí hay un matiz a nivel socioeconómico. Mientras todos acceden en similar proporción a la IA, se observa que los jóvenes de mayor nivel socioeconómico tienden a diversificar el uso en varias IAs. Por ejemplo, el 49% de los jóvenes de nivel socioeconómico bajo utiliza una sola IA, frente al 29% en el nivel alto. En el otro extremo, mientras que solo el 9% de los jóvenes de NSE bajo utilizan 3, 4 o 5 asistentes de IA, esto es afirmado por el 22% de los jóvenes de NSE alto.

En los grupos focales hubo una sola participante que no la utiliza por decisión propia. Su testimonio también muestra que no usarla no significa necesariamente no estar expuesta:

[25] Marco de alfabetización en IA desarrollado por la OCDE y la Comisión Europea (AILit, 2025).

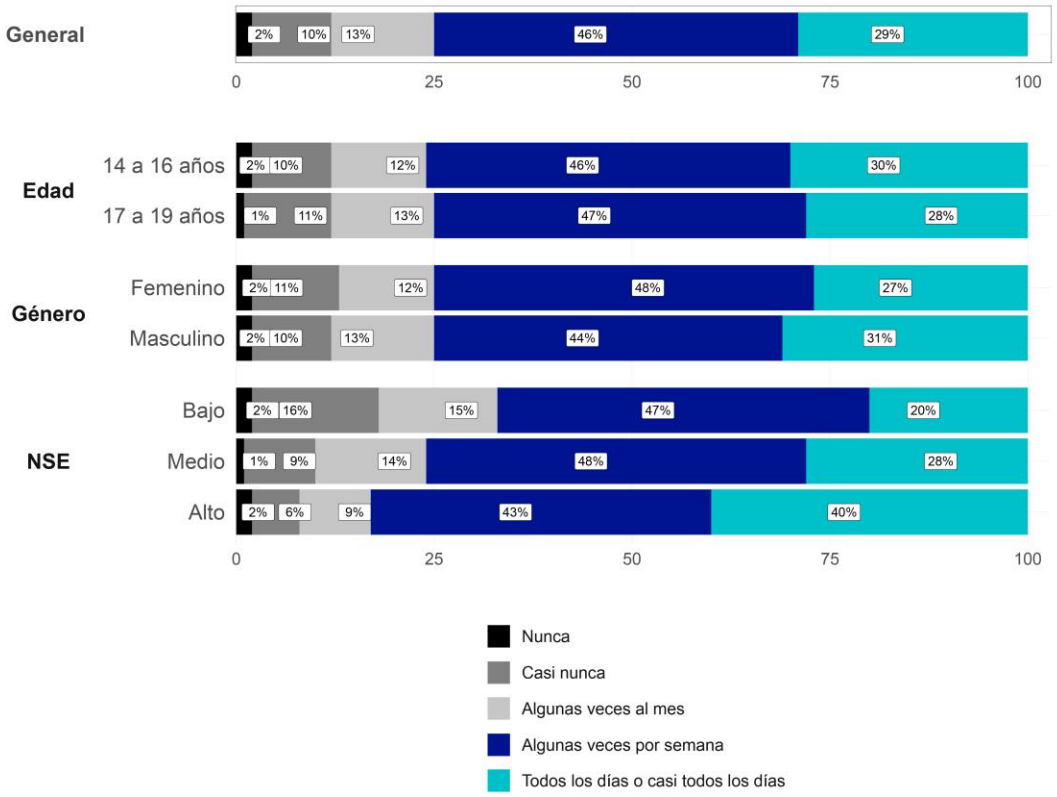
[26] Otras mencionadas son Claude, Copilot, Dola IA, Grok, Perplexity, NotebookLM.

> “(...) Yo personalmente no uso la inteligencia artificial, al menos no voluntariamente (porque Google ya tiene la opción automática, que te sale la respuesta). Entonces yo no entro en ChatGPT ni en Gemini ni nada, porque no me siento cómoda hablando con una IA (...)” (Mujer - Alto)

Quienes la usan lo hacen con frecuencia. **Tres de cada cuatro adolescentes (75%) usan la IA al menos una vez por semana, y el 29% lo hace todos o casi todos los días.** No hay diferencias por género ni por edad. Sí las hay, nuevamente, por nivel socioeconómico: el uso diario se duplica del 20% en el NSE bajo al 40% de los jóvenes en el NSE alto.

Gráfico 23. Frecuencia de uso de IA

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas



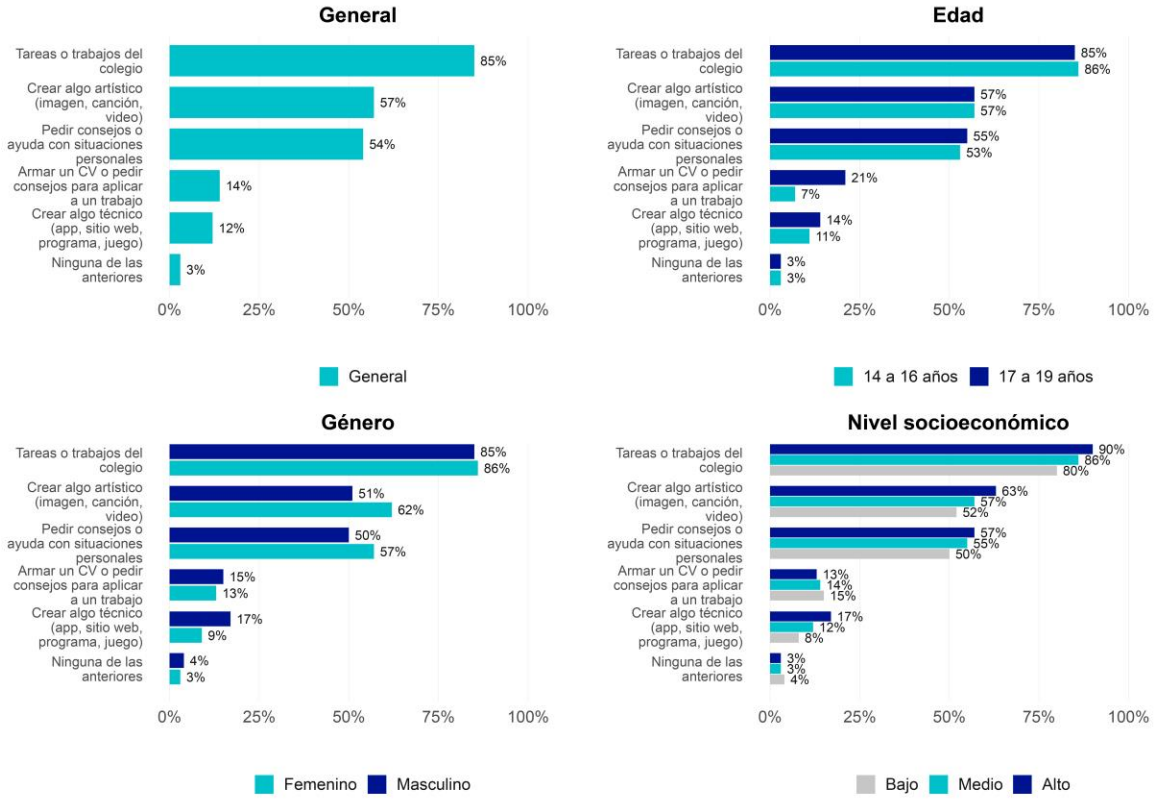
En cuanto al tipo de uso, predomina el escolar. El 85% usó la IA para tareas o trabajos del colegio, el 57% para crear algo artístico (una imagen, una canción, un video) y el 54% para pedir consejos o ayuda con situaciones personales. Los usos vinculados al mundo del trabajo o a la producción técnica son minoritarios: el 14% la usó para armar un CV o preparar una postulación y el 12% para crear algo técnico, como una aplicación o un sitio web.

Los usos sí varían según el perfil. Las mujeres la usan más para crear contenido artístico (62% frente a 51%) y los varones para la producción técnica (17% frente a 9%). El gradiente en el nivel socioeconómico se profundiza en categorías como el uso escolar, que va del 80% al 90% de bajo a alto, y el técnico, que va del 8% al 17%. Respecto de la edad, la única diferencia observada está en la realización del CV, que pasa del 7% entre los de 14 a 16 años al 21% entre los de 17 a 19, lo que acompaña la cercanía del egreso.

Para los fines de este informe, el dato más relevante es el 54% que ya le pide consejo a la IA sobre cuestiones personales. La costumbre de consultarle está instalada. Lo que se analiza en el apartado V.b es si esa costumbre se extiende a las decisiones sobre dinero.

Gráfico 24. Tipo de uso de IA

Porcentaje de jóvenes que usa la IA para cada fin, según variables sociodemográficas (respuesta múltiple)



El rol de la escuela

El uso escolar, como se mencionó, es el más extendido, y los grupos focales muestran que la escuela no solo es el lugar donde se usa la IA, sino también un actor que la regula, con posiciones opuestas. Un punto a resaltar en este sentido es que casi todos los testimonios que surgieron sobre el rol de la escuela y su posición respecto a la IA fueron en los grupos focales de NSE alto. Por un lado, en algunas escuelas se enseña a usarla y los propios docentes la incorporan:

> "(...) los alumnos la usamos cuando nos dicen los profesores, y ellos nos dan instrucciones de qué tipo de preguntas les tenemos que hacer, o qué tipo de guía (...)" (Varón - Alto)

En otras, la posición es la contraria: "(...) Los profesores siempre tienen una mirada donde tratan de no usarla (...)" (Varón - Alto); "(...) en mi colegio la demonizan, no les gusta que hagamos nada con ella (...)" (Mujer - Alto). Entre esos dos extremos, una participante señala lo que falta:

> "(...) tampoco nos enseñan cómo debemos usarla; no tiene un manual, por así decirlo, de cómo podemos utilizarla, en qué sentido nos puede ayudar,

> en qué sentido deberíamos comenzar a pensar por nosotros mismos (...)" (Mujer - Alto)

Como se vio en el apartado III.c, los docentes son una de las fuentes de información financiera más importantes. La escuela es el espacio con más margen para formar criterios de uso, pero hoy lo aprovecha de manera desigual.

En tres de los cuatro grupos surgió, sin que se preguntara, la misma preocupación: que delegar en la IA erosione la capacidad de pensar. Un varón de nivel alto dice que con su uso "(...) te vas volviendo un poco más tonto en el sentido común (...)". Una participante de nivel bajo cuenta que, a fuerza de pedirle a ChatGPT cada respuesta, se dio cuenta de que "ya ni siquiera pensaba":

> "(...) no quiero perder esa capacidad cognitiva de mi mente (...) Quiero aprender a pensar por mí misma, y no quiero todo el tiempo utilizarla para que ella piense por mí (...)" (Mujer - Bajo)

Otra participante lo plantea de esta forma:

> "(...) mi cerebro se va a quedar sin procesar, sin hacer problemas. Entonces, si uso solo la IA, sin ofender a nadie, me quedo un poquito tonta, porque no pienso (...)" (Mujer - Alto)

Cabe destacar que este es un argumento socialmente valorado, dicho ante pares y ante moderadores adultos. No es posible saber exactamente cuánto de esa preocupación refleja una comprensión crítica efectiva y cuánto responde a criterios de deseabilidad social. Sin embargo, como se verá en el próximo apartado, se puede pensar en un acercamiento al nivel de alfabetización en IA en adolescentes argentinos.

Alfabetización en IA

La encuesta incluyó cuatro situaciones breves basadas en el marco de Alfabetización en IA de la OCDE y la Comisión Europea[27]. El marco organiza la alfabetización en IA en cuatro dominios. *Interactuar* con la IA supone entender cómo funcionan y recomiendan los sistemas con los que uno se cruza a diario. *Diseñar* implica comprender cómo se construyen, por ejemplo, que se entrenan con grandes volúmenes de datos y reflejan sus sesgos. *Gestionar* refiere a decidir qué tareas delegarle y cuáles reservar al juicio propio. *Crear* supone colaborar con la IA para refinar resultados sin perder la autoría. Cada situación se construyó a partir de uno de estos dominios, y pueden agruparse en dos. Las dos primeras apuntan a la comprensión de la herramienta: por qué a alguien le aparece cada vez más contenido sobre *cripto* y *trading* en redes (interactuar) y por qué una IA responde peor sobre inflación y plazos fijos en pesos (diseñar). Las otras dos apuntan al uso: qué tareas delegar en la organización de un viaje de egresados (gestionar) y qué hacer con un texto generado por IA para una presentación (crear). Cada situación tiene una respuesta que el marco permite identificar como la más adecuada[28]. Igual que en el experimento sobre

[27] Marco de alfabetización en IA desarrollado por la OCDE y la Comisión Europea (AILit, 2025).

[28] Las 4 situaciones completas pueden encontrarse en el Anexo I.

consejos de inversión, cada adolescente respondió una sola situación, asignada al azar[29].

