



EL FRAUDE AL CONSUMIDOR EN ESTADOS UNIDOS: LA EXPERIENCIA LATINA

Agosto del 2021

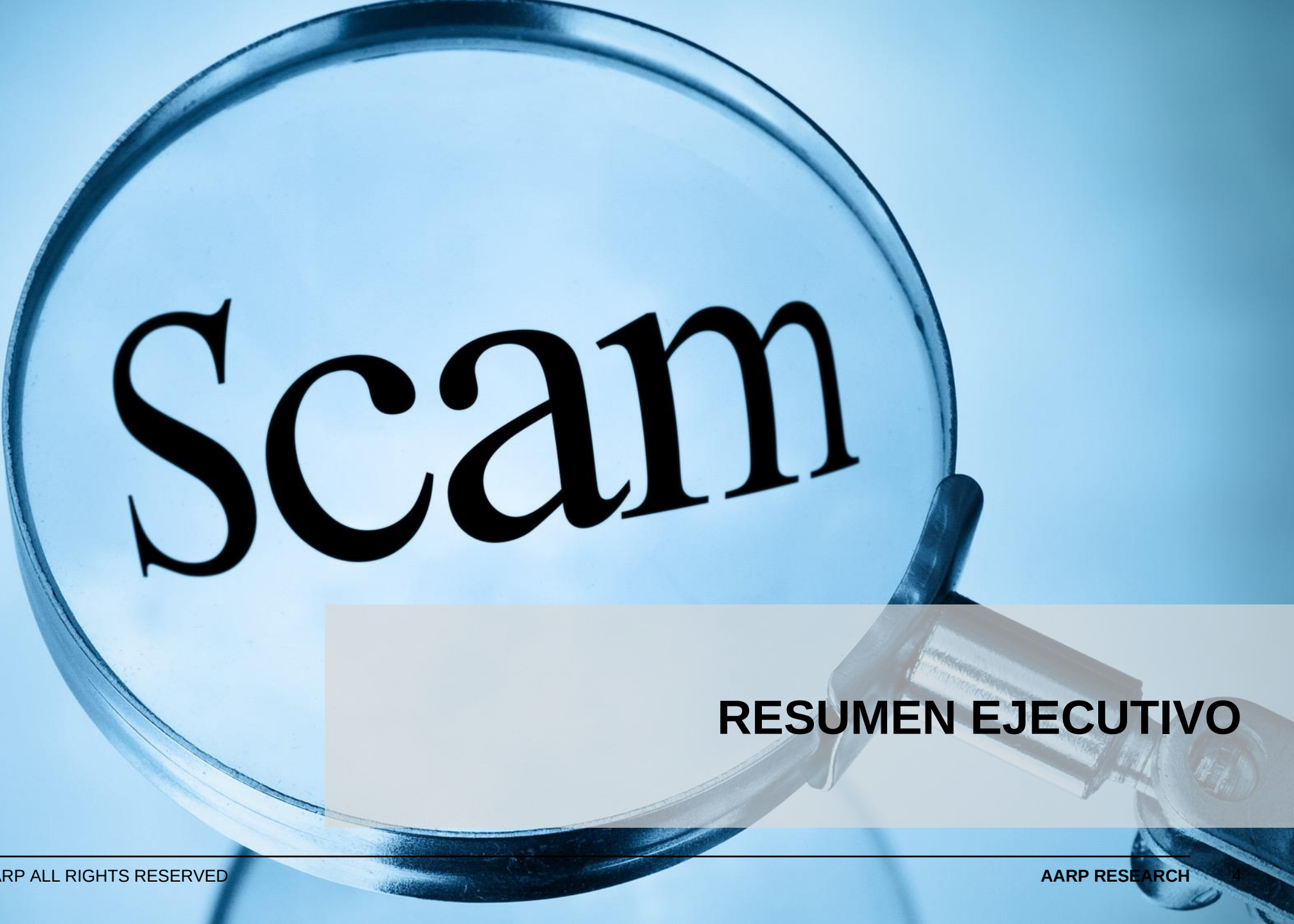
Índice

Sección	Diapositiva
Objetivos de la investigación	3
Resumen ejecutivo	4
Conciencia sobre estafas	7
Susceptibilidad a las estafas	14
Incidencia por ser objeto o víctima de estafas	29
El impacto físico y emocional por las estafas	36
Hallazgos de la investigación	38
Diseño de la muestra y metodología de la encuesta	42
Apéndice	47
Información de contacto	50

Objetivos de la investigación

- AARP llevó a cabo esta encuesta a fin de ayudar a comprender las semejanzas y diferencias relacionadas con el conocimiento y la experiencia en materia de estafas al consumidor entre las poblaciones latinas y negras de 18 años o más en comparación con otros grupos raciales.***
- La encuesta comparó el conocimiento y la experiencia en 17 estafas, muchas de las cuales se presume son más frecuentes en las comunidades latinas y negras. Esta investigación desmintió algunas de estas suposiciones.
- Este informe se centra en la población latina adulta. Para conocer los resultados de la encuesta sobre la experiencia y la incidencia de estafas entre los adultos negros, visita www.aarp.org/blackscamexperience.
- AARP utilizará estos resultados para optimizar los esfuerzos de educación sobre las estafas dirigidas a estos grupos, e informar sobre el trabajo en el 2021 y en el futuro.

***Este informe usa el término “latino” para todo participante que respondió Sí a “*Qué grupo racial o étnico lo describe mejor: blanco, no hispano; hispano o latino; negro o afroamericano; asiático-estadounidense; mediorienta o árabe; indoamericano/nativo estadounidense; otro grupo*”, y luego respondió “Sí” a “*Considera que alguna parte de su origen étnico es hispano o latino, o que su ascendencia familiar se remonta a países de América Latina*”. El término “negro” se refiere a los participantes no hispanos que seleccionaron solo “negro o afroamericano” al describir su raza. Los “blancos y otros grupos raciales” se refiere a quienes se identificaron como “blanco” únicamente o como asiático-estadounidense, mediorienta o árabe, indoamericano/nativo estadounidense, u otro grupo indeterminado. En las leyendas de los gráficos y las tablas se utilizará “blanco/otro”. Consulta las diapositivas 43 a 46 para información sobre la muestra o visita www.aarp.org/latinoscamexperience para leer el informe completo sobre la metodología.



Scam

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen ejecutivo

Conocimiento e incidencia de las estafas entre los adultos latinos en Estados Unidos

- La mayoría de los adultos latinos conocen al menos un tipo de estafa.* Además, 2 de cada 5 han sido objeto de una estafa y 1 de cada 5 ha perdido dinero debido a una estafa. Esto se repite en todos los grupos raciales.
- Los adultos latinos son el objetivo principal de las estafas de impostores del Gobierno, de los servicios públicos y de los abuelos. Tanto en las estafas de servicios públicos como en las de abuelos, los adultos latinos superan ampliamente a otros grupos raciales. Las estafas relacionadas con el trabajo —ofertas ficticias de trabajo desde casa y anuncios falsos de empleo, así como estafas relacionadas con la lotería— figuran entre las diez estafas principales dirigidas a esta población.
- Los adultos latinos menores de 40 años son más propensos a reportar ser objeto de una estafa. De hecho, cerca de 1 de cada 5 adultos de 18 a 39 años reportó haber sido objeto de una estafa de impostores del Gobierno o de servicios públicos.
- Estos adultos latinos más jóvenes son más propensos que los mayores a reportar ser objeto de una estafa de abuelos, de inmigración y de trabajo desde el hogar. Aquellos de 50 años o más son más propensos a reportar ser objeto de una estafa de impostores de Gobierno o de lotería, pero pocos otros tipos de estafas.

*Se presentaron un total de 17 tipos de estafas a los participantes.

