Estafas en la temporada festiva: un regalo de alto costo

Encuesta de AARP con adultos de EE.UU. 18+

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto monumental sobre la conducta social y adquisitiva de los consumidores¹, es decir que los consumidores comenzaron a usar internet más frecuentemente para sus actividades sociales, adquisitivas y bancarias. Con la suspensión de tantas restricciones impuestas por la COVID-19 y la proximidad de las compras navideñas, AARP hizo una encuesta para examinar el tipo de compras que los consumidores planean hacer y el conocimiento que tienen sobre los posibles fraudes desde la búsqueda del regalo perfecto hasta su envío al destinatario. La encuesta, por teléfono celular y fijo, finalizó en octubre del 2021 e incluyó a 1,027 adultos de Estados Unidos de 18 años o más, que usan internet por lo menos ocasionalmente, e indican que por lo general compran regalos, alimentos o decoraciones para una de las fiestas, celebraciones o eventos durante los meses de noviembre a enero. Esta encuesta produjo un error estadístico máximo de $\pm 3.1\%$ con un nivel de confiabilidad del 95%. En la página 9 se incluye la descripción completa de la muestra y la metodología.

Resultados principales

El impacto del fraude, las estafas y el robo se ha generalizado, ya que el 75% de los adultos del país dicen haber sido objeto o víctima de algún tipo de fraude.²

La pandemia llevó a muchos consumidores a comprar en internet durante la última temporada de fiestas, y este año la expectativa de compras en línea sigue siendo alta. Las tarjetas de regalo siguen siendo populares al comenzar la temporada de compras navideñas del 2021; dos tercios (66%) de los adultos de Estados Unidos planean comprar tarjetas de regalo. Lo más común es comprarlas en los supermercados y las farmacias (60%), pero las tarjetas de regalo que se venden allí también son blanco frecuente para los estafadores.

Esta temporada de fiestas, dos tercios (69%) de los adultos del país usarán una tarjeta de débito y casi la mitad (45%) de los usuarios de plataformas de pago entre usuarios (P2P) planean usarlas. Estos dos sistemas de pago están expuestos al riesgo de fraude.

Aunque muchos consumidores planean comprar en línea esta temporada de fiestas, los resultados de la encuesta demuestran que los adultos del país no saben cómo hacerlo sin exponerse a riesgos. La mayoría de los encuestados no contestaron correctamente las preguntas correspondientes en un breve cuestionario. Por ejemplo, solo el 31% de los adultos saben que los vendedores virtuales no piden los datos de acceso a la cuenta **personal** para ofrecer asistencia al cliente, y solo el 37% saben que usar una tarjeta de crédito en vez de una tarjeta de débito en internet ofrece mayor protección.

¹ Encuesta Forrester Consumer Technographics COVID-19 (Wave 2), 2020 (8-15 de mayo) (el 40% de los adultos de 18 años o más que compran en línea dicen que sus compras aumentaron ahora a consecuencia de la pandemia).

² Cálculo basado en las respuestas a las preguntas Q5, Q13, Q21, Q23, Q24 y Q26 de la encuesta.

El impacto del fraude y las estafas se ha generalizado y las amenazas continúan

Las tentativas de fraude siguen en aumento y los delincuentes intensifican sus ataques a los consumidores.³ Tres de cada cuatro (75%) adultos de EE.UU. de 18 años o más (18+) han sido objetos o víctimas de por lo menos un tipo de fraude⁴. Las solicitudes de donaciones monetarias de entidades benéficas falsas encabezan la lista (38%), seguidas del fraude en la compra de un producto por medio de un anuncio en línea (35%) y la recepción de avisos falsos sobre problemas de envío de paquetes (34%).

Experiencia personal con fraude y estafas
(n=1,027 adultos de EE.UU. 18+)

38%
Recibieron una solicitud de donación monetaria a una entidad benéfica que parecía falsa o fraudulenta

35%
Fueron víctima de fraude al comprar un producto mediante un anuncio en línea

34%
Recibieron un aviso falso sobre problemas con un envío

25%
Sufrieron el robo de un paquete

21%
Entregaron o recibieron una tarjeta de regalo sin fondos

8%
Fueron víctimas de fraude al solicitar un trabajo de temporada

75%
Fueron víctimas de al menos una de estas situaciones³

³ Fraude de identidad: la susceptibilidad no está vinculada a la edad https://www.aarp.org/content/dam/aarp/money/scams_fraud/2021/10/JavelinReport.pdf

⁴ Cálculo basado en las respuestas a las preguntas Q5, Q13, Q21, Q23, Q24 y Q26 de la encuesta

Las compras en línea continúan tras el pico de la pandemia de coronavirus en el 2020

Aunque muchos se vacunaron contra la COVID-19 y se ha flexibilizado las restricciones impuestas por la pandemia, la mayoría de los compradores navideños seguirán comprando regalos y artículos para las fiestas por internet en la próxima temporada. Las tres cuartas partes (75%) de los encuestados tienen previsto que sus compras en las principales tiendas virtuales como Amazon o Walmart serán similares o aumentarán en comparación con la temporada de fiestas del año pasado.