Dimensión	Dominio y competencia (marco)	Situación	Respuesta adecuada	%
Comprensión	*Interactuar* con IA: examinar cómo recomiendan los sistemas predictivos	Contenido *cripto/trading* en redes	El sistema aprendió de la propia interacción	36%
	Diseñar IA: cómo los datos de entrenamiento afectan al modelo	La IA responde peor sobre inflación y plazo fijo	Entrenada sobre todo con información de otros países	47%
Uso	*Gestionar* IA: decidir qué tareas delegar según la capacidad de la IA y de las personas	Tareas del viaje de egresados	Presupuesto y mensaje sí, no la situación de los compañeros	55%
	Crear con IA: colaborar con la IA para refinar resultados	Texto generado para una presentación	Usarlo como guía y reemplazar ejemplos	52%

Las situaciones de comprensión son las que muestran más dificultades. Ante la pregunta de por qué a alguien le aparece cada vez más contenido sobre *cripto* y *trading* en sus redes sociales, solo el 36% reconoce que el sistema aprendió de su propia interacción. Otro 36% cree que le aparece "a todos por igual" y el 23% lo atribuye a la casualidad. Es la competencia menos desarrollada y, a la vez, la más ligada al contenido financiero que les llega por redes. En la segunda situación, el 47% identifica la causa correcta. La IA fue hecha sobre todo con información en inglés y de otros países, donde la inflación alta y los plazos fijos en pesos no son temas tan importantes. El 21% cree que la IA "tiene opiniones propias", justamente la idea que el marco busca desarmar: la IA genera resultados parecidos a los humanos, pero sin comprensión ni intención propias. Un testimonio cualitativo refleja esta competencia:

> "(...) por ahí la IA toma la mayoría de las cosas de internet misma, y por ahí hay fuentes de Google o de donde sea que tienen [la información] abierta, digamos, para que cualquier persona pueda entrar y editar esa información. Entonces uno nunca sabe si es verdadero o falso" (Mujer - Bajo)

En las situaciones de uso, algo más de la mitad elige la respuesta adecuada. El ejercicio del viaje de egresados plantea tres tareas (armar el presupuesto, redactar el mensaje a las familias y resolver la situación de los compañeros que no pueden pagar) y pregunta para cuáles usarían IA. El 55% la usaría para el presupuesto y el mensaje y resolvería en persona la situación de los compañeros. El 23% le delegaría ese juicio (13% solo esa tarea y un 10%, las tres) y el 22% no la usaría para nada. En los grupos focales, esta división de tareas aparece en la práctica: un participante con un emprendimiento gastronómico usa la IA para calcular costos y precios, pero se reserva la decisión: "(...) lo

[29] Bases de 1.016 a 1.062 casos por situación.

uso para poner el precio del producto, calcular el precio, para darme un presupuesto (...) yo más que nada la tomo, digamos, con pinzas (...)" (Varón - Alto). Frente al texto generado para una presentación, el 52% lo usaría como guía y reemplazaría los ejemplos por experiencias propias. El resto acepta el texto sin intervenirlo: pide varias versiones y elige una (24%) o pide que se lo explique pero lo presenta igual (17%), entre otras.

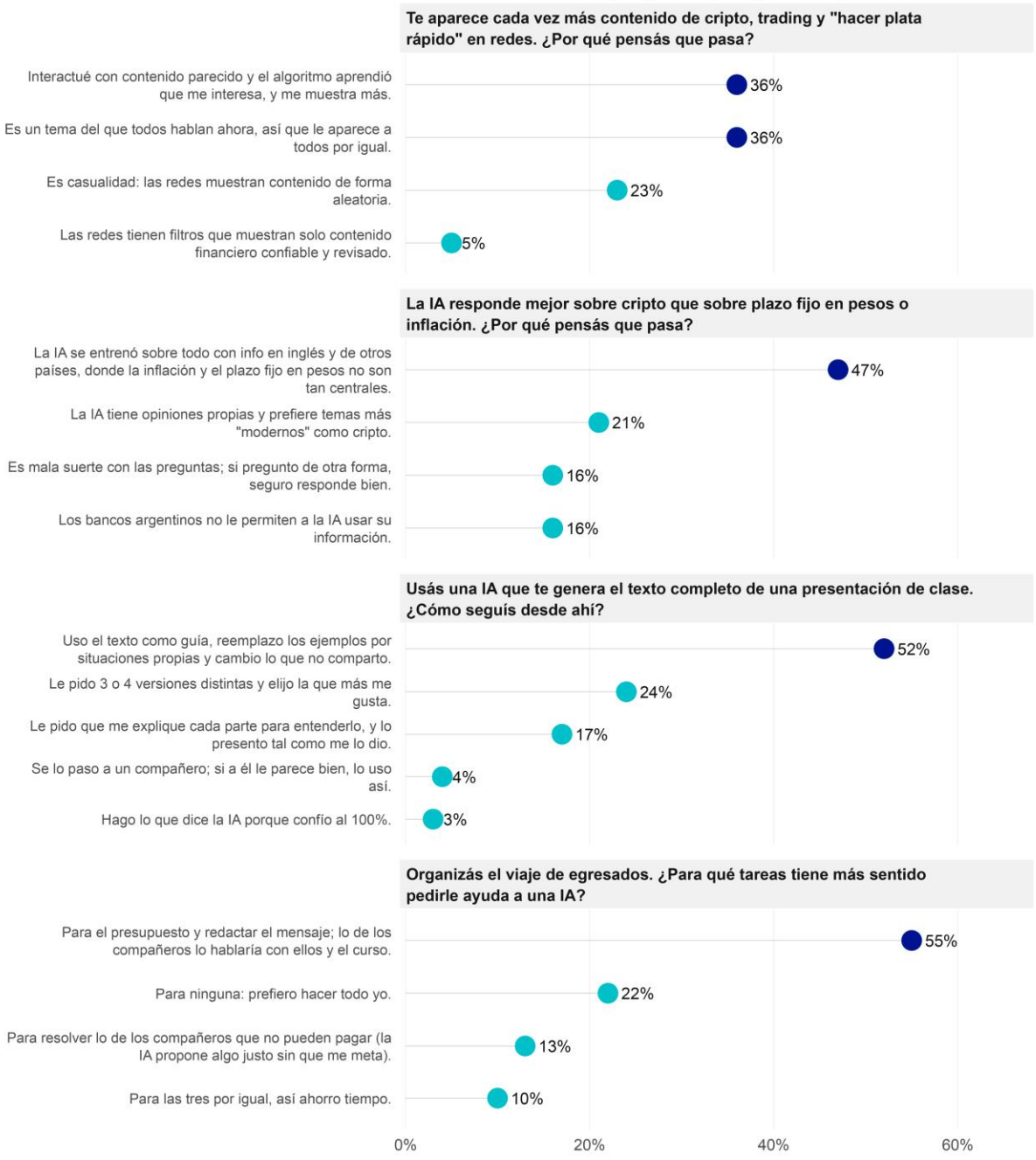
Al abrir los resultados aparecen dos brechas. La primera es socioeconómica y replica lo observado en el conocimiento financiero (apartado III.c). Los adolescentes de nivel bajo eligen menos la respuesta adecuada en las dos situaciones de comprensión: el 31% reconoce el funcionamiento del algoritmo, frente al 40% del nivel alto, y el 41% identifica el efecto de los datos de entrenamiento, frente al 50%. **La brecha de nivel socioeconómico en términos de alfabetización de IA es novedosa y con potencial de crecer a medida que unos sofistiquen su uso más rápido que otros.** La segunda es de género y aparece en la situación más técnica. Los varones reconocen más el funcionamiento del algoritmo de recomendación (42% frente a 31%) y la presencia de sesgos en el entrenamiento (49% vs. 46%). En las situaciones que hacen al uso responsable, en cambio, esa ventaja desaparece, e incluso son las mujeres quienes eligen más la respuesta adecuada (57% frente a 47% en la presentación; 58% frente a 52% en el viaje)[30].

En cada situación, entre cuatro y seis de cada diez adolescentes no eligen la respuesta adecuada. Si bien estos resultados son entendibles por lo novedoso del fenómeno, la escuela aparece nuevamente como el lugar adecuado para empezar a revertir esta situación. Queda analizar qué sucede cuando lo que está en juego es el dinero, algo que se desarrollará en el próximo apartado.

[30] Se analizaron también las respuestas por edad, sin encontrar diferencias relevantes.

Gráfico 25. Escenarios de uso de IA y redes sociales

Porcentaje de jóvenes que eligió cada respuesta



Principales hallazgos. Usos generales y alfabetización en IA.

Dimensión	Hallazgo clave
Acceso y usos	75% usa IA al menos una vez por semana. Predomina el uso escolar (85%) y el 54% ya le pide consejo sobre cuestiones personales

Nueva brecha socioeconómica	Se presenta un mayor uso en NSE más alto. El 40% del NSE alto utiliza IA de manera diaria, solo lo hace el 20% de NSE bajo
Rol de la escuela	Regula la IA con posiciones opuestas (la incorpora o la prohíbe)
Alfabetización en IA	Comprender cómo funciona cuesta más que usarla bien: 36% y 47% de respuestas adecuadas en comprensión vs 52% y 55% en uso

V.b. La IA como fuente de consulta financiera

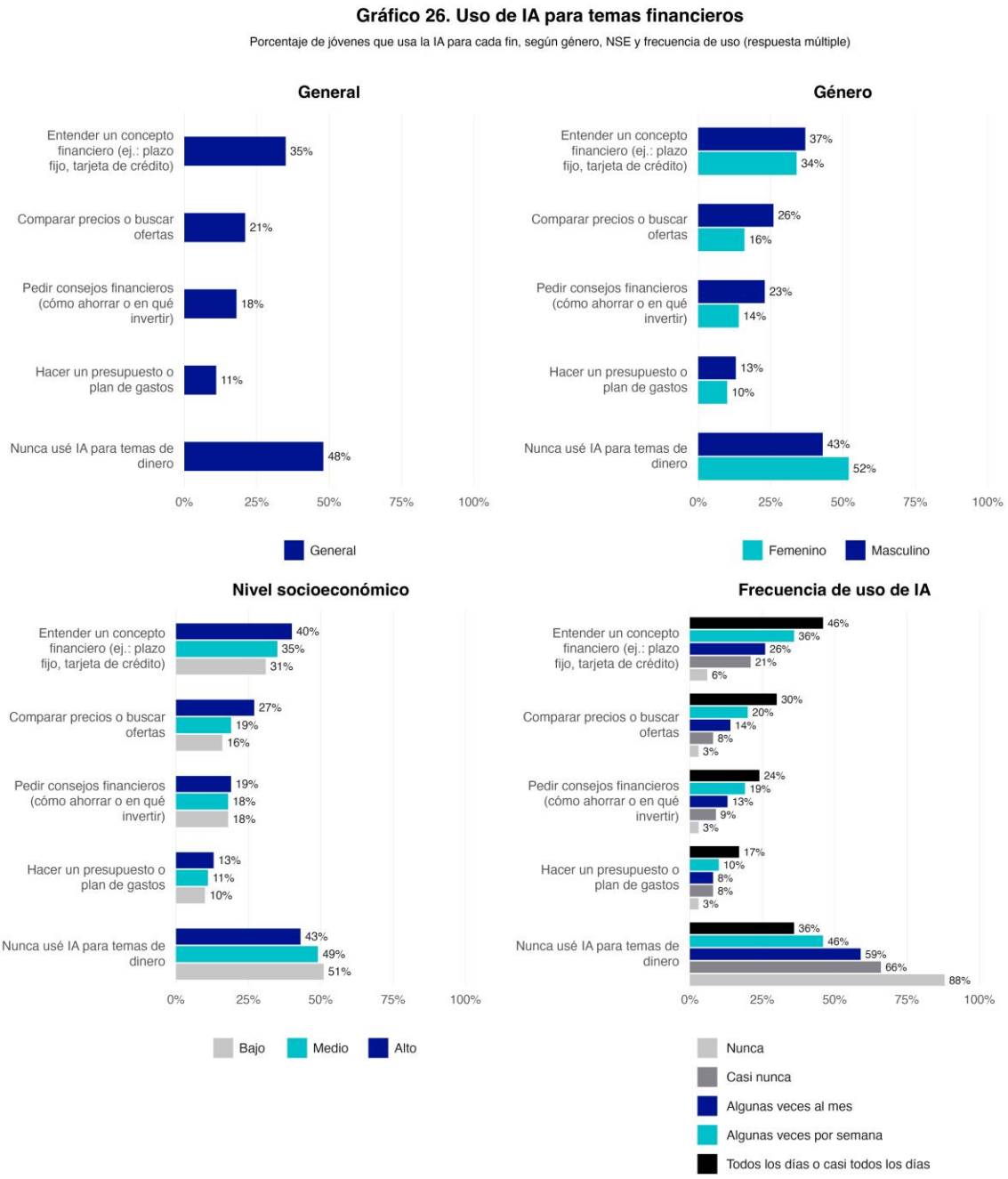
Como se vio en el apartado anterior, más de la mitad de los adolescentes (54%) ya le pide consejo a la IA sobre cuestiones personales. Este apartado analiza si esa costumbre llega también al dinero: para qué la usan en esos temas, cuánto confían en ella y qué hacen cuando les da un consejo.

Para qué utilizan la IA en el ámbito económico

Mientras que casi el 100% de los jóvenes utiliza IA, solo la mitad (52%) empleó alguna vez la IA para temas relacionados con el dinero. El uso más extendido es entender un concepto financiero (35%). Le siguen comparar precios o buscar ofertas (21%), pedir consejos sobre cómo ahorrar o en qué invertir (18%) y armar un presupuesto (11%). Es decir, predomina el uso para entender por sobre el uso para decidir.