Resumen ejecutivo, continuación

- Los adultos latinos que reportaron haber sido víctimas de una estafa indicaron con mayor frecuencia las estafas de abuelos, las románticas, las de servicios públicos y las de lotería. Sin embargo, es importante advertir que la mayor incidencia de un tipo de estafa dado fue del 6% y la menor del 4%. En consecuencia, la distinción entre haber sido víctima de estafas aisladas es reducida en general y entre los grupos raciales.
- La exposición de los latinos a las estafas (ser objeto o perder dinero por una estafa) se situó al mismo nivel que la de los otros grupos raciales: cerca de la cuarta parte reportó haber sido objeto de dos o más estafas. Existe una tendencia similar entre quienes reportaron haber sido víctima de una estafa, una cifra que representa cerca de 1 de cada 5 adultos en cada grupo racial.
- Una tendencia más alarmante en todos los grupos étnicos es que más de la mitad de quienes han sido víctimas lo han sido más de una vez.



CONCIENCIA SOBRE ESTAFAS ENTRE LOS ADULTOS LATINOS EN EE.UU.

Suposiciones eliminadas

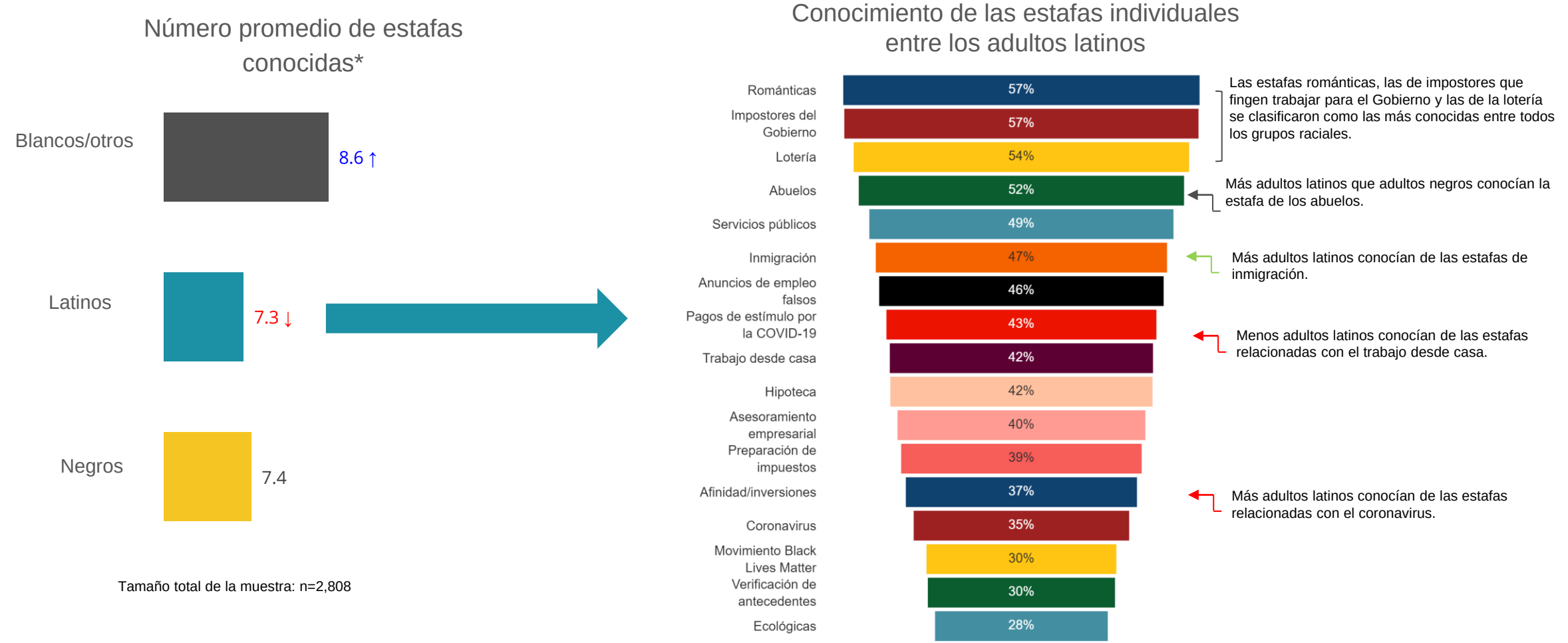
Los adultos latinos clasificaron las mismas tres estafas como las principales, al igual que otros grupos raciales.

En orden de clasificación basado en conocimiento de las estafas entre los adultos latinos



- Al contrario de las expectativas, de las 17 estafas incluidas en la encuesta, las mismas tres estafas son las principales que conocen tanto los adultos latinos como otros grupos raciales.
  - Las tres estafas principales son las románticas, las de impostores que fingen trabajar para el Gobierno y las de la lotería.
- Sin embargo, los adultos latinos informaron el mayor nivel de conocimiento sobre las estafas de inmigración en comparación con otros grupos raciales.
- Las estafas sobre las que los adultos latinos informaron tener menos conocimiento comparados con los blancos y otros grupos raciales incluyeron:
  - Estafas de ayuda hipotecaria
  - Estafas de preparador de declaraciones de impuestos (dirigidas a pequeñas empresas)
  - Fraude de inversión por afinidad, dirigido a grupos de iglesia o comunitarios
- Por último, los adultos latinos dijeron que en general estaban menos familiarizados con:
  - Estafas relacionadas con el coronavirus
  - Estafas relacionadas con el movimiento Black Lives Matter
  - Verificación de antecedentes
  - Subsidios para mejoras ecológicas en el hogar

Los adultos latinos conocían 7.3 estafas en promedio, aproximadamente una menos que los blancos y otros grupos raciales, y casi igual que los adultos negros.



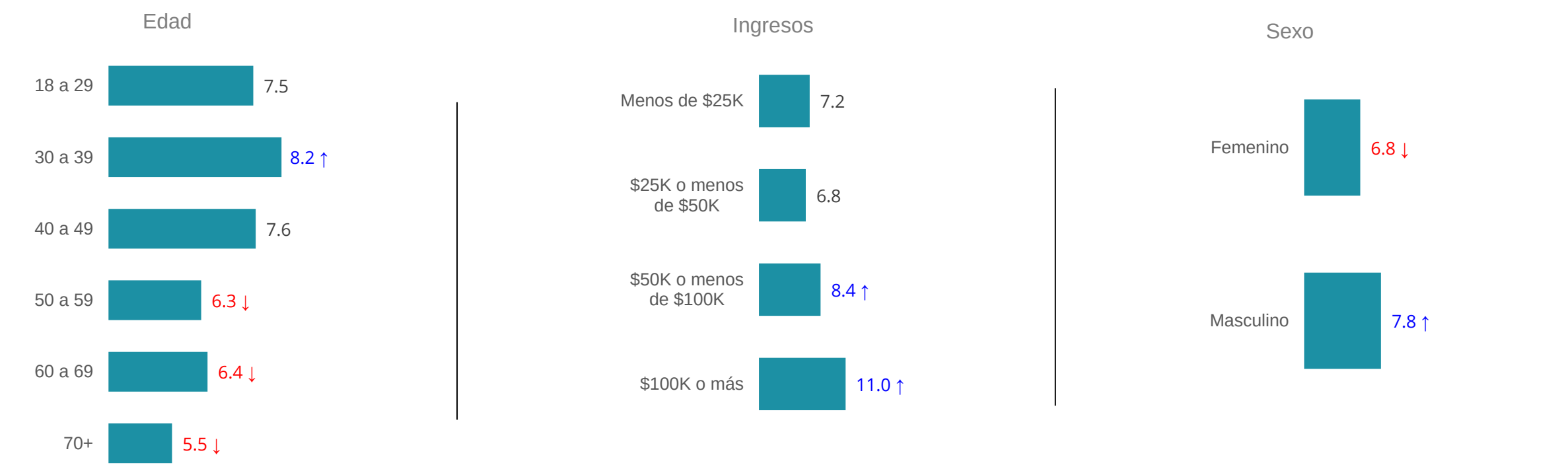
P. ¿Alguna vez había escuchado de [...]

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Los adultos latinos de 50 años o más, de sexo femenino y con un ingreso familiar anual menor de \$100,000 conocían menos estafas, en promedio, que sus contrapartes.

Más específicamente, los adultos latinos de entre 30 y 39 años conocían el mayor número de estafas, mientras que los de 70 años o más conocían el menor número.