La tercera parte (38%) de los consumidores informan que han hecho una compra en los últimos doce meses haciendo clic en un anuncio en los medios sociales. Esto indica falta de conocimiento de los riesgos de fraude al hacer clic en la publicidad de los medios sociales: pueden llevar a un sitio copiado de una tienda legítima o descargar programas maliciosos en tu dispositivo.

38%

Efectuaron una compra mediante un anuncio en los medios sociales en los últimos 12 meses

Lugares donde los consumidores de EE.UU. compraron en el 2020 y planean comprar en el 2021

(n=1,027 adultos de EE.UU. 18+)

Tipo de comercio minorista	% Compraron en el 2020	% Más en el 2021	% Casi lo mismo en el 2021	% Menos en el 2021
Tienda virtual principal (es decir, Amazon, Walmart o eBay)	81%	21%	54%	21%
En persona en un minorista de una cadena grande (es decir, Target, Best Buy o Kohl's)	70%	16%	54%	25%
En persona en una tienda especializada/pequeño negocio local	70%	20%	53%	22%
En línea en una tienda especializada/pequeño negocio local	60%	16%	55%	22%
En mercados virtuales (es decir, Etsy, Facebook Marketplace o Craigslist)	37%	11%	44%	34%

Las tarjetas de regalo adquieren más popularidad en estas fiestas, pero el lugar donde se compran puede ser de riesgo

Hace tiempo que las tarjetas regalo constituyen un obsequio muy popular, y eso se confirma en nuestra encuesta para esta temporada de compras para las fiestas. Si bien el 59% de los encuestados indicaron que compraron tarjetas de regalo en la última temporada de fiestas, las dos terceras partes (66%) dijeron que las comprarán en la próxima temporada. Entre quienes compraron tarjetas de regalo el año pasado y planean volver a comprarlas este año, la mayoría indican que comprarán una cantidad *casi similar* (62%) o *mayor* (14%).

Además, el 60% de quienes planean comprar tarjetas de regalo esta temporada piensan adquirirlas en una tienda minorista, como un supermercado o una farmacia. Esto deja contentos a los estafadores: *Consumer Reports* indicó en diciembre del 2019 que los estafadores han estado adulterando las tarjetas de regalo de las tiendas minoristas durante años.⁵ Los estafadores suelen registrar el número de la tarjeta de regalo, exponer y luego cubrir el PIN, y esperar a que las tarjetas se activen. Tan pronto como se activa la tarjeta, el estafador roba los fondos. De hecho, el 21% de los adultos encuestados en el país han entregado o recibido una tarjeta de regalo sin fondos. Si bien esto podría ser consecuencia de un error del cajero, también podría indicar la facilidad con la que se pueden adulterar las tarjetas de regalo, que se venden en las tiendas minoristas.

Tarjetas de regalo compradas en el 2020 frente a la intención de compra en el 2021

(n=1,027 adultos de EE.UU. 18+)

Lugares donde los consumidores planean comprar tarjetas de regalo en la temporada festiva del 2021

(n=568 adultos de EE.UU. 18+ que planean comprar tarjetas regalo)

Tipo de comercio minorista	% Sí
Estante de una tienda minorista (p. ej., farmacia o supermercado)	60%
Tienda de un minorista específico	59%
Sitio web de un minorista específico	28%
En línea mediante subastas, revendedores, sitios de venta personales	13%
No están seguros	3%

Alguna vez han entregado o recibido una tarjeta de regalo sin fondos

(n=1,027 adultos de EE.UU. 18+)

⁵ Cómo evitar las estafas con las tarjetas de regalo <https://www.consumerreports.org/gift-cards/how-to-avoid-gift-card-scams/>

Esta temporada de fiestas, la mayoría de los consumidores del país usarán su tarjeta de débito y muchos usarán una aplicación de pagos, lo cual podría presentar un problema.