Las diferencias acompañan a las que se vieron en el uso general. **Las mujeres y los jóvenes de NSE bajo la usan menos para temas de dinero.** Por un lado, el 52% de las mujeres nunca lo hizo, frente al 43% de los varones. La distancia se agranda en los usos más cercanos a una decisión, como pedir consejos (14% de las mujeres lo hicieron frente a un 23% de los varones) o comparar precios (16% frente a 26%). Por nivel socioeconómico, entender conceptos aumenta del 31% en el nivel bajo al 40% en el alto, y comparar precios, del 16% al 27%. Pedir consejos, en cambio, se mantiene en torno al 18% en los tres niveles.

La variable que más ordena es la frecuencia de uso general de la IA. Entre quienes la usan todos o casi todos los días, solo el 36% nunca la usó para temas de dinero. Entre quienes nunca o casi nunca la usan, esa proporción llega al 88% o al 66%, respectivamente. En otras palabras, **el uso financiero aparece a medida que la herramienta se vuelve parte de la rutina.**



Los grupos focales muestran usos concretos y variados: comparar las tasas de distintos bancos, calcular costos de un emprendimiento, averiguar precios de viajes y de carreras universitarias, preguntar dónde invertir. No obstante, ninguno de los relatos describe una decisión delegada de manera total en la herramienta. Cuando la respuesta incluía una decisión o podía tener un impacto práctico en sus finanzas, los jóvenes lo comparaban con otras fuentes o descartaban ese uso:

> "Una vez me acuerdo que le había preguntado, pero por pura casualidad, a ver qué me dice la IA de lugares para invertir. (...) Y la verdad, tuve que ir a Google porque no le creía (...) la mayoría eran de riesgo, entonces no la tomé (...)" (Mujer - Bajo)

> "Con las cuentas, en el sentido de cuánta plata te ingresa y cuánta plata vas gastando en el mes. Yo, por mi parte, prefiero corroborar por mí mismo, antes de decirle a la inteligencia artificial que lo haga. Y en una de esas (...) te deja un número mal y termino mandándome una macana" (Varón - Alto)

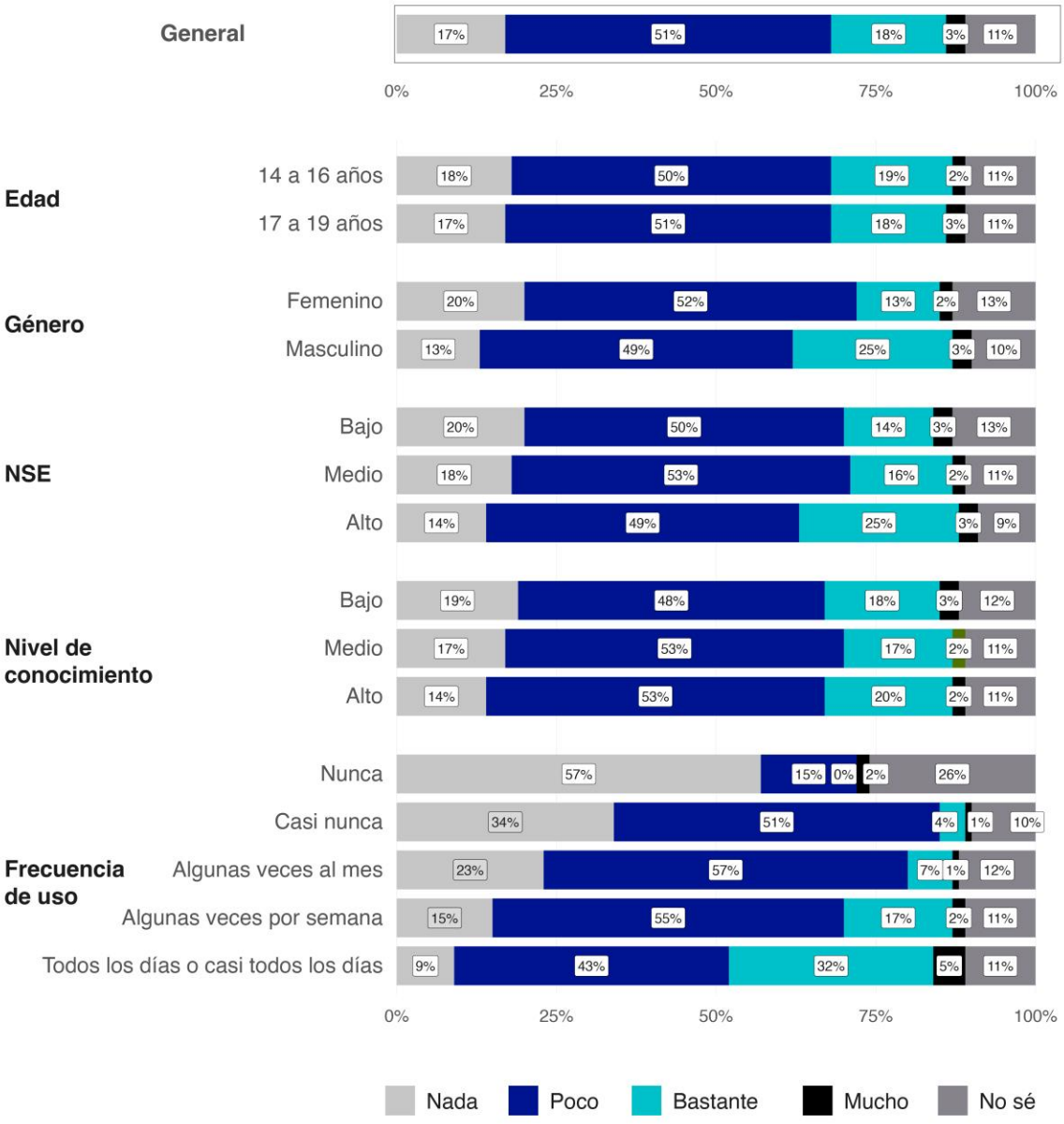
Cuánto confían en la IA para temas de dinero

La confianza es baja. Solo el 21% confiaría mucho o bastante en una IA para tomar decisiones sobre su dinero. La mitad (51%) confiaría poco, el 17% nada y el 11% no sabe. La confianza es mayor entre los varones (28%, frente al 15% de las mujeres) y en el nivel socioeconómico alto (28%, frente al 17% del bajo).

Dos cruces ayudan a leer este dato. El primero es que el conocimiento financiero no modifica la confianza: confían mucho o bastante aproximadamente el 20% de los jóvenes, sin importar su nivel de conocimiento. **Saber más de finanzas no vuelve a los adolescentes más cautos frente a la herramienta.** El segundo es que la frecuencia de uso sí la modifica: la confianza aumenta del 2% entre quienes nunca usan IA al 19% entre quienes la usan algunas veces por semana y al 37% entre quienes la usan a diario. **La familiaridad con la herramienta genera confianza en ella, aunque no esté claro que también genere criterio para evaluarla**.

Gráfico 27. ¿Qué tanto confiarías en una IA para decisiones sobre tu dinero?

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas, nivel de conocimiento y frecuencia de uso de IA



En los grupos focales, la desconfianza en torno a la IA surge de su naturaleza no humana, que no puede tomar acciones ni tiene experiencia propia:

> "(...) no es lo mismo preguntarle a una inteligencia artificial, que se basa en lo que saca de la web, que preguntarle, no sé, a un tesorero de un banco o a alguien que maneja cuentas avanzadas de un banco, que es quien más idea tiene (...)" (Varón - Alto)

> "(...) la IA no es confiable, porque la IA tira información, no exactamente acciones (...) O sea que, en otras palabras, no puede brindarte más allá que información (...)" (Mujer - Bajo)

La IA informa, pero no hace, y por eso no estaría en condiciones de aconsejar. La distinción aparece con distintas palabras en tres de los cuatro grupos. **A su vez, se elige la fuente a la que se puede responsabilizar por el resultado, y a una IA no se le puede reprochar nada.**

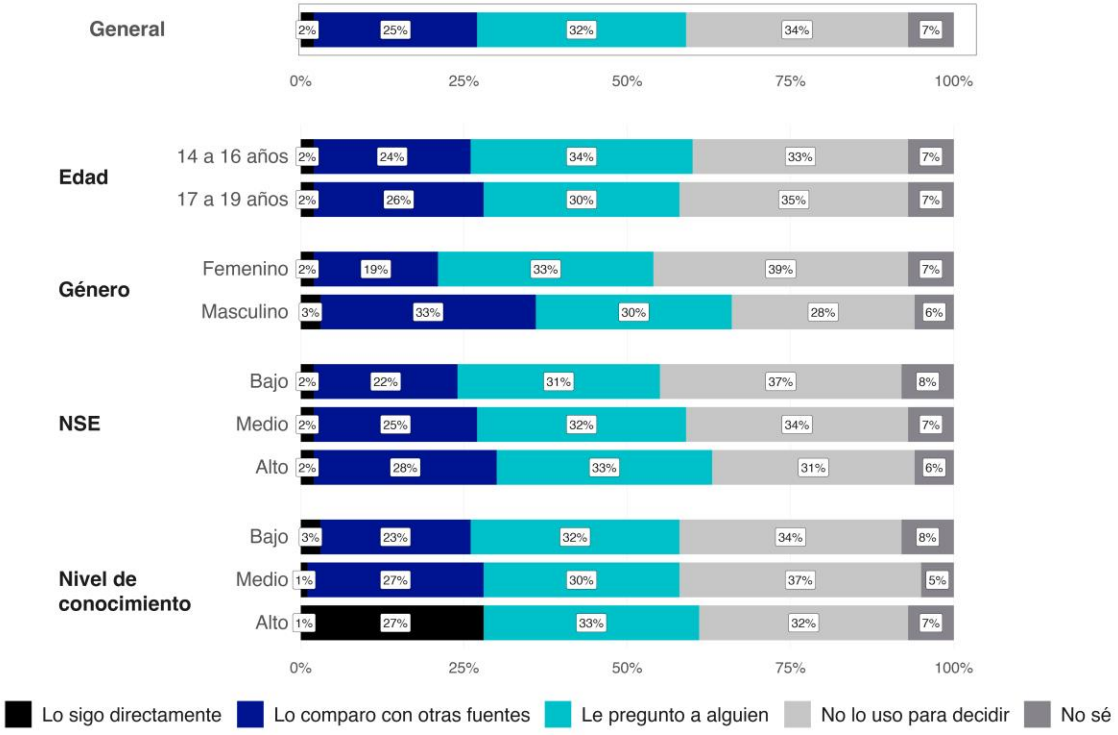
"[Confío] En mi papá, sí, así le echo la culpa a él si llega a fallar" (Mujer - Bajo)

Qué hacen frente a un consejo de la IA

Lo que los adolescentes declaran que harían con un consejo de la IA va en la misma línea de baja delegación. Solo el 2% lo seguiría directamente. El resto lo descartaría (un 34%) o lo pondría a prueba (el 32% le preguntaría a alguien y el 25% lo compararía con otras fuentes). El 7% restante no sabe qué haría.

Gráfico 28. ¿Qué hacés cuando una IA te da un consejo sobre dinero?

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas y nivel de conocimiento

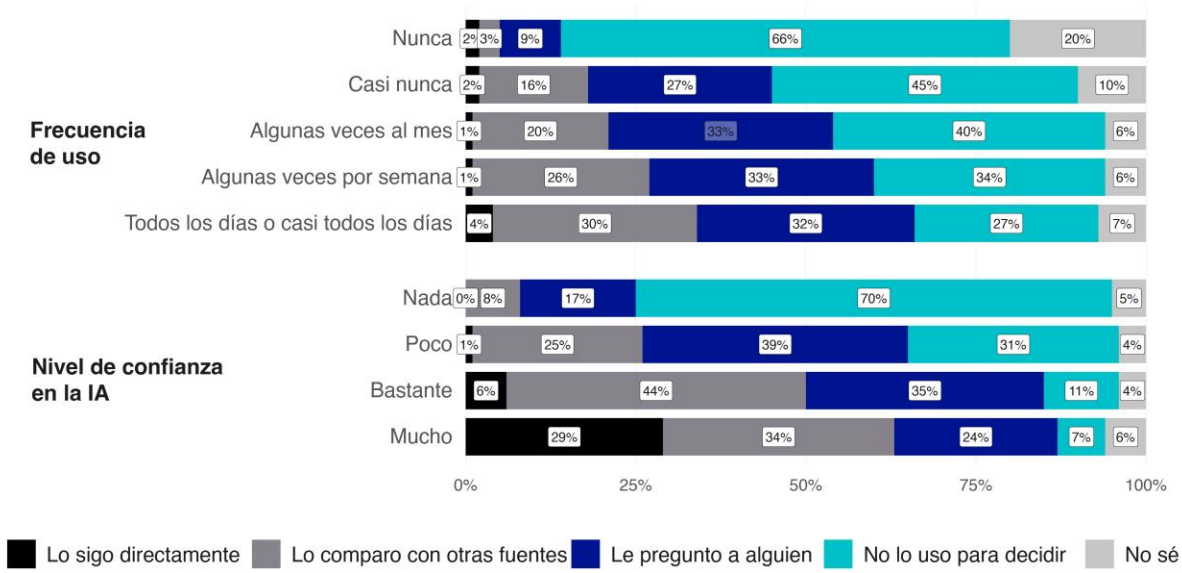


La diferencia más marcada es la de género. **Las mujeres tienden a no usar el consejo (39%, frente al 28% de los varones), mientras que los varones tienden a contrastarlo (33%, frente al 19% de las mujeres).** Por nivel socioeconómico, comparar con otras fuentes aumenta del 22% en el nivel bajo al 28% en el alto. Otra vez, el conocimiento financiero no muestra diferencias.