Número promedio de estafas conocidas por los adultos latinos, según el segmento demográfico



Promedio general de conocimiento de las estafas entre los latinos: 7.3

Tamaño de la muestra de latinos: n=1,103

P. ¿Alguna vez había escuchado de [...]
**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

La clasificación del conocimiento sobre estafas difiere según la raza.

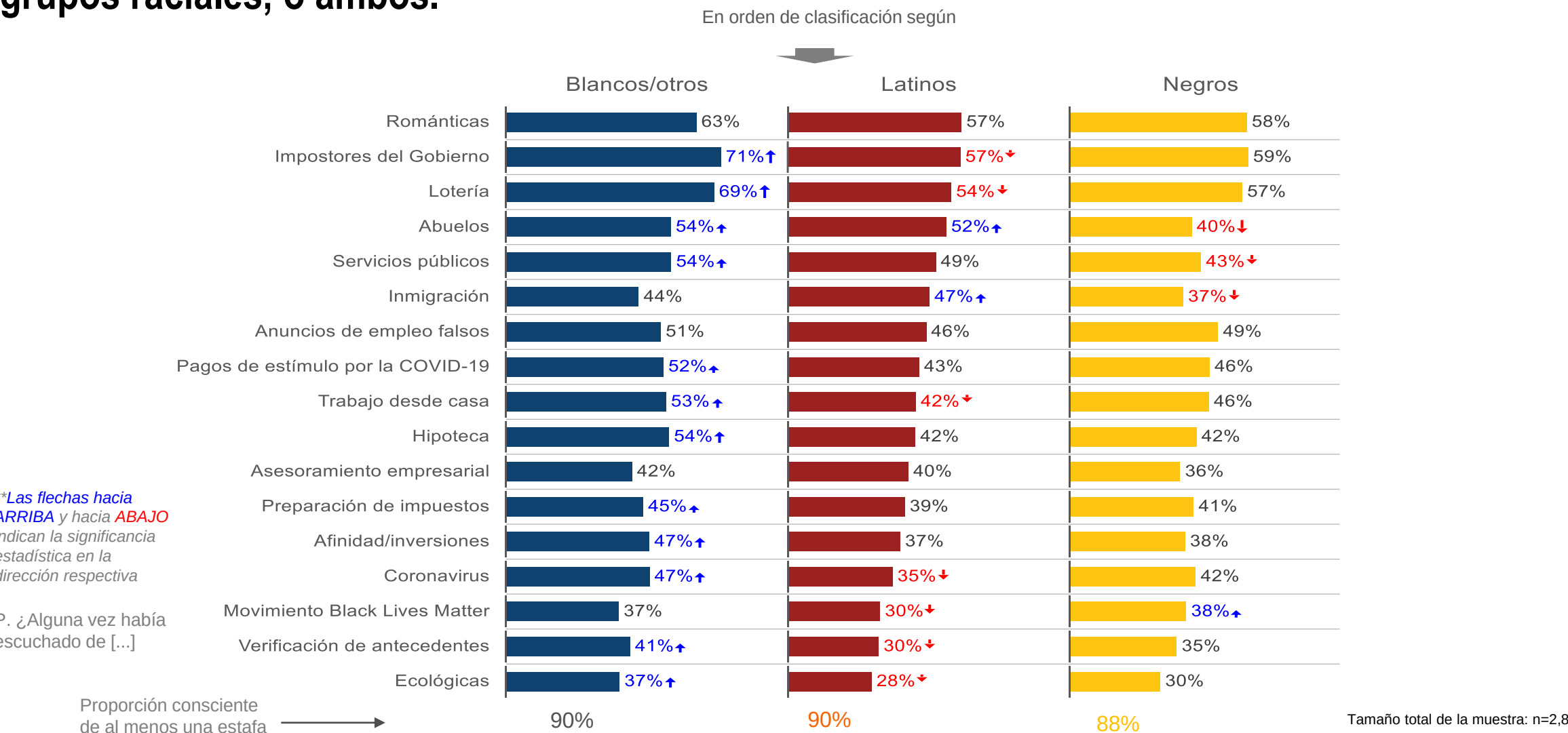
Entre los adultos, comparados con los blancos y otros grupos raciales y con los negros, los latinos conocían más las estafas de los abuelos, de inmigración y de asesoramiento empresarial, y conocían menos las estafas relacionadas con el trabajo desde casa, las hipotecas y el coronavirus.



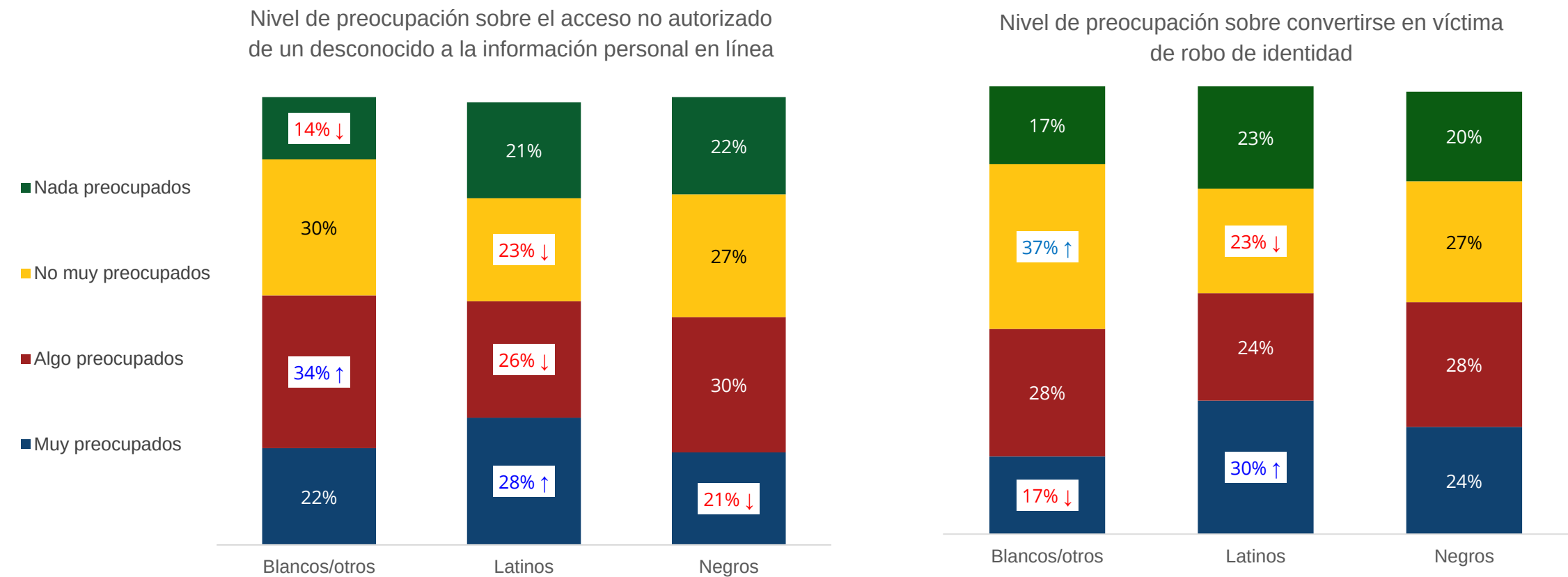
P. ¿Alguna vez había escuchado de [...]

Tamaño total de la muestra: n=2,808

La incidencia de conocimiento de las estafas variaba según el grupo racial, y los adultos latinos tenían menor conocimiento de varias estafas comparado con uno de los otros dos grupos raciales, o ambos.



Más adultos latinos que de los otros grupos raciales dijeron que se sentían *muy* preocupados sobre el acceso a la información personal en línea y sobre convertirse en víctima de robo de identidad.