Si bien la mayoría (79%) de los consumidores utilizarán diversos métodos de pago en sus compras festivas, las dos terceras partes (69%) utilizarán su tarjeta de débito.⁶ Asimismo, casi la mitad (45%) de quienes utilizan aplicaciones de pago entre usuarios (P2P) indican que es probable o muy probable que las usen para sus compras en las fiestas de este año.

La manera más segura de hacer compras en línea es con una tarjeta de crédito o una billetera digital. Las tarjetas de crédito ofrecen mayor protección que las tarjetas de débito en caso de fraude. Si bien las tarjetas de débito tienen protecciones contra el fraude, la investigación de dicho fraude que realiza el emisor de la tarjeta puede demorar semanas o meses durante los cuales el consumidor no tiene acceso a los fondos que perdió a causa del fraude. Además, si se disputa una transacción efectuada con una tarjeta de crédito, se puede recibir un reembolso del emisor de la tarjeta. Una billetera digital —con la cual los consumidores pueden comprar con tarjetas de crédito desde su teléfono inteligente sin compartir la información de la tarjeta con el vendedor minorista— es aún más segura que usar una tarjeta de crédito directamente con el vendedor minorista.⁷

Las aplicaciones de pago populares, como Venmo, Zelle y Cash App, están diseñadas para usarse con alguien que se conoce y en quien se confía, para dividir la factura de la cena o pagarle a la niñera. Las pérdidas por fraude con estas aplicaciones no se suele recuperar. Por eso es importante usarlas según las instrucciones. Sin embargo, la mitad de los usuarios de P2P (51%) dijeron que han enviado dinero por medio de una de estas aplicaciones a alguien que no conocen bien o a un vendedor con quien no habían tratado antes.

⁶ Según un recuento de las múltiples respuestas permitidas en la pregunta Q12 y la cantidad que indican usar dos o más opciones.

⁷ Lee el estudio de Javelin “2020 Identity Fraud Study: Genesis of the Identity Fraud Crisis”, de abril del 2020 (Estudio de fraude de identidad del 2020: génesis de la crisis de fraude de identidad) <https://www.javelinstrategy.com/coverage-area/2020-identity-fraud-study-genesis-identity-fraud-crisis>

Los consumidores de EE.UU. saben poco sobre fraude y estafas

Para comprender mejor el conocimiento de los consumidores sobre compra sin riesgo, se pidió a los encuestados que respondieran 8 preguntas del tipo verdadero/falso. La mayoría de los encuestados no contestaron correctamente el cuestionario de 8 preguntas, y solo el 19% de ellos respondió 6 o más preguntas correctamente.⁸

Respuestas de consumidores a afirmaciones verdaderas o falsas

(n=1,027 adultos de EE.UU. 18+)

Afirmación verdadera o falsa	Y la respuesta CORRECTA es...	¿Cuántas personas acertaron la respuesta correcta?
Los vendedores minoristas virtuales como eBay y Amazon piden la información de acceso a tu cuenta para brindar asistencia al cliente.	FALSO. Si existe un problema en tu cuenta, los minoristas como Amazon o eBay te envían un correo electrónico y te piden que ingreses a tu cuenta y resuelvas el problema en la plataforma.	31%
Las tarjetas de crédito y las de débito ofrecen las mismas protecciones en las compras virtuales.	FALSO. Tienes menos responsabilidad ante el fraude cuando usas una tarjeta de crédito, y puedes disputar un cargo que te puede reembolsar el emisor de la tarjeta de crédito.	37%
Las aplicaciones de pago entre usuarios como Cash App, Zelle o Venmo tienen las mismas protecciones para el consumidor que la tarjeta de crédito.	FALSO. Este tipo de servicios de pago P2P no ofrece protección contra el fraude. Una vez que un consumidor envía dinero a alguien, el dinero desaparece y probablemente no se pueda recuperar.	40%
Pedir una oferta de prueba gratuita a un minorista virtual (con un pequeño cargo por envío) es una buena forma de probar un producto antes de comprarlo.	FALSO. Las empresas fraudulentas y los verdaderos estafadores ofrecen pruebas gratuitas con una pequeña tarifa de envío y tramitación para atraer a los consumidores a participar en programas de suscripción costosos y difíciles de cancelar.	43%
Al buscar asistencia al cliente en internet, el primer número telefónico de atención al cliente que aparece en los resultados de la búsqueda te conectará con un empleado legítimo de esa empresa.	FALSO. Los estafadores compran avisos virtuales igual que los verdaderos minoristas, pero sus anuncios difunden un número de atención al cliente que conecta a quien llama directamente con los delincuentes. Busca los números legítimos en las facturas y los estados de cuenta de la tarjeta de crédito.	47%
Las aplicaciones de pago entre usuarios como Cash App, Zelle y Venmo solo se deben usar para transferir dinero entre personas que conoces directamente, como familiares, amigos, la niñera o el jardinero.	VERDADERO. Las empresas que ofrecen estas aplicaciones dejan en claro que se deben usar para efectuar pagos entre personas que conoces y en quienes confías. No ofrecen protección contra el fraude.	49%
Los avisos de productos que ves en los medios sociales, como Facebook o Instagram u otros lugares virtuales son confiables.	FALSO. De hecho, incluso los anuncios impresos, televisivos y radiofónicos no siempre son verificados y confiables. Ten cuidado con las ofertas demasiado buenas para ser auténticas.	53%
Actualizar los programas de tus dispositivos con frecuencia ofrece protección contra el fraude.	VERDADERO. Las actualizaciones de software con frecuencia contienen parches para resolver problemas de seguridad que te protegen contra el fraude.	60%