El uso y la confianza con la IA, en cambio, sí marcan diferencias. Entre quienes usan la IA a diario, la respuesta más frecuente es verificar: el 30% lo compararía con otras fuentes y el 32% le preguntaría a alguien. **Entre quienes no confían nada, el 70% no usaría el consejo. Entre quienes confían mucho en la IA, casi un tercio (29%) lo seguiría directamente.**

Gráfico 29. ¿Qué hacés cuando una IA te da un consejo sobre dinero?

Porcentaje de jóvenes, según frecuencia de uso y nivel de confianza en la IA



Los grupos focales matizan la lectura de que las mujeres se abstienen y los varones verifican. El chequeo más elaborado es de una mujer. Es la participante con más experiencia inversora de los grupos (opera acciones y Cedears en una cuenta junior que le abrió su padre) y es también la que dice no usar IA por decisión propia:

> "(...) No, yo chequearía tres veces mínimo. (...) Mi papá; y la aplicación de Balanz tiene un asesor financiero (...) le podría preguntar a él; y después en Wikipedia, para ver la historia de la empresa y ver cómo le fue a lo largo de los tiempos (...)" (Mujer - Alto)

Entre lo que dicen y lo que harían

Estas respuestas contrastan con lo observado en el experimento del apartado IV.a, en el que los adolescentes recibían un consejo de inversión concreto. Cuando el consejo venía de una IA, el 58% lo seguiría, es decir, pondría allí más de la mitad o la totalidad de sus ahorros (Gráfico 17). La proporción es menor que cuando el consejo venía de un familiar (77%) o de una persona experta (82%), pero mayor que cuando venía de un video de redes sociales (54%). Así, aunque solo el 21% dice confiar en la IA para decisiones de dinero y apenas el 2% afirma que seguiría su consejo sin más, ante una propuesta concreta la mayoría (58%) la seguiría. Los varones lo harían algo más que las mujeres (61% frente a 55%). La disposición a seguir el consejo es similar en los tres niveles socioeconómicos, pero la respuesta más riesgosa, poner todos los ahorros, alcanza al 14% en el nivel bajo y al 8% en el alto.

Este desfase importa para pensar intervenciones. **Advertir que la IA no es una fuente confiable tiene un efecto limitado cuando la mayoría ya lo dice pero igual seguiría un consejo concreto y razonable.** El problema no parece ser la falta de una actitud crítica en general, sino la dificultad para aplicarla en el momento de decidir. Como en el caso de la alfabetización en IA, la escuela aparece como el espacio con más margen para trabajar ese paso.

Principales hallazgos. La IA como fuente de consulta financiera.	
Dimensión	**Hallazgo clave**
Uso para temas de dinero	52% usó la IA para temas de dinero, más para entender conceptos (35%) que para decidir (18% pidió consejos de ahorro o inversión).
Confianza	Solo 21% confía mucho o bastante en la IA para decisiones de dinero. No varía con el conocimiento financiero, pero crece con el uso (37% entre quienes la usan a diario)
Reacción declarada	Solo 2% seguiría directamente un consejo de la IA; el resto lo descartaría (34%) o lo verificaría (57%)
Entre lo que dicen y lo que harían	Ante un consejo concreto, 58% pondría más de la mitad de sus ahorros. Poner todo alcanza al 14% en NSE bajo vs 8% en alto

Capítulo VI. Perspectivas de futuro

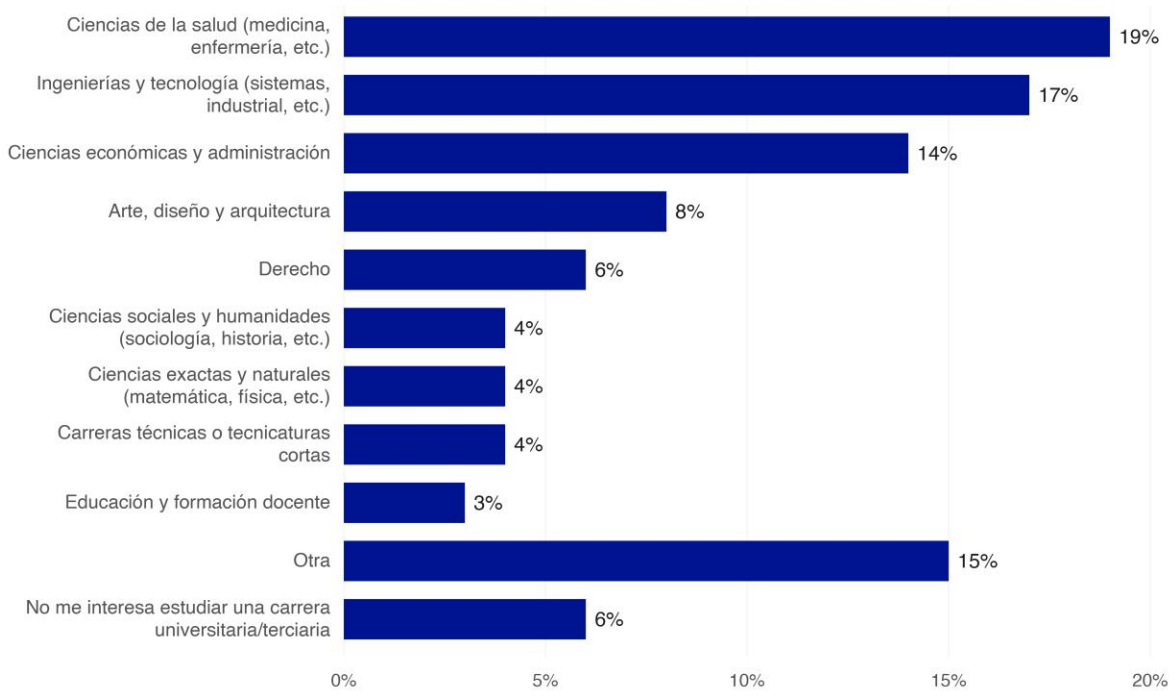
Este capítulo mira hacia adelante desde dos ángulos. El primero es el futuro propio: qué quieren estudiar los adolescentes, qué condiciona esa elección y cómo se imaginan dentro de diez años. El segundo es el futuro contextual: retomando el capítulo anterior, se indaga cómo creen los adolescentes que la inteligencia artificial transformará el mundo del trabajo y sus propias oportunidades en él.

VI.a. Futuro propio: estudio y perspectiva personal

La incorporación en 2026 de una pregunta cerrada sobre la carrera que desean seguir permite observar cómo se proyectan los adolescentes hacia su trayectoria educativa y laboral. **Las ciencias de la salud y las ingenierías son las áreas más elegidas**[31]**, pero con una segregación por género muy marcada.** La salud es la primera opción entre las mujeres (27%, frente a 9% de los varones) y las ingenierías y la tecnología son la primera entre los varones (28%, frente a 9% de las mujeres). La segunda opción para cada género es ciencias económicas y administración, que no presenta una brecha apreciable (13% de mujeres y 16% de varones).

Gráfico 30. ¿Qué te gustaría estudiar?

Porcentaje de jóvenes según la carrera que les gustaría estudiar (2026)



La última categoría “No me interesa estudiar una carrera universitaria/terciaria” se distribuye de manera diferente por género y por nivel socioeconómico. **No querer seguir estudiando es más frecuente entre los varones (11% frente a 2%), en el nivel**

[31]Dentro de la categoría “Otra” carrera, se mencionaron con cierta frecuencia Veterinaria, Policía, Gastronomía, Farmacia, Criminalística.

socioeconómico bajo (8% frente a 3% en el alto) y, de manera más leve, entre quienes tienen un trabajo pago (9% frente a 6%).

Los grupos focales informan que detrás de la elección de carrera opera, en muchos casos, una restricción económica. **En los dos grupos de nivel socioeconómico bajo, tanto de varones como de mujeres, el costo de la carrera y la distancia funcionan como una exclusión efectiva.** Se observa, además, otro patrón, con una secuencia que subordina el estudio al ingreso: primero un curso corto que genere dinero y después la carrera deseada.

> "Básicamente iba a estudiar otra carrera, pero no pude por el tema de los precios, que era muy caro y mi mamá no podía pagarlo (...)" (Mujer - Bajo)

> "(...) tengo otra carrera en mente, que es Dermatología. Pero exactamente en estos momentos no siento que la condición económica permita esa carrera (...) tengo que ir a otro lugar, y eso hace que cueste más plata (...)" (Mujer - Bajo)

> "(...) yo quería hacer un curso de peluquería para generar un ingreso, y después estudiar una carrera que me gusta (...)" (Varón - Bajo)

Más allá de la carrera, la pregunta por cómo se imaginan dentro de diez años muestra un rasgo común a los cuatro grupos: **la ambivalencia entre el miedo y el entusiasmo frente a la independencia económica.** Es un resultado que no parece distinguir por género ni por nivel socioeconómico.

> "(...) Me emociona mucho tener mi propia independencia económicamente, pero también me da un poco de miedo no poder sobrellevarlo. (...) No sé, capaz en no ahorrar lo suficiente, que un mes me falte (...)" (Mujer - Alto)

> "(...) Bueno, no se puede negar que genera capaz algo de inquietud, algo de miedo. Cuando sos joven te falta algo de conocimiento. Pero también me emociona, porque sé lo que quiero lograr, sé a lo que quiero aspirar. Y lo que me falte aprender, todo se puede aprender, tiempo tengo (...)" (Varón - Alto)

El miedo, cuando se precisa, remite a la gestión del dinero: no ahorrar lo suficiente, que falte a fin de mes. Esto se corresponde con lo observado en el apartado III.b. Solo uno de cada cuatro adolescentes (26%) se siente muy seguro para fijar objetivos financieros y armar un plan para alcanzarlos, y las dificultades para hacerlo alcanzan al 32% en el nivel bajo, frente al 22% en el alto.

También apareció en los grupos, principalmente en los de nivel socioeconómico bajo, la imposibilidad de imaginarse en ese futuro:

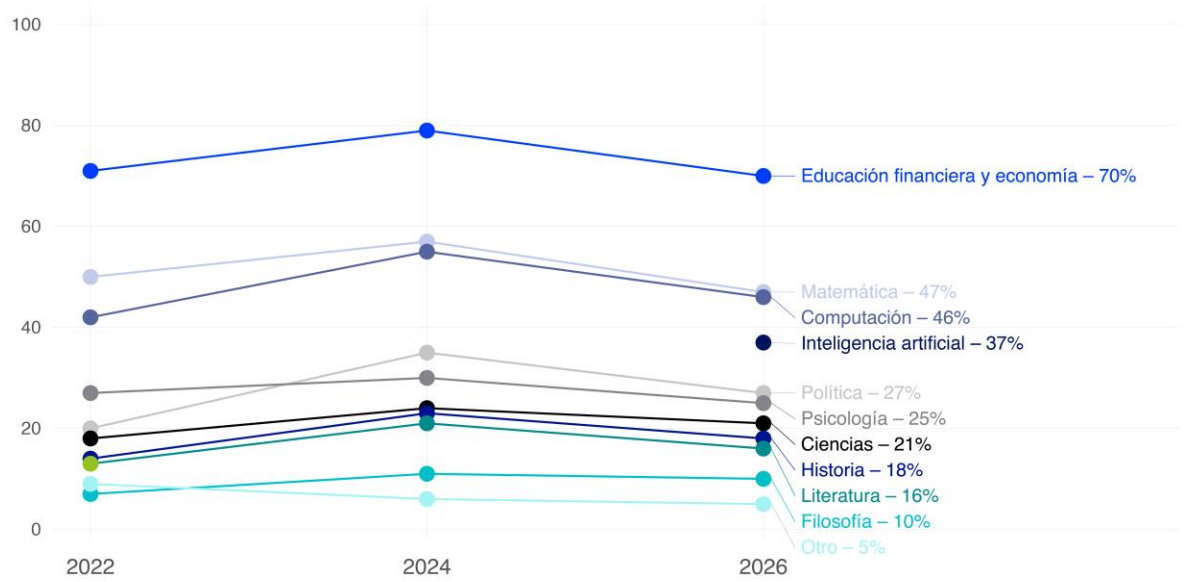
> "Yo creo que no sé cómo me veo en unos años, por así decir, qué ingresos podría llegar a tener (...)" (Mujer - Bajo)

Una compañera del mismo grupo responde en los mismos términos, "(...) también tengo incertidumbre de lo que puede llegar a pasar en 10 años (...)", y lo vincula con el contexto: "(...) no sé cómo está la inflación en el país. Como decían, la plata vale cada vez menos (...)". En los varones de nivel bajo aparece además el temor a tener que sostener el hogar: "(...) que mis padres no puedan trabajar más y yo tenga que pagar todo (...)".