Tamaño total de la muestra: n=2,808

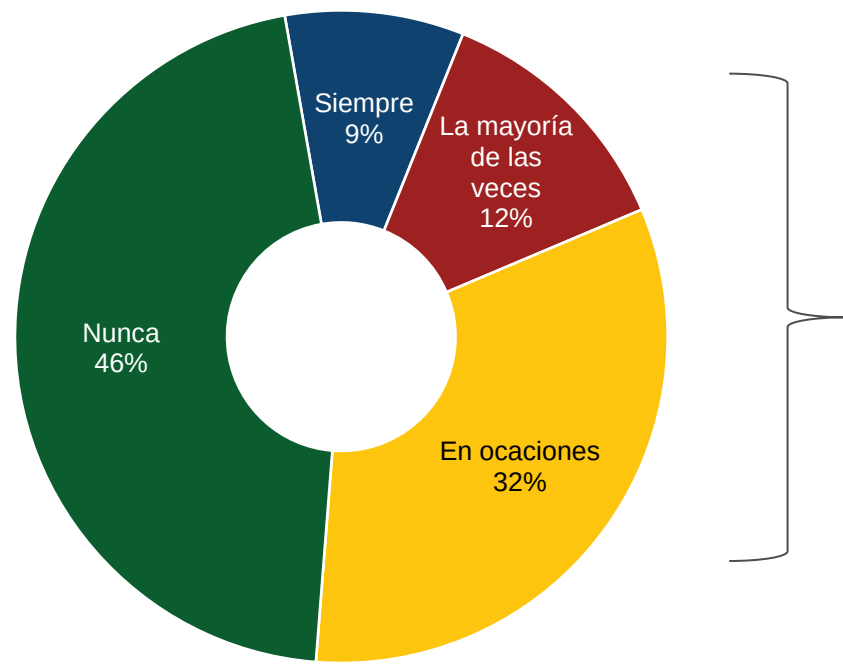
P10. ¿Hasta qué punto le preocupa que algún desconocido obtenga acceso a su información personal en línea sin su permiso... ¿está usted muy preocupado, algo preocupado, no muy preocupado, o nada preocupado?/P28. ¿Qué tan preocupado está usted en estos días, personalmente, de ser víctima del robo de identidad, es decir, cuando alguien roba su número de Seguro Social u otra información personal y la utiliza para abrir nuevas cuentas bancarias, nuevos préstamos o hacer grandes compras para ellos en su nombre?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

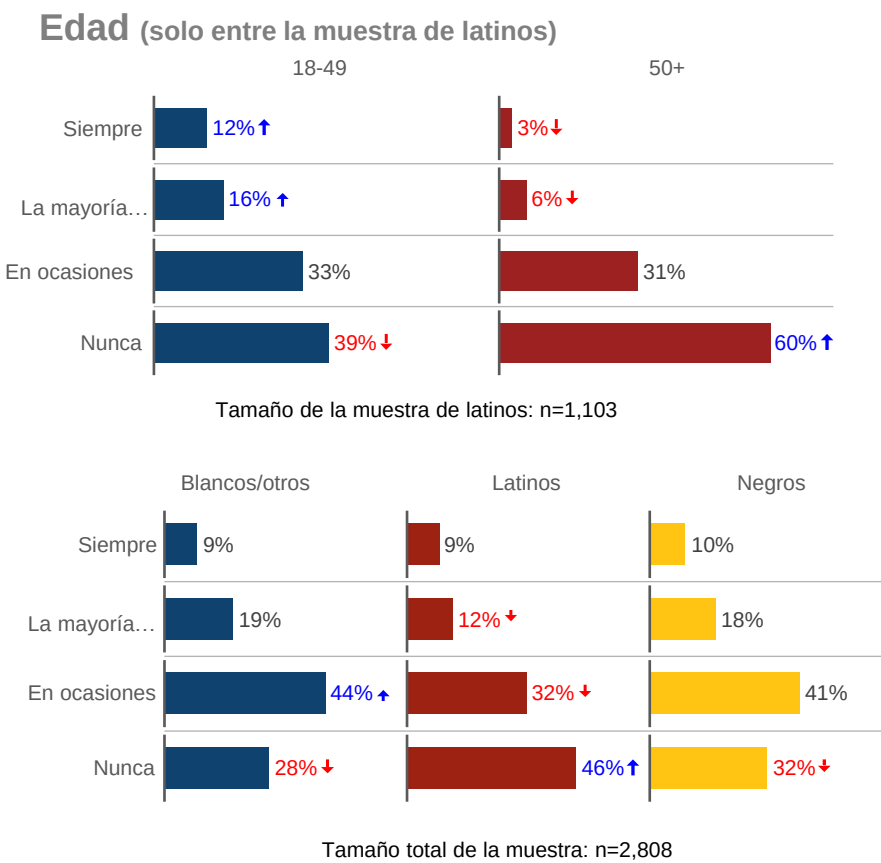
**SUSCEPTIBILIDAD A LAS ESTAFAS ENTRE LOS
ADULTOS LATINOS EN EE.UU.**

Los adultos latinos en general, y los de 50 años o más en particular, fueron significativamente menos propensos que otros grupos raciales y los adultos más jóvenes a dar su información personal para ganar un premio o regalo.

Con qué frecuencia los adultos latinos dieron información personal para ganar un premio o regalo



Participación en ofertas de premios o regalos, según el segmento demográfico

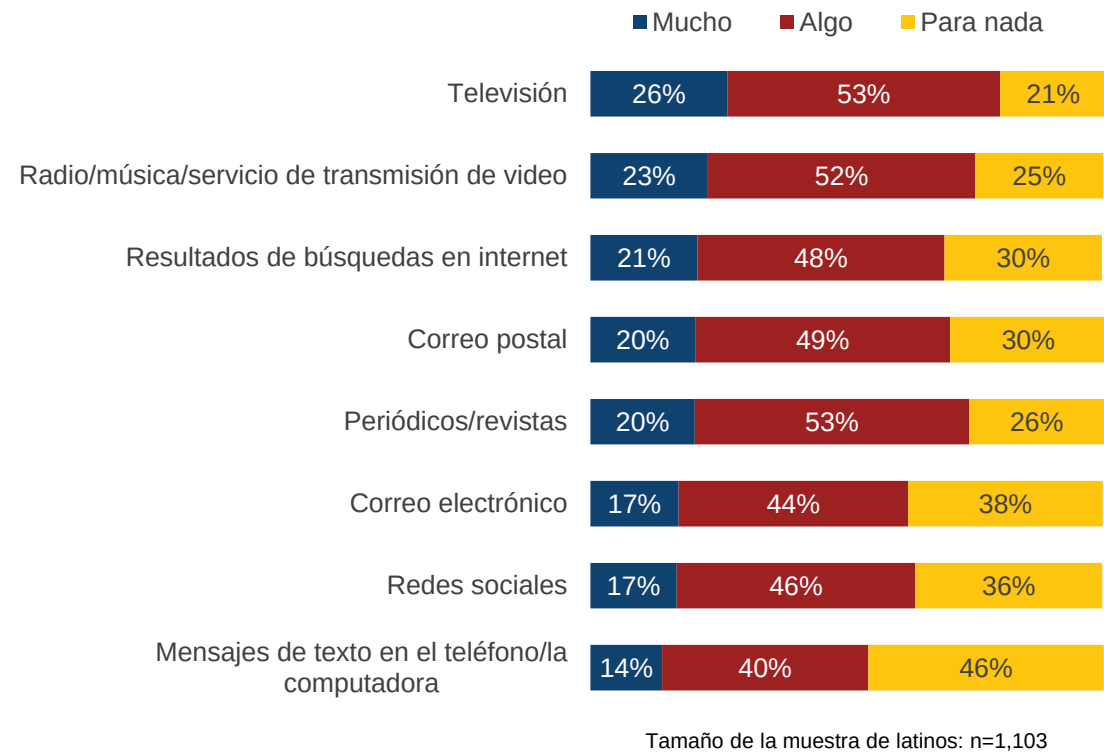


P2. ¿Con qué frecuencia ingresa su nombre y otra información para ganar un premio o regalo?
**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