⁸ Cálculo basado en un recuento de respuestas "correctas" en cada afirmación

Las estafas de entidades benéficas son una amenaza esta temporada de fiestas

Las fiestas son una ocasión para obsequiar: las tres cuartas partes (76%) de los encuestados indicaron que suelen efectuar más o casi las mismas donaciones monetarias durante la temporada de fiestas que en cualquier otra época del año. Si bien las tarjetas de crédito o de débito (54%) se utilizaron con más frecuencia para efectuar donaciones monetarias en los últimos 12 meses, muchos consumidores utilizaron métodos que los estafadores prefieren debido a la dificultad de rastrear el dinero, como el efectivo (37%) y las tarjetas de regalo (8%).

Si bien es importante verificar que una entidad benéfica es legítima antes de efectuar una donación monetaria para evitar una estafa, la mitad (53%) de los encuestados indicaron que no siempre investigan de antemano. Entre los organismos de vigilancia confiables se encuentran Charity Navigator, CharityWatch, y Wise Giving Alliance del Better Business Bureau, además de la búsqueda en internet con el nombre de la entidad benéfica y las palabras “scam” (estafas) y “complaints” (denuncias).

60%

Han donado dinero a una entidad benéfica o una causa en los últimos 12 meses

38%

Han recibido una solicitud de donación monetaria que consideraron posiblemente falsa o fraudulenta

Enviaron dinero a una entidad benéfica o una causa con...

(n=619 adultos de EE.UU. 18+ que donaron dinero en los últimos 12 meses)

Frecuencia de investigación antes de efectuar una donación monetaria

(n=1,027 adultos de EE.UU. 18+)

Los ladrones de paquetes en las puertas de entrada son también una amenaza

Los paquetes que se dejan en los porches delanteros sin vigilancia y a la vista son blancos fáciles para los ladrones. De hecho, la cuarta parte (25%) de los encuestados afirman haber sufrido el robo de un paquete en la puerta de su casa. Esto sigue siendo un problema para la próxima temporada de fiestas, ya que la mitad (53%) de los adultos del país planean enviar paquetes de regalo a familiares y amigos durante las fiestas.

Además, la tercera parte (34%) indicaron haber recibido un aviso falso de alguien que dice ser de USPS, FedEx o UPS referente a un problema con un envío. Estos estafadores intentan comunicarse contigo para robar tus datos personales.

Implicaciones y conclusiones principales basadas en los resultados de la encuesta

Conforme a la tendencia de efectuar más compras en línea durante la pandemia, los consumidores esperan volver a usar internet para hacer sus compras durante esta temporada de fiestas. Las compras virtuales pueden ser convenientes, menos riesgosas que visitar tiendas durante la pandemia, y un modo confiable de hacer transacciones. Sin embargo, para no correr el riesgo de perder dinero o datos personales confidenciales mediante fraude, los consumidores pueden tomar las siguientes precauciones:

- Tener en cuenta que las principales tiendas minoristas no pedirán los datos de acceso a la cuenta personal al solicitar asistencia al cliente. Si piden esta información, hay que cortar la comunicación de inmediato.
- Considerar alternativas a la entrega de paquetes en la puerta de entrada; averiguar si la compañía de envíos puede redirigir los paquetes a su centro más cercano o pedir que la compañía coloque los paquetes en un lugar que no se pueda ver fácilmente desde la calle.
- Mantener actualizados los sistemas operativos y los programas antivirus en los dispositivos.
- Los anuncios en línea sobre ventas increíbles probablemente no son verdaderos.
- Al comprar tarjetas de regalo, sólo se las debe pedir en internet directamente al emisor, ya sea un vendedor minorista, un restaurante u otra entidad. Las tarjetas de regalo en los estantes de las tiendas se pueden manipular fácilmente.
- Usar aplicaciones de pago entre usuarios, como Cash App, Zelle y Venmo, para el propósito que fueron diseñadas, por lo que *no* se las debe usar para comprar artículos de personas o empresas que no se conoce.
- Debe evitarse usar tarjetas de débito en internet; las tarjetas de crédito ofrecen mejores protecciones en caso de fraude.