Retornando al presente, se consultó qué asignaturas consideran más relevantes para aprender en la escuela. **Como en las ediciones anteriores, las tres primeras son educación financiera y economía (70%), matemática (47%) y computación (46%).**

Gráfico 31. Asignaturas relevantes a aprender en la escuela 2022-2026

Porcentaje de jóvenes que mostró interés por cierta asignatura (2022, 2024 y 2026)



La educación financiera encabeza las preferencias en ambos géneros, sin diferencias (70% de los varones y 69% de las mujeres), al igual que la matemática (48% y 46%)[32]. Las brechas aparecen en el resto de las asignaturas. Computación (53% de los varones frente a 41% de las mujeres) e inteligencia artificial (42% frente a 34%) concentran el interés masculino. Psicología (30% de las mujeres frente a 18% de los varones) y, en menor medida, política (30% frente a 24%) y literatura (19% frente a 14%) concentran el femenino.

La inteligencia artificial, consultada por primera vez, se ubica en el cuarto lugar (37%). Mientras que es indicada en similar proporción en los diferentes grupos etarios (36% entre los de 14 a 16 años y 39% entre los de 17 a 19), existe diferencia de género (mencionada previamente: 42% varones vs. 34% mujeres) y en el nivel socioeconómico. **Tres de cada diez adolescentes de NSE bajo consideran a la IA como un tópico a estudiar en la escuela (29%), lo cual aumenta a cinco de cada diez jóvenes en el NSE alto (50%).**

Principales hallazgos. Futuro propio: estudio y perspectiva personal.	
Dimensión	**Hallazgo clave**

[32] En 2026 se sumó la inteligencia artificial entre las opciones. Como cada estudiante elige solo tres tópicos, la nueva alternativa redistribuye las menciones entre las demás. Esto explicaría en buena medida por qué todas las asignaturas tienen valores más bajos que en 2024.

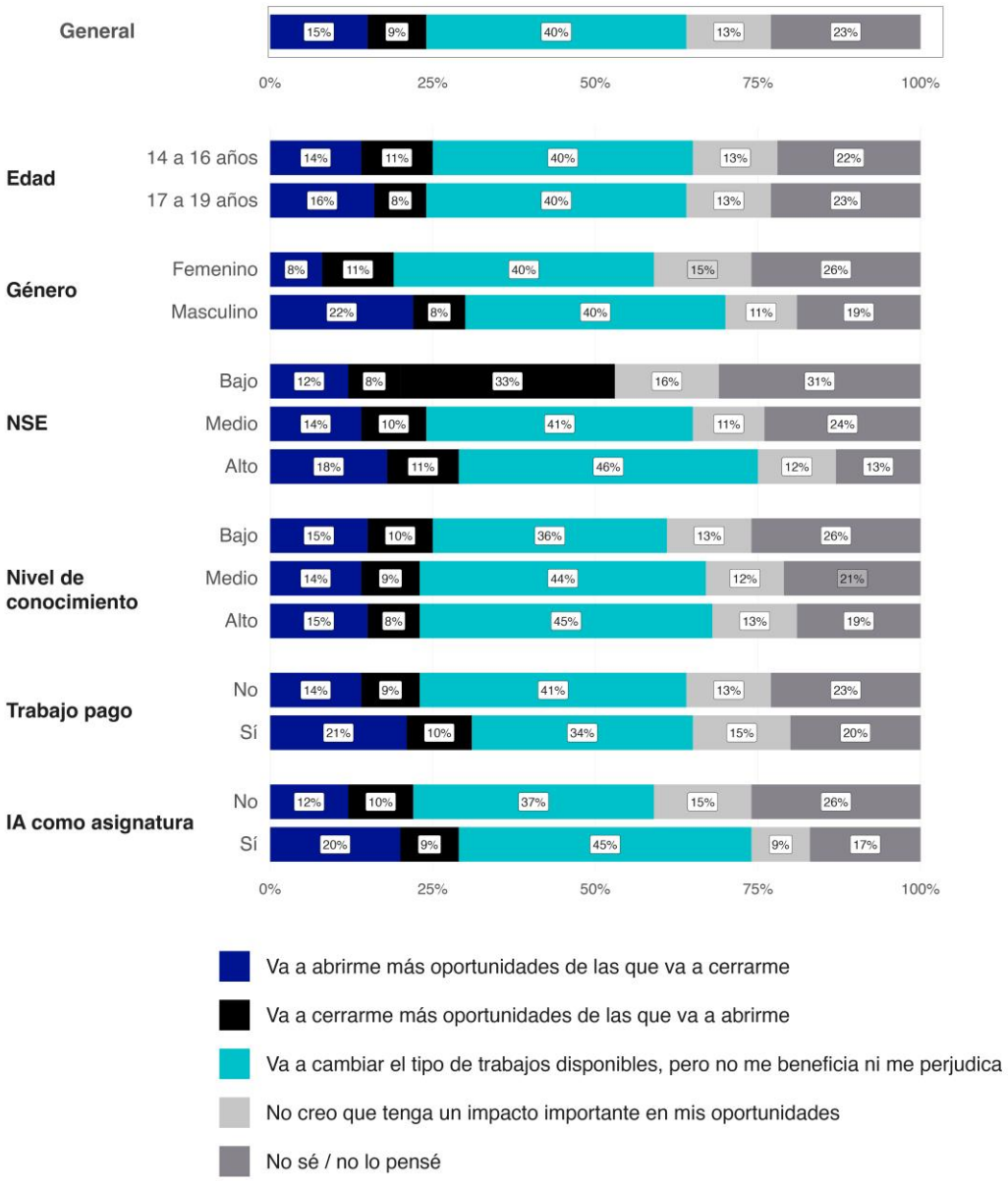
Elección de carrera	Segregación por género: salud lidera entre las mujeres (27% vs 9%) e ingenierías entre los varones (28% vs 9%). En NSE bajo, el costo y la distancia parecen condicionar la elección
Perspectiva de futuro	Ambivalencia entre miedo y entusiasmo ante la independencia económica. El miedo remite a la gestión del dinero
Demanda educativa	Educación financiera es la asignatura más elegida (70%), sin diferencias por género. La IA, consultada por primera vez, queda cuarta (37%), con más interés en NSE alto (5 de cada 10 vs 3 de cada 10) y entre los varones (42% vs 34% mujeres)

VI.b. Futuro contextual: el impacto de la IA en el mundo del trabajo

Consultados sobre cómo creen que la IA afectará sus oportunidades de trabajo, **la respuesta más extendida es que cambiará el tipo de trabajos disponibles sin beneficiarlos ni perjudicarlos (40%).** El 15% espera que le abra más oportunidades de las que le cierre y el 9% anticipa lo contrario. El 13% cree que no tendrá un impacto importante y el 23% no sabe o no lo pensó.

Gráfico 32. ¿Cómo creés que la IA puede afectar tus oportunidades de trabajo?

Porcentaje de jóvenes, según variables sociodemográficas, nivel de conocimiento, trabajo pago e IA como asignatura



Varones y mujeres coinciden en la respuesta más frecuente: el 40% de cada grupo cree que la IA cambiará el tipo de trabajos disponibles, pero sin beneficiarlos ni perjudicarlos. La diferencia está en quiénes la ven a su favor o en su contra. **El 22% de los varones cree que le abrirá más oportunidades de las que le cerrará, casi el triple que las mujeres (8%), mientras que ellas anticipan con algo más de frecuencia el escenario inverso (11% frente a 8%).**

El nivel socioeconómico, en cambio, ordena sobre todo la incertidumbre. La proporción que no sabe o no lo pensó alcanza al 31% en el nivel bajo y al 13% en el alto, una diferencia mayor que la de género (26% de las mujeres frente a 19% de los varones). **Casi uno de cada tres adolescentes de NSE bajo no logra formarse una expectativa sobre cómo la IA afectará su futuro laboral**. En sentido inverso, tanto el diagnóstico

de cambio (33% en el nivel bajo, 46% en el alto) como el optimismo (12% y 18%) crecen con el nivel socioeconómico.

Para algunos, esa expectativa ya incide en decisiones concretas. Los grupos focales aportan casos de reemplazo laboral, que además se asocian a orientar la elección de carreras universitarias:

> "(...) tengo ejemplos cercanos a mí, porque me pasó que un actuario es el papá de una amiga mía, y por eso conocí esta carrera; y su papá ya fue reemplazado por una inteligencia artificial y lo cambiaron a otro puesto (...)" (Mujer - Alto)

> "(...) cuando vi que muchas máquinas estaban reemplazando la mano de obra del humano, es como que me hizo replantearme si en verdad quiero trabajar de esto y, en un futuro, arriesgarme a ser reemplazado por la inteligencia [artificial]. Entonces, bueno, me decidí por Medicina (...)" (Varón - Alto)

Ante la pregunta por las habilidades que seguirán siendo humanas, las respuestas más frecuentes remiten a la empatía, el amor, la creatividad y la innovación. Aparecen también testimonios que se apartan de las habilidades blandas sugeridas por la guía y razonan por el lado del oficio manual:

> "Yo creo que los oficios humanos van a seguir existiendo a pesar de la inteligencia [artificial]. Por ejemplo, la carpintería, la metalurgia, cosas así, sobre todo cuando se trata con clientes cara a cara, digamos. (...) Que una IA está automatizada y se va a hacer un montón de procesos, pero nunca va a brindar la misma atención personalizada (...)" (Varón - Bajo)

Estos resultados se suman a lo observado en VI.a y en el Capítulo V. Los adolescentes de nivel socioeconómico bajo son quienes menos eligen la IA como contenido escolar y, a la vez, quienes más dificultades tienen para anticipar su efecto sobre su futuro laboral. Como en el caso de la alfabetización en IA, la escuela aparece como el espacio con más margen para acortar esa distancia.

Principales hallazgos. Futuro contextual: el impacto de la IA en el mundo del trabajo.

Dimensión	Hallazgo clave
Expectativa general	La respuesta más extendida (40%) es que la IA cambiará el tipo de trabajos disponibles sin beneficiarlos ni perjudicarlos; 23% no sabe o no lo pensó
Brecha de género	Los varones son más optimistas: 22% cree que la IA les abrirá más oportunidades de las que les cerrará, frente al 8% de las mujeres

Brecha socioeconómica	La incertidumbre se concentra en NSE bajo: 31% no sabe cómo la IA afectará su futuro laboral, frente al 13% en NSE alto

Capítulo VII. Principales hallazgos y orientaciones futuras

El período 2024-2026 confirma la tendencia que el informe anterior había identificado: la inclusión financiera de los jóvenes sigue ampliándose, impulsada por las billeteras digitales. La proporción de adolescentes sin ningún instrumento financiero se reduce al 4% (41% en 2022 y 9% en 2024), las billeteras digitales alcanzan al 95% de los jóvenes y son el medio de pago preferido del 63% (50% en 2024).

Sin embargo, que una importante parte del acceso esté resuelto no significa que lo esté su uso. Los resultados de esta edición sugieren que el desafío se desplaza del acceso al criterio, más aún en el contexto cambiante que propone la llegada de la IA. La expansión de las billeteras ya no conlleva un aumento de tenencia de instrumentos tradicionales. El ahorro sistemático y la confianza en el manejo del dinero retroceden, y más de la mitad de los jóvenes seguiría un consejo de inversión concreto de un video de redes sociales (54%) o de una inteligencia artificial (58%), aun cuando son las fuentes que menos confianza despiertan. La soltura con la que los adolescentes se mueven en el entorno digital no parece traducirse, por sí sola, en decisiones financieras más informadas.

Inclusión financiera: del efecto catalizador a la sustitución

En 2024, las billeteras digitales funcionaban como un catalizador de la inclusión financiera: su masificación acompañaba una mayor tenencia de otros instrumentos, aunque no se traducía en más conocimiento ni en mejores prácticas. En 2026, ese mecanismo parece haberse agotado. Mientras las billeteras siguen creciendo (del 89% al 95%), los instrumentos tradicionales retroceden. La tarjeta de débito pasa del 33% al 26%, la cuenta bancaria del 29% al 27% y la tarjeta de crédito vuelve a los niveles de 2022 (del 19% al 10%). Más que complementarlos, la billetera empieza a sustituirlos.

La billetera digital tiene, al mismo tiempo, un efecto democratizador. La brecha socioeconómica en su tenencia prácticamente se cerró (92% en el nivel bajo y 97% en el alto). Y para algunos ya funciona como herramienta de control: los jóvenes hablan de separar el dinero en “frascos” o de elegir una aplicación por sus “rendimientos”. Sin embargo, como se advertía en 2024, el acceso no se traduce por sí solo en mejores hábitos. El ahorro sistemático baja del 49% al 44% y quienes se sienten totalmente confiados en el manejo de su dinero, del 28% al 21%.

Si la billetera ya no es la puerta de entrada al sistema financiero sino, para muchos adolescentes, el sistema en sí mismo, la educación financiera debe partir de ella. Las prácticas que los jóvenes ya desarrollan son una base concreta para introducir nociones de ahorro, interés e inversión.

Riesgos digitales: menos exposición, más fuentes de riesgo y misma vulnerabilidad

Los riesgos del ecosistema digital muestran en 2026 un patrón común: los indicadores de exposición bajan, pero las conductas de riesgo persisten y se concentran en perfiles específicos. Las redes sociales se consolidan como la segunda fuente de información

sobre dinero (39%) y, aunque son la fuente que menos crédito recibe, el 54% invertiría más de la mitad de sus ahorros siguiendo el consejo de un video de redes. En las estafas, la exposición confirmada baja del 28% al 20%, pero la reacción no cambia: solo el 21% las reporta, no solamente por falta de conocimiento sino porque cree que denunciar no es útil.