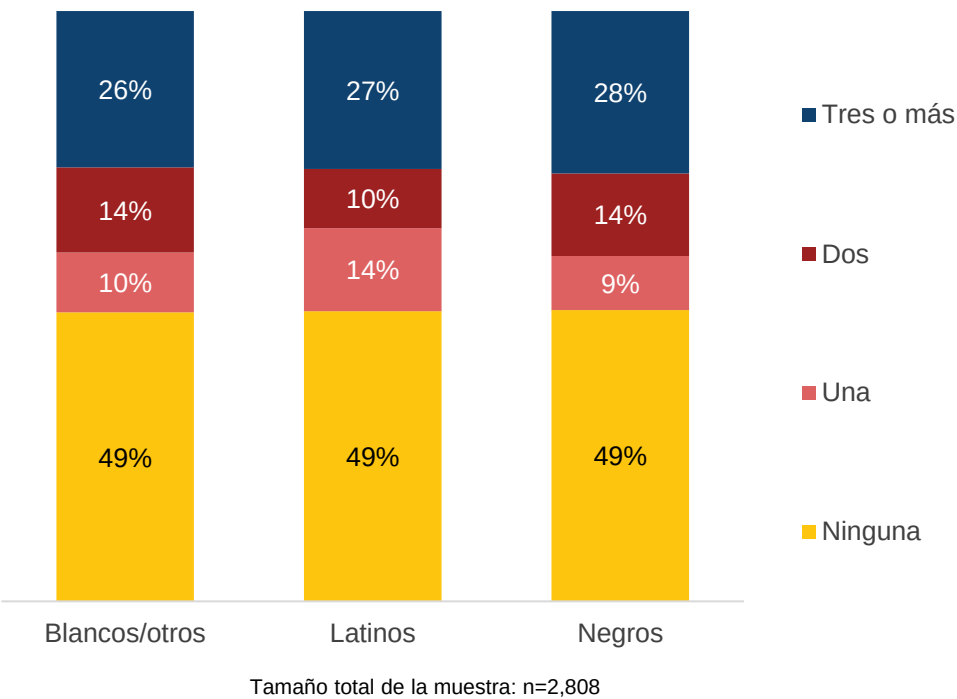
La televisión y la radio son las fuentes publicitarias más confiables para los adultos latinos.

De hecho, más de la cuarta parte dijeron que confiaban “mucho” en tres o más de las fuentes publicitarias enumeradas en la encuesta, al igual que otros grupos raciales.

Fuentes publicitarias y niveles de confianza entre los adultos latinos



Número de fuentes publicitarias en las que se confiaba “mucho”, según la raza

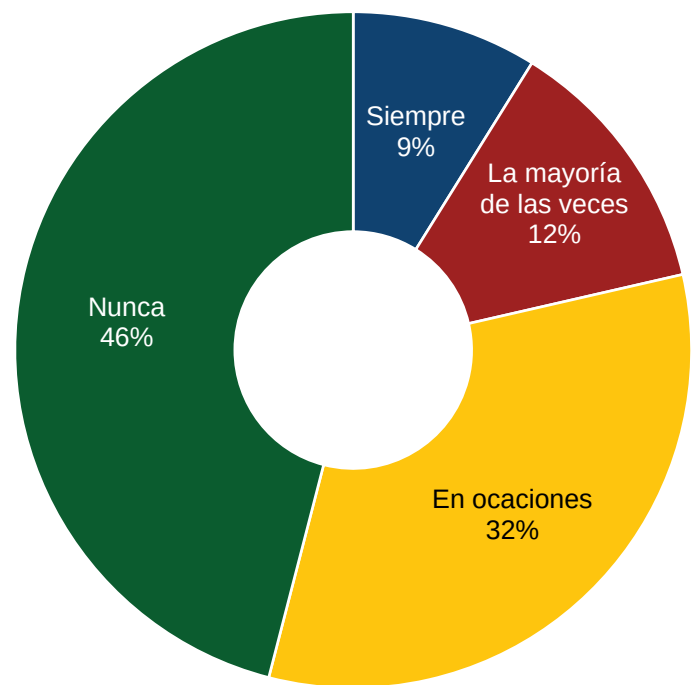


P1. Para cada uno de los siguientes medios donde pueda ver o escuchar un anuncio de un producto o servicio, dígame si confiaría mucho, algo o nada en ese anuncio. Si usted viera o escuchara un anuncio de algo que le interesa en [...], ¿confiaría mucho en ese anuncio, algo o nada?

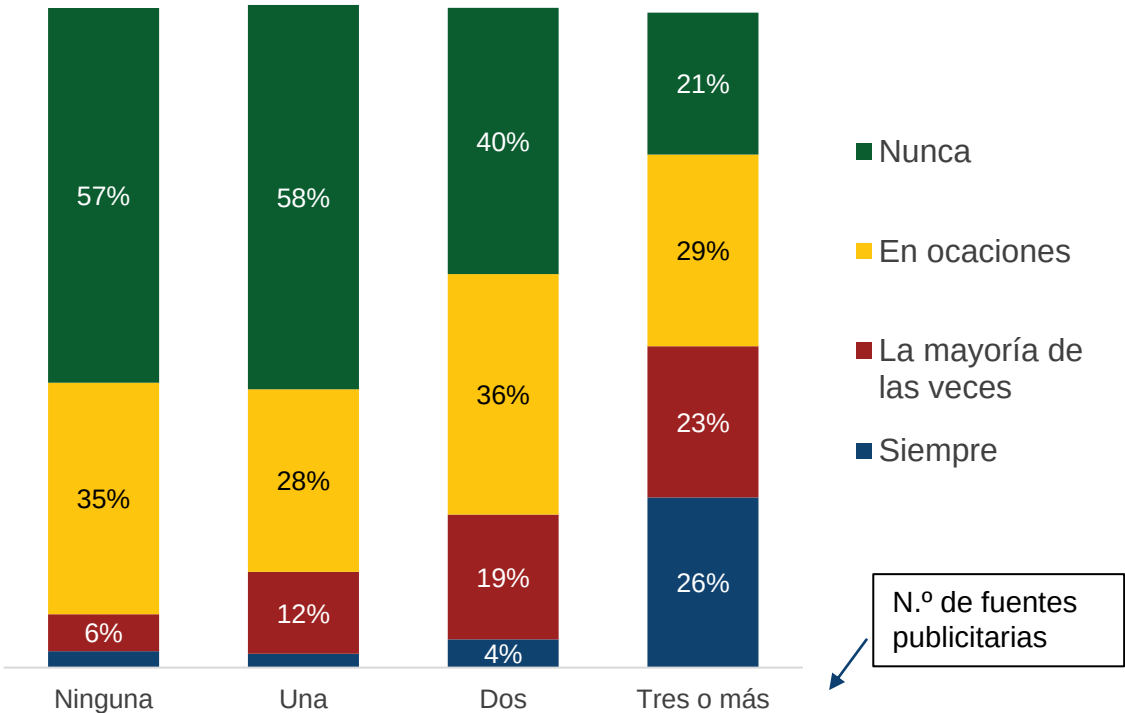
La relación entre la confianza en fuentes publicitarias y ciertas actividades contribuye al riesgo de pérdidas causadas por fraude.

Entre los adultos latinos que confiaban en tres o más fuentes publicitarias, la incidencia de siempre dar su nombre y otra información para un concurso casi se triplicaba, mientras entre quienes no confiaban en *ninguna* fuente publicitaria, la incidencia fue prácticamente nula.

Con qué frecuencia los adultos latinos dieron información personal para ganar un premio o regalo