Otros métodos para comprar en internet sin correr riesgos que no cubiertos en esta encuesta incluyen utilizar contraseñas complejas y únicas para cada cuenta de internet (se crean fácilmente con un administrador de contraseñas) y no hacer clic en enlaces de avisos virtuales, correos electrónicos ni mensajes de texto. Es mejor visitar la dirección web de la empresa que se sabe que es correcta. Mantente a salvo y disfruta de la temporada de fiestas.

Metodología completa

AARP contrató a ANR Market Research Consultants para llevar a cabo un estudio cuantitativo entre los adultos de Estados Unidos 18+. ANR realizó un total de 1,027 entrevistas telefónicas (319 por teléfonos fijos y 708 por teléfonos celulares). Se seleccionó a los encuestados que cumplieran con los siguientes criterios:

- Edad: 18 años o más
- Residente de Estados Unidos
- Utiliza internet al menos ocasionalmente
- Compra regalos, alimentos, decoraciones, etc. específicamente para las fiestas u otro tipo de celebraciones durante la temporada de fiestas.

Para esta investigación se utilizaron tanto teléfonos fijos como celulares, extraídos en forma aleatoria de una lista de residentes 18+ en Estados Unidos —incluidos Alaska y Hawái— adquirida en Aristotle. Se utilizó la lista de 251,297,494 registros para obtener una muestra de 1,027 participantes. La lista se dividió aleatoriamente en 251,298 réplicas de 1,000 registros. En un principio, se puso a disposición 20 réplicas para las llamadas y se añadió más réplicas cuando fue necesario. En total, se utilizó 56 réplicas que representaron un total de 55,129 registros para realizar este estudio.

La encuesta se puso en marcha el 8 de octubre del 2021 y finalizó el 17 de octubre del 2021. Cada encuesta tomó un promedio de 19.0 minutos. La muestra de 1,027 encuestados produjo un error estadístico máximo de +/- un 3.1% y un nivel de confiabilidad del 95%. (Esto significa que en 95 de cada 100 muestras de este tamaño, los resultados obtenidos en la muestra estarían dentro de los ± 3.1 puntos porcentuales de los resultados obtenidos si se hubiera entrevistado a toda la población).

Se ponderó todos los datos de la encuesta según la edad, el sexo y la raza/etnia de acuerdo con las estadísticas nacionales ACS de la Oficina del Censo del 2019. Los porcentajes de algunas preguntas en el registro de datos pueden superar el 100% debido al redondeo o al uso de formatos de preguntas de respuesta múltiple. Los porcentajes del registro de datos corresponden al redondeo de .5 o más al siguiente número entero. En los casos en que los datos se combinan (es decir, "con seguridad" y "probablemente"), se suma y se redondea los porcentajes reales. Esto puede producir una discrepancia máxima del 1% entre el porcentaje del registro de datos y el porcentaje real. Los informes sobre la disposición final de las llamadas están disponibles a pedido. El resumen de producción es el siguiente:

Final	
Cantidad de entrevistas completas	1,027
Muestra	55,129
Índice de cooperación (COOP3)	59.8%
Índice de negativas (REF3)	2.6%
Índice de respuestas (RR3) ⁹	2.3%

⁹ Esta fórmula del índice de respuestas (RR3) requiere el cálculo de "e", que es la proporción de casos de admisibilidad desconocida que se calcula que son de hecho admisibles. Para determinar "e" se utilizó la siguiente fórmula: $e = \text{finalización} + \text{terminación anticipada} + \text{hogar confirmado sin respuesta, ocupado y con contestador automático} + \text{devoluciones de llamada} + \text{barrera de idioma} / \text{finalización} + \text{terminación anticipada} + \text{hogar confirmado sin respuesta, ocupado y con contestador automático} + \text{devoluciones de llamada} + \text{barrera de idioma} + \text{Gobierno/empresa} + \text{inactivo} + \text{excluido} + \text{exceso de cuota}$.

Para obtener más información, te puedes comunicar con Jen Sauer,
jsauer@aarp.org
Las preguntas de los medios deben dirigirse a media@aarp.org