Las apuestas en línea son el caso más claro. Los jóvenes con amigos que apostaron en el último mes caen del 54% al 39%, pero la práctica propia se mantiene (6,5%, frente al 7% en 2024). Más que una retracción, se observa una concentración: apuestan más los varones (10% frente a 3% de las mujeres) y quienes tienen dinero propio (11% entre quienes trabajan, frente a 6%), y las apuestas deportivas casi duplican su presencia. El tema, además, casi no se aborda: solo el 4% dice que surge en la mesa familiar, y sobre todo donde la apuesta ya está presente. En la escuela, según los grupos focales, se habla poco.

Al considerar estos riesgos en conjunto, tres de cada cinco adolescentes (60%) se encuentran expuestos a al menos un riesgo financiero digital, y esa exposición es algo mayor entre los varones y quienes cuentan con dinero propio (sea porque se lo otorgan sus padres o porque tienen un trabajo pago). Estos hallazgos sugieren pasar de un abordaje general a uno focalizado y preventivo: llegar a los perfiles de mayor riesgo antes de que la práctica aparezca, hacerlo desde la escuela, ya que en el hogar el tema surge cuando el problema ya existe, y aportar criterios para evaluar las fuentes de información financiera más allá de su apariencia.

Inteligencia artificial: entre el discurso crítico y la decisión concreta

La inteligencia artificial ya forma parte de la vida cotidiana de los adolescentes: tres de cada cuatro la usan todas las semanas. En el terreno financiero, en cambio, su presencia es acotada. Solo el 11% la menciona como fuente de información sobre dinero, y la usan más para entender un concepto financiero (35%) que para pedir consejos sobre cómo ahorrar o invertir (18%).

La confianza declarada es baja. Solo el 21% confiaría mucho o bastante en una IA para decidir sobre su dinero y apenas el 2% seguiría directamente su consejo. Pero ante una propuesta de inversión concreta, el 58% pondría más de la mitad de sus ahorros en lo sugerido. Además, la confianza no crece con el conocimiento financiero sino con la frecuencia de uso: la familiaridad genera confianza, aunque no necesariamente criterio. La alfabetización en IA apunta en la misma dirección. A los jóvenes les cuesta más comprender cómo funciona la herramienta que usarla.

La IA no es, por lo tanto, ni un riesgo ni un aliado por definición. Dependerá, en cambio, del criterio con que se la use. El problema no parece ser la falta de una actitud crítica, sino la dificultad para aplicarla en el momento de decidir. Por eso, lo que se requiere es practicar la verificación frente a decisiones concretas e incorporar la alfabetización en IA a la educación financiera, aprovechando que las prácticas todavía no se consolidaron.

Brechas: convergencias engañosas y brechas nuevas

Las brechas de género y nivel socioeconómico muestran movimientos que exigen una lectura cuidadosa. En género, las distancias en ahorro y en confianza se achican (de 15 a 9 y de 16 a 10 puntos porcentuales), pero porque retroceden los varones, no porque mejoren las mujeres. Y se reitera la paradoja de 2024: con un conocimiento equivalente, los varones tienden a sobreestimar lo que saben y las mujeres a subestimarlo. Esa diferencia de confianza se proyecta sobre nuevos terrenos. Los varones se informan más en fuentes externas al hogar, como internet y redes sociales, confían más en la IA para decidir sobre su dinero (28% frente a 15%), apuestan más y están algo más expuestos a riesgos financieros digitales (63% frente a 57%). Las mujeres, en cambio, se muestran más prudentes. Recurren más a sus padres, reportan más las estafas y eligen más las respuestas de uso responsable de la IA. Por último, los varones son mucho más optimistas sobre el impacto de la IA en su futuro laboral (22% frente a 8%).

En el nivel socioeconómico, la brecha de acceso se cerró, pero persiste la de conocimiento (el 57% de los jóvenes de nivel bajo tiene un conocimiento bajo, frente al 40% en el alto) y aparece una nueva en torno a la IA. El uso diario se duplica del nivel bajo al alto (20% frente a 40%) y la comprensión de su funcionamiento es menor. Por otra parte, estos jóvenes tienen más dificultades para planificar (32% frente a 22%). La brecha se proyecta, además, hacia el futuro: casi un tercio de los adolescentes de nivel bajo no sabe cómo la IA afectará su trabajo (31% frente a 13%).

Estos hallazgos refuerzan la necesidad de estrategias diferenciadas: trabajar sobre la confianza de las mujeres y sobre la sobreestimación de los varones, que concentran las conductas de mayor riesgo, y fortalecer el rol compensador de la escuela en los sectores de menores recursos, incluyendo la alfabetización en IA para que esta nueva brecha no se consolide.

Prioridades emergentes

El análisis realizado permite identificar cuatro áreas prioritarias:

1. **La escuela como eje de la educación financiera.** La educación financiera es la asignatura que más jóvenes eligen aprender (70%) y aparece como el espacio con más margen de intervención: compensa donde la familia tiene menos herramientas, puede abordar las apuestas antes de que lleguen al hogar como problema y colaborar en cerrar en forma temprana las brechas en alfabetización en IA.
2. **Educación financiera desde la billetera digital.** Los contenidos deben partir de la herramienta que los jóvenes efectivamente usan, aprovechando sus prácticas de ahorro y control para introducir nociones de inversión y costo del crédito.
3. **Del criterio declarado al criterio aplicado.** Más que advertencias generales sobre redes sociales e IA, se requieren ejercicios de verificación frente a decisiones concretas y una alfabetización en IA integrada a la educación financiera.
4. **Estrategias focalizadas según perfil.** Los riesgos y las brechas se concentran: prevención temprana de las apuestas entre los varones y quienes tienen dinero

propio, trabajo sobre la confianza de las mujeres y atención prioritaria a los jóvenes de nivel socioeconómico bajo, que arriesgan más cuando siguen un consejo de inversión y comprenden menos el funcionamiento de la IA.

En 2024 se señalaba que el acceso a los servicios financieros se había democratizado y que emergían nuevos desafíos. Dos años después, el acceso es mayor y los desafíos se consolidaron. La frontera de la educación financiera ya no es solo la inclusión, sino también el criterio. A las dimensiones digital, de género y socioeconómica se suma ahora la inteligencia artificial, cuyo uso financiero todavía incipiente ofrece la oportunidad de intervenir antes de que las prácticas se consoliden. El éxito de las intervenciones futuras dependerá de su capacidad para acompañar a los jóvenes no solo en el acceso a las herramientas, sino en las decisiones que toman con ellas.

Anexo I. Cuestionario Adolescentes y Finanzas III

Para la construcción del cuestionario de la edición 2026 se realizaron una serie de ajustes respecto a las encuestas levantadas en ediciones anteriores.

La encuesta conservó su estructura general, orientada a capturar variables sociodemográficas, acceso y uso de servicios y productos financieros, actitudes frente al dinero y conocimiento de herramientas y conceptos financieros básicos. Las variables se seleccionaron según dos criterios complementarios: por un lado, las que mostraron patrones estables a lo largo de las dos mediciones previas; por otro, aquellas en las que el informe 2024 insinuó variaciones que ameritaban una tercera observación. Esto permite reevaluar cuestiones como el *boom* de las billeteras digitales, la brecha de género en la autopercepción del conocimiento financiero o las fuentes de información a las que recurren los jóvenes.

Los ajustes buscaron mejorar el instrumento sin comprometer sus ejes centrales ni la comparabilidad longitudinal: se descartaron las preguntas que no habían arrojado hallazgos relevantes en ediciones previas y se reformularon otras para convertirlas en indicadores más precisos de los fenómenos a medir.

Por último, se sumó un módulo nuevo sobre inteligencia artificial y finanzas. El módulo indaga diferentes ejes: el acceso y la frecuencia de uso de herramientas de IA; el nivel de alfabetización en IA; su uso específico para cuestiones financieras; la confianza y el pensamiento crítico frente a la información que generan estas herramientas y, finalmente, las percepciones sobre su impacto en las oportunidades laborales futuras.

La encuesta estructurada se alojó nuevamente en la plataforma digital de los programas de Junior Achievement, de modo que cada estudiante la completara antes de iniciar los módulos del curso en el que se había inscripto.

A continuación se encuentra el texto de la encuesta. *Las preguntas que se aplicaron solo a una parte de la muestra (por filtro o por asignación aleatoria) se indican con una nota en cursiva.*

Datos personales y perfil

1. Documento

2. Correo electrónico

3. Género

4. Edad

5. Provincia donde vivís

6. Contándote a vos, ¿cuántas personas viven en tu hogar?

- Vivo solo
- 2
- 3

- 4
- 5
- 6
- 7
- Más de 7

7. ¿Cuál es el máximo nivel educativo alcanzado por tu mamá o tutora?

- No terminó el secundario
- Solo terminó el secundario
- Universitario o terciario incompleto
- Universitario o terciario completo
- No lo sé / No estoy segura/o

8. ¿Cuál es el máximo nivel educativo alcanzado por tu papá o tutor?

- No terminó el secundario
- Solo terminó el secundario
- Universitario o terciario incompleto
- Universitario o terciario completo
- No lo sé / No estoy segura/o

9. ¿Tu mamá o tutora...

	Sí	**No**	**No sé**	**No tengo mamá o tutora**
tiene un trabajo por el cual recibe un pago?				
tiene una cuenta bancaria?				
suele pagar con tarjeta (de crédito o débito)?				
tiene una billetera virtual?				

10. ¿Tu papá o tutor...

	Sí	**No**	**No sé**	**No tengo papá o tutor**
tiene un trabajo por el cual recibe un pago?				
tiene una cuenta bancaria?				

suele pagar con tarjeta (de crédito o débito)?				
tiene una billetera virtual?				

11. Cuando comparten un almuerzo familiar, ¿cuáles de estos temas surgen? (Podés marcar más de una opción)

- Aumentos de precios de las cosas que suele comprar la familia
- Problemas de robos o inseguridad en el barrio
- Apuestas online
- Fútbol
- Planes para hacer alguna inversión para la casa
- Presupuesto familiar
- Inteligencia artificial
- No se habla sobre estos temas

12. Además de asistir a la escuela, ¿trabajás?

- Sí, y me pagan un sueldo
- Sí, pero no me pagan (negocio familiar, pasantía, etc.)
- No trabajo, pero sí estoy buscando trabajo
- No trabajo y no estoy buscando

13. ¿Qué te gustaría estudiar en la universidad o terciario? Marcá una sola opción.

- Ciencias de la salud (medicina, enfermería, nutrición, kinesiología, psicología, etc.)
- Ingenierías y tecnología (sistemas, industrial, civil, electrónica, etc.)
- Ciencias exactas y naturales (matemática, física, química, biología, etc.)
- Ciencias sociales y humanidades (sociología, historia, filosofía, comunicación, ciencia política, etc.)
- Ciencias económicas y administración (economía, contador, administración, marketing, etc.)
- Derecho
- Arte, diseño y arquitectura
- Educación y formación docente
- Carreras técnicas o tecnicaturas cortas
- No me interesa estudiar una carrera universitaria o terciaria
- Otra (especificá): _____

14. El ingreso de tu hogar alcanza para cubrir... (Seleccioná todas las opciones que apliquen)

- Alimentos necesarios de tu hogar
- Servicios del hogar (luz, agua, gas, etc.)
- Televisión por cable/satelital
- Internet (cable o wifi)

- Servicios de streaming (Netflix, Disney+, HBO, etc.)
- Teléfono celular con acceso a datos para todo el mes
- Comprar ropa nueva cuando es necesario
- Comprar libros, manuales, útiles y todo lo necesario para ir a la escuela
- Gastos de entretenimiento
- Vacaciones dentro del país
- Vacaciones fuera del país

15. ¿Cuáles son los 3 tópicos que podrían enseñarte en la escuela que te parecen más útiles para tu futuro?

- Ciencias
- Computación
- Educación financiera y economía
- Filosofía
- Geografía
- Historia
- Inteligencia artificial
- Literatura
- Matemática
- Política
- Psicología
- Otro (especificá): _____

Hábitos y preferencias

16. ¿Tenés algún amigo que haya jugado apuestas online en el último mes?

- Sí
- No
- No lo sé

17. ¿Qué tipo de apuestas es la más conocida entre tus amigos?
Solo para quienes respondieron "Sí" en la pregunta 16.

- Casinos virtuales
- Deportes, por ejemplo sobre fútbol
- Lotería
- Otros (¿cuál?): _____

18. ¿Cuál creés que es la razón principal por la que tus amigos/as juegan apuestas online?
Solo para quienes respondieron "Sí" en la pregunta 16.

- Porque creen que van a ganar plata fácilmente
- Porque no pueden dejar de hacerlo, es adictivo
- Porque les parece divertido
- Porque hay algo caro que se quieren comprar y con las apuestas pueden tener chances de conseguirlo

19. ¿Tus amigos chequean que el sitio de apuestas online sea un sitio legal, es decir, que termine en "bet.ar"?
Solo para quienes respondieron "Sí" en la pregunta 16.

- En general sí
- Generalmente no, pero sí les importa que sea legal
- No lo chequean y no les importa

20. Y vos, ¿jugaste apuestas online en el último mes?

- Sí
- No

21. ¿Alguna vez recibiste un mensaje o correo electrónico que parecía ser de una empresa o persona que conocés, pero que en realidad era un intento de engañarte para obtener tu información personal (como tu contraseña o detalles de una tarjeta de crédito)?