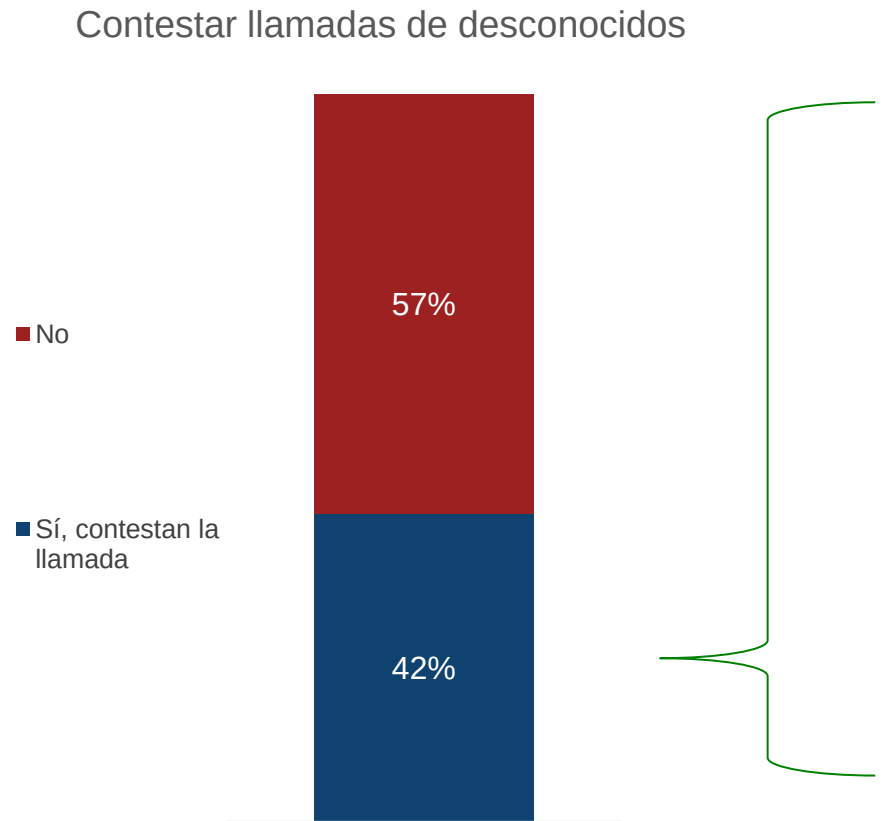
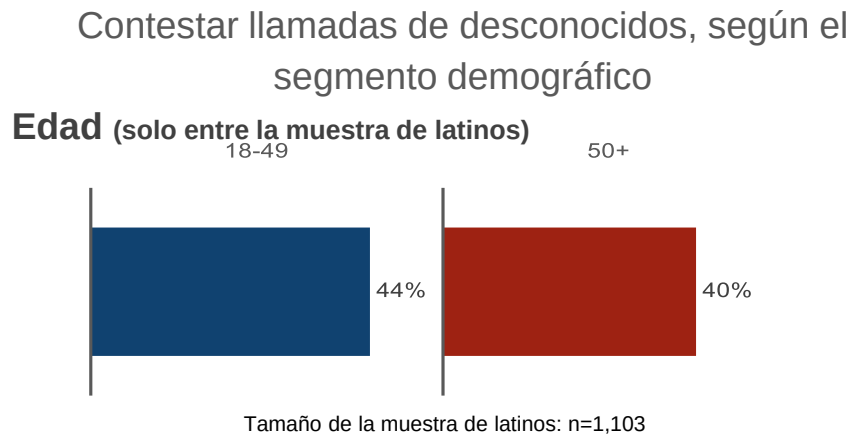
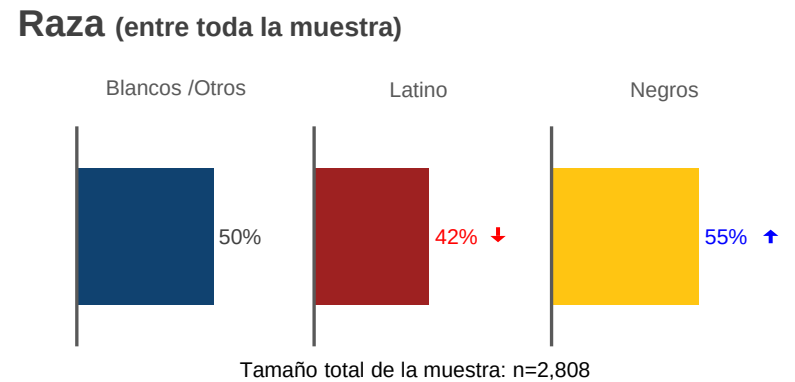
Participación en ofertas de premios o regalos, según el número de fuentes publicitarias confiables para los adultos latinos



Tamaño de la muestra de latinos: n=1,103

P2. ¿Con qué frecuencia ingresa su nombre y otra información para ganar un premio o regalo?

Los adultos latinos fueron mucho menos propensos que los otros grupos raciales a decir que contestan llamadas de desconocidos.

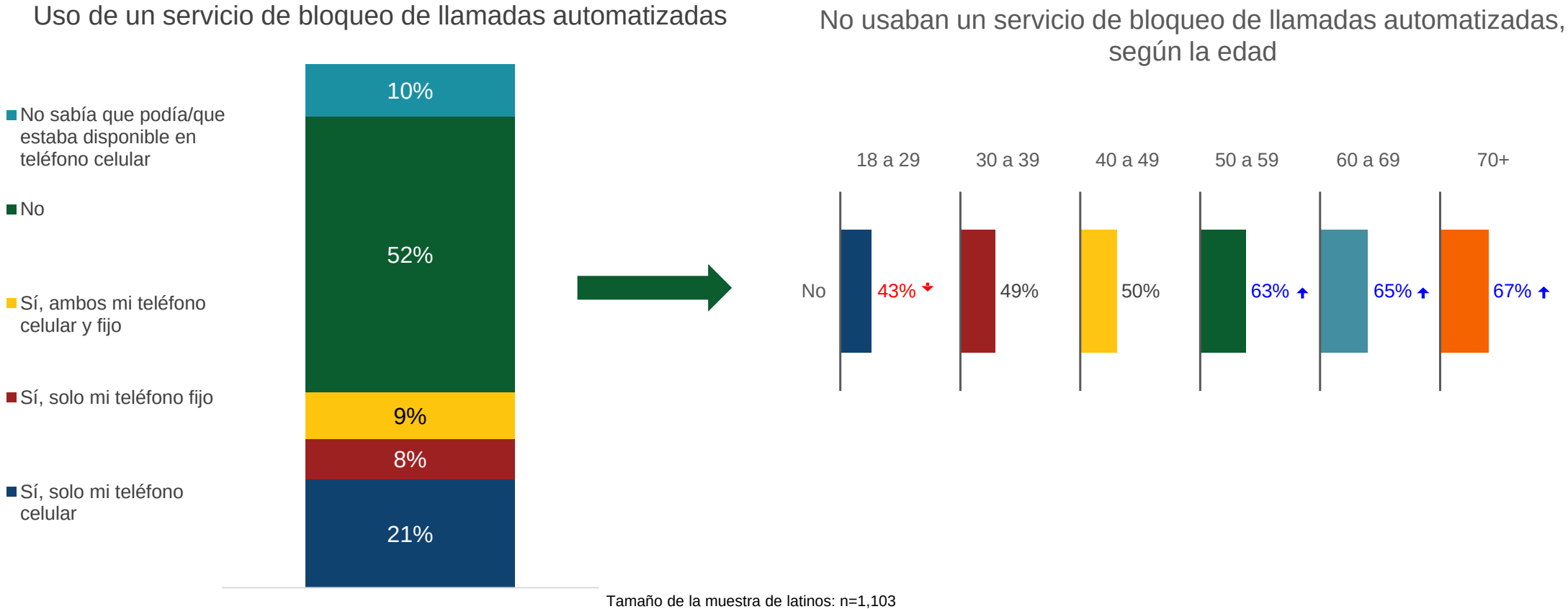


P3. En los últimos 12 meses, o desde el último [...] ¿ha contestado alguna vez una llamada de alguien que no conocía y que le estaba vendiendo cierto producto o servicio que pensaban que tal vez le podría interesar?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Un poco más de la mitad de los adultos latinos dijeron que *no* usaban un servicio para bloquear llamadas automatizadas a su teléfono celular o fijo.