- Sí
- No
- No estoy segura/o

22. ¿Qué hiciste cuando recibiste ese mensaje o correo electrónico?
Solo para quienes respondieron "Sí" en la pregunta 21.

- Ignoré el mensaje y no hice nada.
- Hice clic en el enlace o respondí al mensaje.
- Reporté el mensaje a un adulto o a la empresa/servicio implicado.
- Otra (especificá): _____

Temas financieros

23. ¿Con qué frecuencia recibís dinero?

- Semanalmente
- Mensualmente
- Esporádicamente (por ejemplo, regalos o premios) o cuando lo pido
- Nunca recibo dinero

24. ¿Realizan vos y tu familia un cálculo para definir el monto que recibís?
Solo para quienes reciben dinero (no respondieron "Nunca recibo dinero" en la pregunta 23).

- Sí
- No

25. ¿Qué hacés cuando te sobra dinero?
Solo para quienes reciben dinero (no respondieron "Nunca recibo dinero" en la pregunta 23).

- Lo usás para el período siguiente
- Lo ahorrás

- Lo devolvés a tus padres
- Te das un gusto
- Generalmente, no me sobra

26. ¿Tenés el hábito de ahorrar?
Solo para quienes reciben dinero (no respondieron "Nunca recibo dinero" en la pregunta 23).

- Sí, siempre que tengo un ingreso, ahorro una parte
- A veces ahorro, pero enseguida me tiento y lo gasto
- No ahorro actualmente, pero tengo pensado hacerlo en los próximos meses
- No ahorro y no tengo pensado hacerlo en los próximos meses

27. ¿Cómo te sentís a la hora de administrar tu dinero?
Solo para quienes reciben dinero (no respondieron "Nunca recibo dinero" en la pregunta 23).

- Me siento confiado/a, sé manejar mi dinero
- Considero que me manejo bien, pero podría hacerlo mejor
- No sé cómo manejar mi dinero y quiero aprender a hacerlo
- No me interesa el tema de administrar el dinero

28. ¿Qué tan seguro/a te sentís a la hora de establecer objetivos y crear un plan financiero para alcanzarlos?

- Me siento muy seguro/a de mi capacidad para establecer objetivos financieros y crear un plan para alcanzarlos.
- Creo que puedo establecer objetivos financieros, pero a veces tengo dificultades para crear un plan efectivo para alcanzarlos.
- Siento que tengo dificultades para establecer objetivos financieros y crear un plan claro para alcanzarlos.
- No me interesa el tema de administrar el dinero.
- No estoy seguro/a de cómo establecer objetivos financieros ni de cómo crear un plan para alcanzarlos.

29. *Pregunta con cuatro versiones: cada participante respondió solo una, asignada de manera aleatoria.*

Versión A. Un familiar cercano te comenta que existe una posibilidad de invertir tus ahorros y obtener una buena rentabilidad de manera bastante segura. ¿Cuál de las siguientes decisiones te identifica mejor?

Versión B. Una persona experta en temas financieros te comenta que existe una posibilidad de invertir tus ahorros y obtener una buena rentabilidad de manera bastante segura. ¿Cuál de las siguientes decisiones te identifica mejor?

Versión C. Una inteligencia artificial te comenta que existe una posibilidad de invertir tus ahorros y obtener una buena rentabilidad de manera bastante segura. ¿Cuál de las siguientes decisiones te identifica mejor?

Versión D. Viste un video en redes sociales donde se anuncia una posibilidad de invertir tus ahorros y obtener una buena rentabilidad de manera bastante segura. ¿Cuál de las siguientes decisiones te identifica mejor?

Opciones de respuesta (comunes a las cuatro versiones):

- Tomaría el consejo y pondría todos mis ahorros en esa alternativa
- Tomaría el consejo y pondría más de la mitad de mis ahorros en esa alternativa
- No tomaría el consejo porque ya tengo un mejor plan para ahorrar
- No tomaría el consejo porque no quiero invertir

30. Marcá lo que corresponda

	Siempre	**Algunas veces**	**Nunca**
Antes de hacer una compra pienso si realmente necesito eso que estoy comprando			
Antes de hacer una compra pienso si realmente necesito eso que estoy comprando y además comparo precios en varios lugares			
Una vez realizada la compra verifico si me dieron el cambio correcto			

31. ¿Contás con alguno de los siguientes instrumentos financieros? Marcá todos los que tengas.

	Sí	**No**
Cuenta bancaria a tu nombre		
Tarjeta de débito		
Tarjeta de crédito		
Celular con billetera digital (Mercado Pago, Modo, Ualá, etc.)		

32. ¿Cuál es el medio de pago que usás más frecuentemente?

- Plata en efectivo
- Desde el teléfono (con billetera digital como Mercado Pago, Modo, Ualá, etc.)

- Tarjeta de crédito
- Tarjeta de débito
- Transferencia
- Otro (¿cuál?): _____

33. ¿Por qué elegís ese medio de pago? (Podés seleccionar más de una opción)

- Es más seguro
- Es fácil de usar
- Es lo que mis padres me dan
- Me ayuda a controlar mejor mis gastos
- Tiene descuentos o promociones
- Es lo que aceptan en la mayoría de los lugares donde compro
- Otro (especificá): _____

34. ¿De dónde obtenés información sobre temas de dinero (ahorro, inversión, gastos, bancos, etc.)? (Podés marcar más de una opción)

- Padres, responsable o tutor
- Amigos
- Televisión
- Internet (Google, por ejemplo)
- Docentes en el colegio
- Redes sociales (Instagram, TikTok, etc.) e influencers
- Inteligencia artificial
- Otros (especificá): _____

35. ¿Qué información o consejo usualmente recibís? (Podés marcar más de una opción)

- Ahorrar una parte de mis ingresos
- No gastar en cosas innecesarias
- Invertir en algo seguro
- Comparar precios antes de comprar
- Llevar un registro de mis gastos
- Utilizar tarjetas con responsabilidad
- Otros (especificá): _____

Inteligencia artificial y finanzas

36. ¿Usás o usaste alguna herramienta de inteligencia artificial? (Podés marcar más de una)

- ChatGPT
- Google Gemini
- Copilot
- Claude
- Otra inteligencia artificial (¿cuál?): _____
- No sé qué es la inteligencia artificial

- No estoy seguro/a si lo que usé era IA
- No uso ni usé ninguna herramienta de IA, pero sí sé lo que es

37. ¿Con qué frecuencia usás herramientas de IA?

- Todos los días o casi todos los días
- Algunas veces por semana
- Algunas veces al mes
- Casi nunca
- Nunca

38. ¿Alguna vez usaste una herramienta de IA para alguna de las siguientes cosas? (Podés marcar más de una)

- Pedir consejos o ayuda con situaciones personales
- Tareas o trabajos del colegio
- Crear algo artístico (por ejemplo, una imagen, una canción, un video)
- Crear algo técnico (por ejemplo, una app, un sitio web, un programa, un juego)
- Armar un CV (curriculum vitae) o pedirle consejos sobre cómo aplicar a un trabajo
- Ninguna de las anteriores

39. *Pregunta con cuatro situaciones: cada participante respondió solo una, asignada de manera aleatoria.*

Situación A. Desde hace unas semanas, cada vez que abrís Instagram o TikTok te aparecen más videos sobre criptomonedas, trading y formas de "hacer plata rápido". Incluso notás que ahora te aparecen anuncios de cursos para aprender a invertir. ¿Por qué pensás que está pasando esto?

- Es un tema del que todo el mundo está hablando en este momento, así que le aparece a todos por igual.
- Alguna vez miré o interactué con contenido parecido, y el sistema de la red social aprendió que me interesa y me muestra cada vez más de eso.
- Las redes sociales tienen filtros que muestran solo contenido financiero confiable, así que lo que me aparece está revisado.
- Es casualidad, las redes sociales muestran contenido de forma aleatoria.

Situación B. Tenés que preparar una presentación para la clase sobre cómo manejar el dinero cuando uno empieza a trabajar. Decidís usar una IA para que te ayude. Le das el tema y te genera un texto completo con ideas, ejemplos y hasta algunas frases para decir en voz alta durante la presentación. ¿Cómo seguís desde ahí?

- Le pido a la IA que me genere tres o cuatro versiones distintas y elijo la que más me gusta para usar en la presentación.
- Uso el texto que me dio como guía, pero reemplazo los ejemplos de la IA por situaciones que viví yo o que veo en mi familia, y cambio las partes con las que no estoy de acuerdo.

- Le pido a la IA que me explique cada parte del texto para entenderlo bien, y después lo presento tal como me lo dio.
- Le paso el texto a un compañero para que lo lea, y si a él le parece bien lo uso así.
- Hago lo que me dice la IA porque confío al 100%.

Situación C. Sos el encargado de organizar el viaje de egresados de tu curso. Tenés que hacer varias cosas: armar un presupuesto con los costos estimados del viaje, escribir un mensaje para mandarles a las familias explicando cuánto tiene que poner cada uno, y decidir qué hacer con dos compañeros que dijeron que no pueden pagar la cuota completa. ¿Para cuál de estas tareas te parece que tiene más sentido pedirle ayuda a una IA?

- Para las tres por igual, así ahorro tiempo y me saco trabajo de encima.
- Para armar el presupuesto y para ayudarme a redactar el mensaje a las familias, pero la situación de los compañeros que no pueden pagar la resolvería hablando con ellos y con el curso.
- Para resolver lo de los compañeros que no pueden pagar, porque una IA puede proponer una solución justa sin que yo me meta en el medio.
- Para ninguna, prefiero hacer todo yo.

Situación D. Usás una IA para pedirle consejos sobre cómo ahorrar. Probás hacerle preguntas y notás algo: cuando le preguntás sobre dólares, cuentas en el exterior o criptomonedas, te da respuestas largas y detalladas. Pero cuando le preguntás sobre cómo funciona un plazo fijo en pesos o qué conviene hacer cuando hay inflación alta, las respuestas son más flojas, a veces confusas o directamente equivocadas. ¿Por qué pensás que pasa esto?

- La IA fue hecha sobre todo con información en inglés y de otros países, donde la inflación alta y los plazos fijos en pesos no son temas tan importantes, y eso se nota en sus respuestas.
- La IA tiene opiniones propias y prefiere hablar de temas más "modernos" como cripto antes que de productos tradicionales.
- Es un problema de mala suerte con las preguntas que elegí, si le pregunto de otra manera seguro responde bien sobre plazo fijo e inflación.
- Los bancos argentinos no le permiten a la IA usar su información, por eso responde mal sobre plazos fijos.

40. ¿Alguna vez usaste una herramienta de IA para alguna de las siguientes actividades? (Podés marcar más de una)

- Entender un concepto financiero (por ejemplo, qué es un plazo fijo, cómo funciona una tarjeta de crédito)
- Pedir consejos financieros (por ejemplo, sobre cómo ahorrar o en qué invertir)
- Comparar precios o buscar ofertas
- Hacer un presupuesto o plan de gastos
- Nunca usé IA para temas de dinero

41. ¿Qué tanto confiarías en una IA para tomar decisiones sobre tu dinero?

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada
- No sé

42. Cuando una IA te da un consejo sobre dinero, ¿qué hacés?

- Lo sigo directamente
- Lo comparo con otras fuentes
- Le pregunto a alguien
- No lo uso para decidir
- No sé

43. ¿Cómo creés que la inteligencia artificial pueda afectar tus oportunidades de trabajo en el futuro?

- Va a abrirme más oportunidades de las que va a cerrarme
- Va a cerrarme más oportunidades de las que va a abrirme
- Va a cambiar el tipo de trabajos disponibles, pero no creo que me beneficie ni me perjudique en general
- No creo que tenga un impacto importante en mis oportunidades
- No sé / no lo pensé

Conocimiento financiero

44. ¿Conocés qué significan los siguientes términos? En cada fila, marcá la opción que corresponda.

	Nunca escuché el término	**Escuché el término, pero no sé qué significa**	**Conozco el término y sé qué significa**
Tasa de interés			
Tipo de cambio			
Tarjeta de débito			
Préstamo bancario			
Presupuesto			

Sueldo			
Banco Central			
Billetera digital			
Bitcoins			
Pago con QR			
Inflación			
Plazo fijo			
Cedears			

Seleccionar uno de los siguientes términos para completar las frases (se puede usar el mismo término en más de una oración).

45. Cuando se realiza un pago con tarjeta de _____, la plata sale directamente de una cuenta bancaria asociada a esa tarjeta.

- Débito
- Crédito
- Cuotas
- Ahorro
- Inversión
- Sueldo
- Plazo fijo

46. _____ es el plan que una persona arma conscientemente para usar y administrar su dinero.

- Plazo fijo
- Cuotas
- Presupuesto
- Inversión
- Sueldo
- Préstamo

47. Juan guarda parte de su sueldo cada mes sin destinarlo a ningún instrumento financiero específico. Esto es un ejemplo de _____.

- Préstamo

- Ingreso
- Presupuesto
- Ahorro
- Inversión
- Plazo fijo

48. ¿Cuál de los siguientes conceptos representa el costo que cobra una entidad financiera por prestar dinero?

- Débito
- Crédito
- Cuotas
- Intereses
- Inversión
- Inflación
- Tipo de cambio

49. El INDEC publica mensualmente la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Cuando este indicador muestra incrementos sostenidos, se confirma que la economía está atravesando un proceso de _____.

- Tasa de interés
- Paritaria
- Inflación
- Tipo de cambio
- Impuesto
- Sueldo
- Plazo fijo

50. _____ es la relación de equivalencia entre dos monedas de diferentes países que sirve de referencia para las transacciones comerciales.

- Tasa de interés
- Crédito
- Paritaria
- Inflación
- Tipo de cambio
- Impuesto
- Plazo fijo

51. _____ es un tributo que se paga al Estado de manera obligatoria para hacer frente a los gastos públicos.

- Tasa de interés
- Paritaria
- Inflación
- Tipo de cambio
- Impuesto
- Préstamo

- Plazo fijo

52. _____ es lo que solicito para financiar mis gastos.

- Crédito
- Intereses
- Presupuesto
- Inversión
- Sueldo
- Préstamo

Anexo II. Guía de pautas de los grupos focales

Buenas tardes, mi nombre es... Formo parte de un equipo de investigación de la Universidad Torcuato Di Tella y estamos realizando entrevistas a estudiantes secundarios para conocer sus opiniones sobre distintos temas. En este caso es una investigación sobre hábitos y conocimientos financieros. La idea es compartir sus opiniones: todas son válidas, no hay respuestas correctas ni incorrectas. La información recolectada es confidencial y en ningún momento se identifican las respuestas con los respondentes. Desde ya les agradezco el tiempo y su colaboración.

Antes de empezar, les queríamos pedir dos cosas. Primero, ¿les parece bien si grabamos la charla? Es solo para nosotros, para no tener que estar tomando notas durante la conversación y poder prestarles toda la atención. Como les decía recién, nada de lo que digan se va a identificar con sus nombres. Y la segunda cosa: si están cómodos, ¿podrían prender la cámara? Nos ayuda a que la conversación sea más fluida. ¡Muchas gracias!

Introducción/Apertura

Para empezar, me gustaría que cuenten cómo se llaman, en qué año están del secundario, desde qué provincia se conectan y si tienen algún hobby.

Temas financieros

Ahora vamos al tema que nos convoca, en continuidad con una encuesta que respondieron en el marco del programa de Junior Achievement que realizaron con la escuela.

Manejo del dinero

Si tuvieran que decir cómo se manejan con el dinero, ¿qué dirían? ¿Sienten que lo hacen bien? ¿Por qué sí o por qué no? (Indagar qué entienden por un ejemplo de "buen manejo" y un ejemplo de "mal manejo")

¿A quién recurren cuando tienen una pregunta sobre cómo manejarse con el dinero? (indagar si le preguntan a sus amigos, familiares, lo buscan en internet, le preguntan a la IA) ¿Por qué recurren a esas fuentes y no a otras?

Ahorro

¿Intentan ahorrar cuando tienen algo de dinero? ¿Para qué? ¿Se lo proponen o se da porque sobra la plata?

Si tuvieran que decirle a un amigo o amiga cómo ahorrar, ¿qué le dirían? ¿Es importante ahorrar? ¿Por qué?

Productos bancarios y billeteras virtuales

Si les digo "billeteras virtuales", ¿qué es lo primero que les viene a la mente?

¿Cuál o cuáles usan? ¿Qué tienen en cuenta para elegir una billetera y no otra? ¿Qué servicios usan dentro de ella? (Indagar: transferencias, tarjetas asociadas, inversiones, descuentos, rendimientos)

¿Qué ventajas le ven a la billetera virtual frente al efectivo y la tarjeta? ¿Y qué desventajas?

Si tuvieran que elegir un único medio de pago para todos sus gastos —billetera virtual, efectivo o tarjeta de crédito o débito—, ¿cuál sería y por qué?

Educación financiera

¿Quién les enseñó lo que saben sobre manejo de dinero? (indagar: familia, docentes, etc.)

¿Qué diferencia hay entre aprender sobre dinero en la familia, en la escuela, en redes sociales o con especialistas?

¿Qué conocimientos o habilidades creen que aún les faltan o les gustaría aprender sobre productos bancarios y financieros? ¿De quién les gustaría aprenderlos: familia, amigos, docentes, otros?

Si la escuela incorporara más contenidos de educación financiera, ¿qué les gustaría aprender?

Percepción de futuro y transmisión intergeneracional

¿Piensan seguir estudiando después del secundario? ¿Qué les gustaría estudiar? ¿Por qué esa carrera? (indagar si la elección de la carrera se asocia a salida laboral o no)

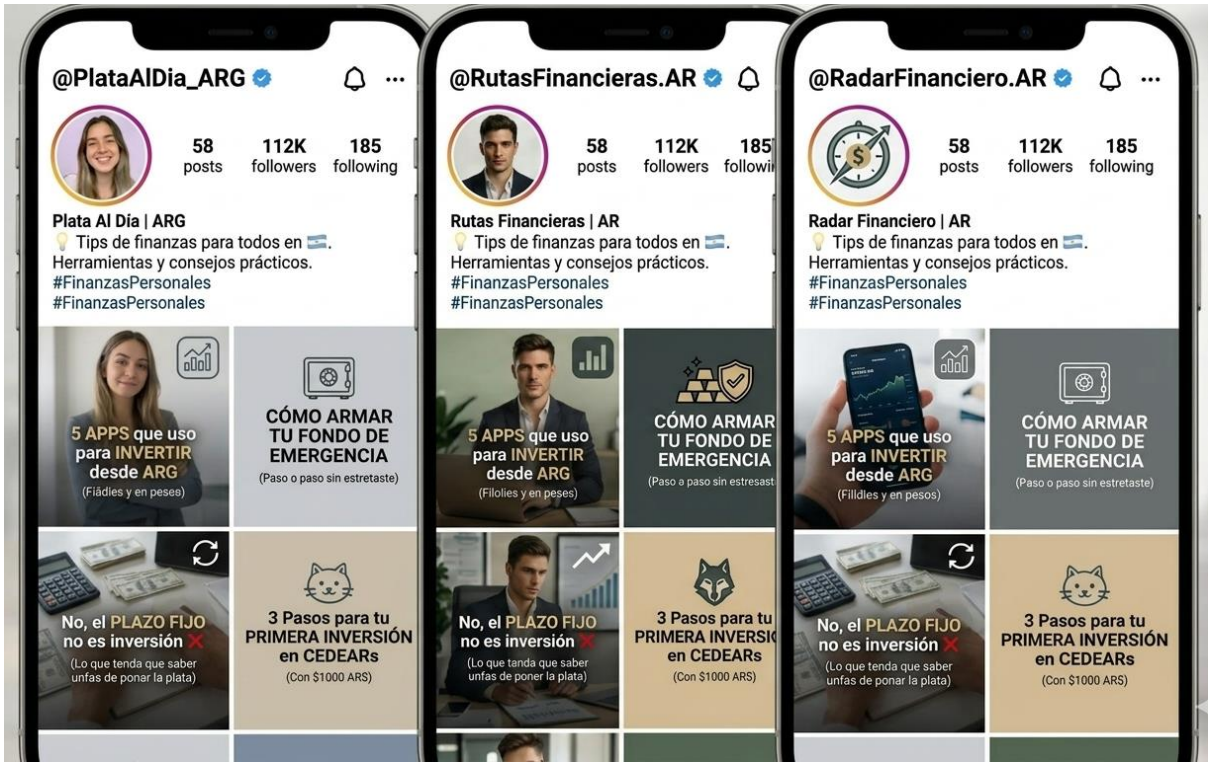
¿Cómo se imaginan en 10 años? ¿Se imaginan con ingresos propios? ¿Cómo lograrían esos ingresos? ¿Qué harían con esa plata? (Ver si el ahorro sale espontáneamente, si no, indagar)

¿Qué emociones y pensamientos se les vienen a la cabeza al imaginarse en unos años teniendo que mantenerse por su cuenta?

¿Hay algo que les preocupe o les genere incertidumbre sobre el manejo de su dinero en los próximos años?

Inversiones y perspectiva de género

(COMPARTIR IMAGEN). Ahora les voy a compartir una imagen.



Pensando en estas tres cuentas de Instagram, ¿a cuál seguirían? ¿A cuál le creen más? ¿Por qué? (Profundizar en los porqués. Indagar qué elementos del perfil les generan más o menos confianza.)

Imaginen que tienen un poco de plata ahorrada y se les ocurre arrancar un emprendimiento o un negocio. ¿A cuál de las cuentas le pedirían un consejo? ¿Por qué? (Si responden lo mismo que antes, profundizar en el porqué. Si cambia la elección, indagar qué hizo la diferencia.)

Si tuvieran que recomendarle una de las tres cuentas a un hermano o a un amigo varón, ¿cuál le recomendarían? ¿Y si fuera a una hermana o a una amiga? ¿Por qué?

(DEJAR DE COMPARTIR IMAGEN)

Si les digo "inversiones", ¿a qué les remite? ¿Conocen algún tipo de inversión? (Si ya surgió anteriormente, retomar y profundizar)

¿Se imaginan en un futuro realizando alguna de ellas con su propio dinero? ¿Cuáles? ¿Por qué sí o por qué no?

¿Creen que varones y mujeres tienen la misma confianza para invertir o para manejarse con el dinero y ganar plata? ¿Por qué sí o por qué no? ¿Qué sienten ustedes en su propio caso?

Hábitos y preferencias

Apuestas online

Si les digo apuestas online, ¿qué me dicen? ¿Conocen amigos que apuesten? ¿Sienten que hace unos años sus amigos apostaban más que ahora?

¿Sigue siendo un tema de conversación o se hablaba más de las apuestas hace unos años? Y cuando aparece el tema, ¿con quién lo hablan? (indagar con quién hablan -amigos, familiares, autoridades escolares-; qué dicen; si se habla más abiertamente o no)

¿Qué razones creen que llevan a alguien a apostar? ¿Hay apuestas que son más elegidas que otras? ¿Por qué? (Si no surge espontáneamente, indagar: deportes, casinos, lotería. Indagar si chequean que el sitio termine en "bet.ar")

Estafas virtuales

(COMPARTIR IMAGEN). Ahora les voy a presentar una situación y me gustaría que me den su opinión.



¿Cómo reaccionan frente a esta situación? ¿Qué harían? ¿Por qué?

¿Qué cosas del mensaje les generan dudas? ¿Y qué cosas, en cambio, les podrían dar confianza? (Profundizar: número desconocido, el alias, urgencia del "trámite rápido", ausencia del saludo típico entre madre e hijo/a)

Si tuvieran dudas, ¿cómo harían para chequear si realmente es su mamá? (Profundizar en prácticas concretas: llamar al número viejo, preguntar algo que solo ella sepa, consultar con otro familiar, etc.)

(DEJAR DE COMPARTIR IMAGEN)

¿Alguna vez fueron víctimas de estafas virtuales? ¿Qué pasó? ¿Cómo reaccionaron? ¿Qué les dejó esa experiencia? ¿Con quién lo hablaron? ¿Qué consejos recibieron? Si alguien menciona que nunca fue víctima de estafas (ejemplo: nunca ingresó a links raros o los descarta), indagar por qué y qué elementos del mensaje tiene en cuenta.

¿Por qué creen que muchas veces estas situaciones no se reportan?

Inteligencia artificial y finanzas

Cambiamos de tema. Quiero pasar ahora al tema de la inteligencia artificial.

Acceso y uso general de IA

¿Quiénes usan o usaron alguna herramienta de IA? ¿Para qué?

Para quienes nunca la usaron, ¿por qué? (Indagar: ¿No les llama la atención, no entienden cómo se usa, no confían, no les hace falta?)

IA para temas de dinero

¿Alguna vez le pidieron a una IA algo relacionado con dinero, ahorro, precios o inversiones? ¿Qué le pidieron exactamente? ¿Qué les pareció la respuesta? ¿Hicieron lo que les aconsejó? (Indagar sobre ejemplos concretos: ¿los ayudó a armar el presupuesto de algún viaje? ¿le preguntaron qué les convenía hacer con plata que tenían?)

¿Para qué tipo de tareas con plata les parece que la IA puede ser útil? ¿Y para cuáles directamente no la usarían? ¿Por qué no la usarían para eso?

Confianza, pensamiento crítico y comparación con otras fuentes

Si una IA les dice una cosa y sus papás les dicen otra distinta sobre un consejo de inversión, ¿a quién le harían más caso? ¿Y si una IA contradice a una persona experta en temas financieros? ¿Por qué?

Cuando una IA les responde sobre dinero, ¿chequean en otro lado lo que dice? ¿Cómo? ¿O la toman como verdad? (Profundizar en prácticas concretas de verificación)

¿Alguna vez les pasó que una IA les diera información que después resultó equivocada? ¿En qué tema? ¿Cómo se dieron cuenta?

IA y futuro laboral

Pensando en el futuro, ¿cómo creen que la IA va a afectar las oportunidades de trabajo de su generación? ¿Va a abrir más puertas o a cerrar más?

¿Creen que saber usar IA puede transformarse en una ventaja para conseguir trabajo? ¿Por qué?

¿Cambia esto algo de lo que están pensando estudiar o de las carreras que les interesan? ¿En qué sentido?

¿Qué habilidades humanas creen que seguirán siendo importantes, aunque la IA avance mucho? (por ejemplo: creatividad, liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, empatía, pensamiento crítico). ¿Por qué?

Cierre

Ya llegamos al final. ¿Algo que quieran comentar o agregar después de todo lo que hablamos y quieran compartir?

¡MUCHAS GRACIAS POR EL TIEMPO Y LA COLABORACIÓN!