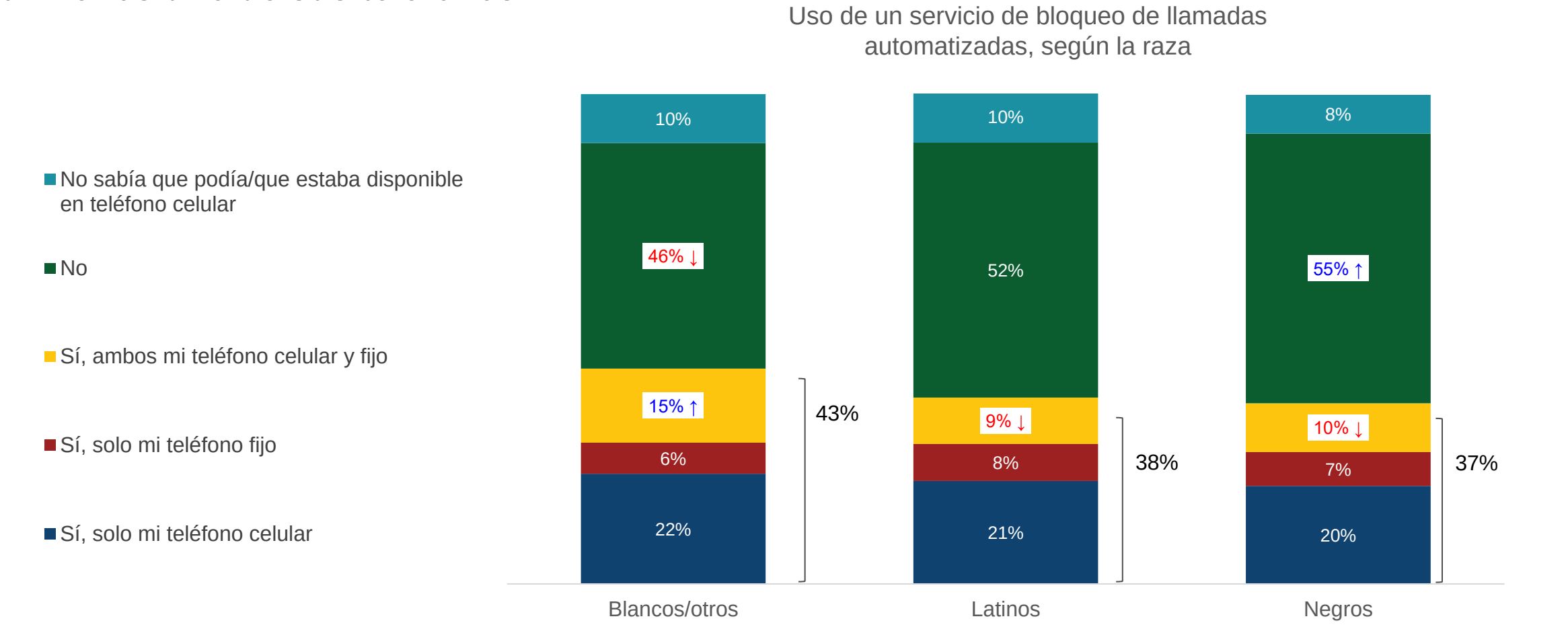
El uso de un servicio de bloqueo de llamadas automatizadas variaba significativamente según la edad, pues casi las dos terceras partes de las personas de 50 años o más dijeron que *no* usaban un servicio de bloqueo.



P8. ¿Actualmente, utiliza un servicio de bloqueo de llamadas automatizadas en su teléfono móvil o en su teléfono fijo?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Si bien la mayoría de los adultos latinos indicaron que sabían que existen servicios de bloqueo de llamadas automatizadas, menos de 4 de cada 10 dijeron que lo usaban para al menos uno de sus teléfonos.



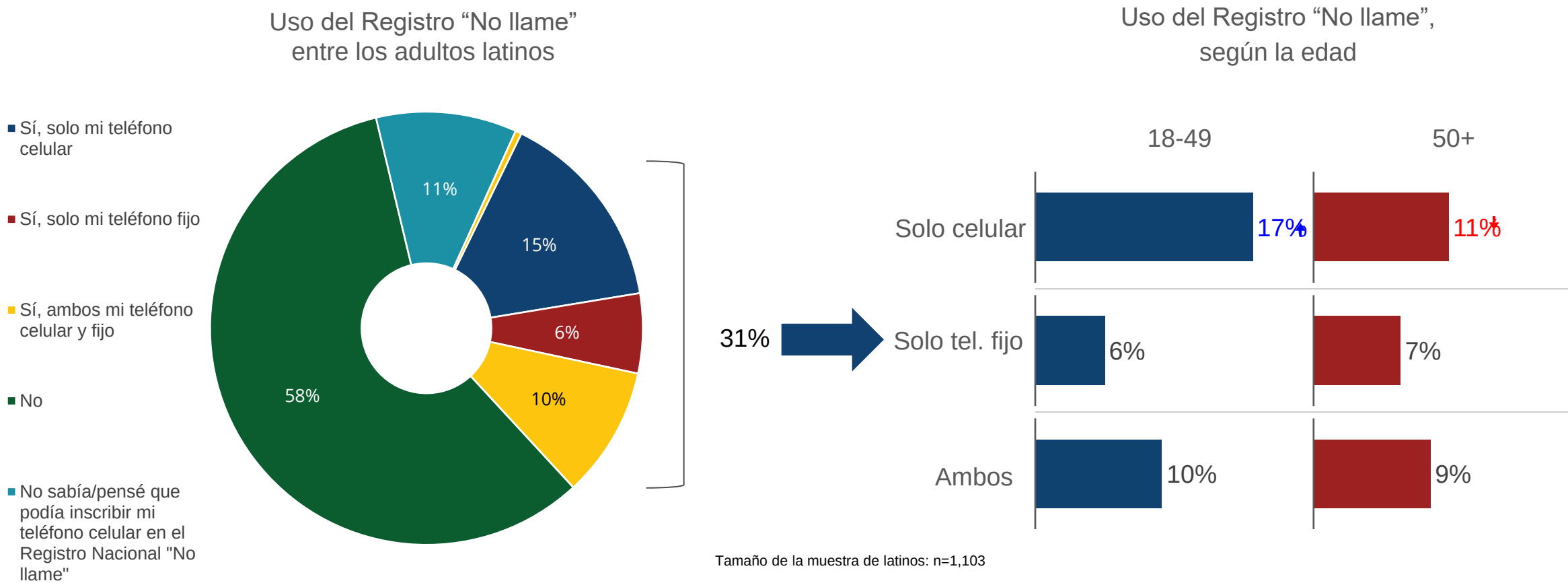
P8. ¿Actualmente, utiliza un servicio de bloqueo de llamadas automatizadas en su teléfono móvil o en su teléfono fijo?

Tamaño total de la muestra: n=2,808

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Menos de la tercera parte de los adultos latinos dijeron que se inscribieron en el Registro Nacional “No llame”.

Los adultos latinos de 50 años o más fueron mucho menos propensos que los más jóvenes a haber registrado su *teléfono celular*.

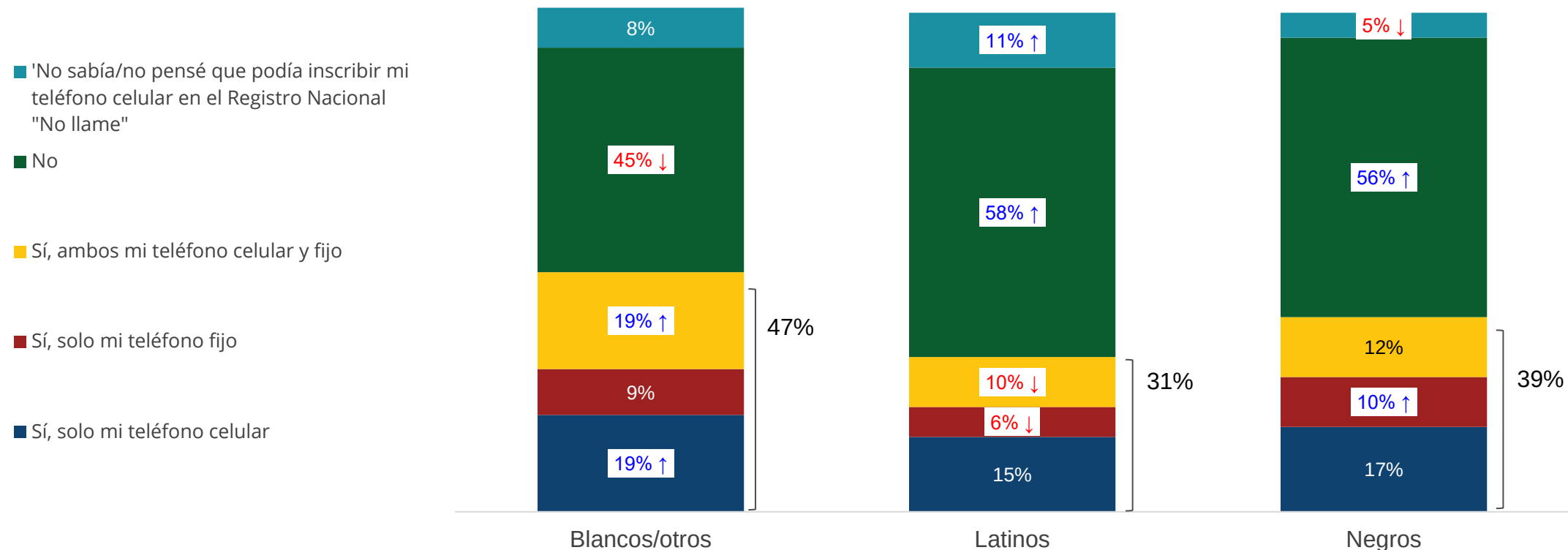


P9. ¿Alguna vez ha registrado su teléfono celular o su línea fija en la lista del Gobierno federal de "No llame"?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Los adultos latinos fueron menos propensos que los otros grupos raciales a registrar un teléfono en una lista de “No llame”.

Incidencia de registrar el teléfono en una lista de “No llame”



P9. ¿Alguna vez ha registrado su teléfono celular o su línea fija en la lista del Gobierno federal de "No llame"?

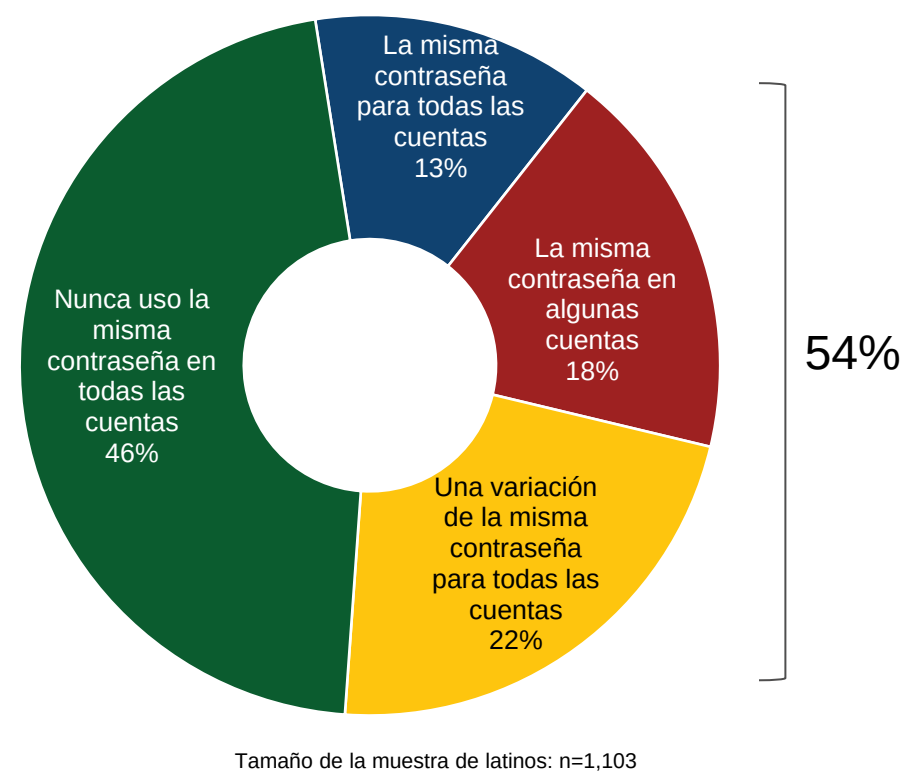
Tamaño total de la muestra: n=2,808

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Más de la mitad de los adultos latinos, los jóvenes más que los de mayor edad, dijeron que usaban la misma contraseña para algunas o todas las cuentas, o una variación de la misma contraseña para todas las cuentas.

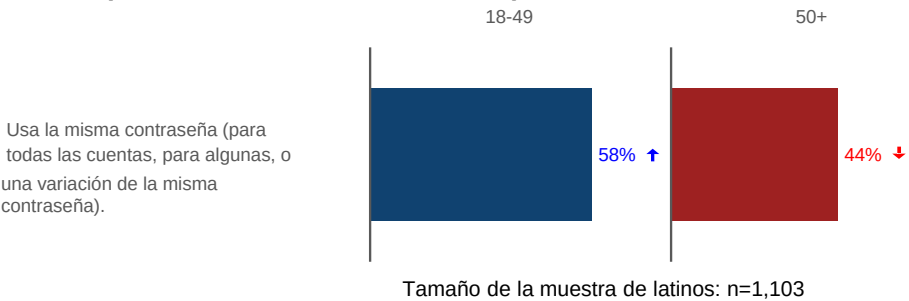
Los adultos latinos fueron significativamente menos propensos que los adultos negros a usar la misma contraseña para algunas o todas las cuentas, o una variación de la misma contraseña para todas las cuentas.

Uso de contraseñas para cuentas en línea

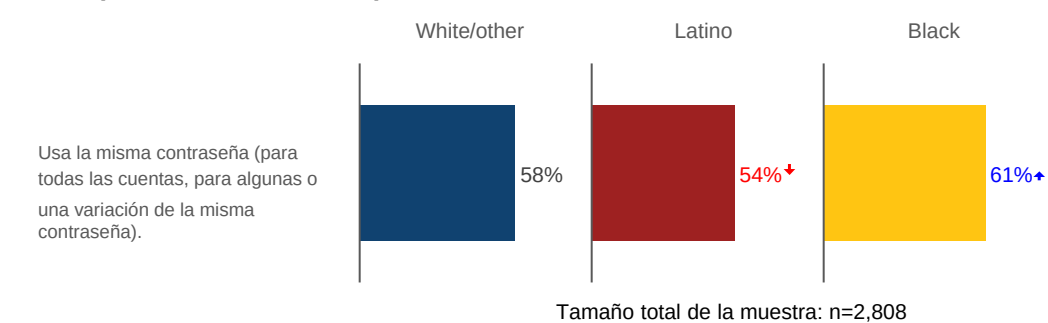


Uso de la misma contraseña, según el segmento demográfico

Edad (solo entre la muestra de latinos)



Raza (entre toda la muestra)

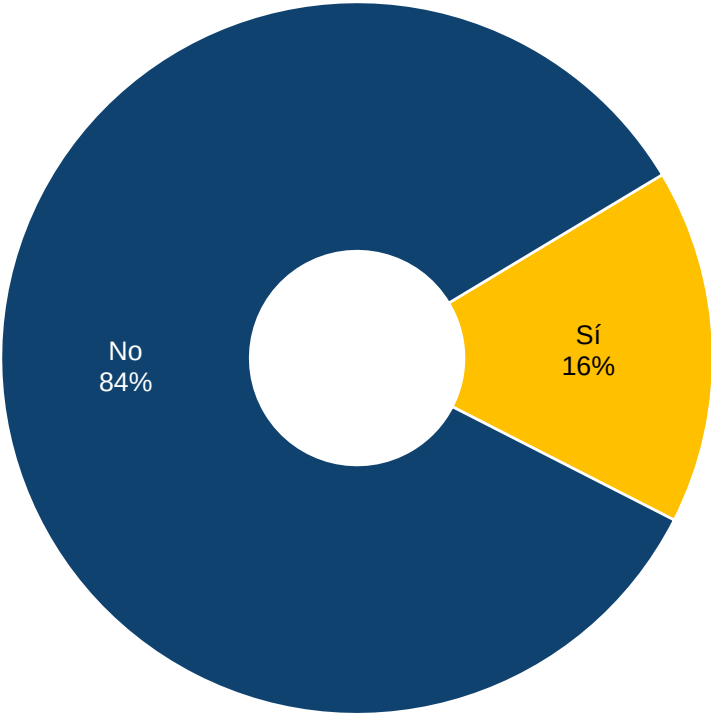


Q31. Pensando en todas sus cuentas en línea —medios sociales, correo electrónico, financiero y otros— ¿cuál declaración es la que MÁS refleja su uso de contraseñas?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Pocos adultos latinos usaban un administrador de contraseñas como LastPass, Keeper, Dashlane o Bitwarden.

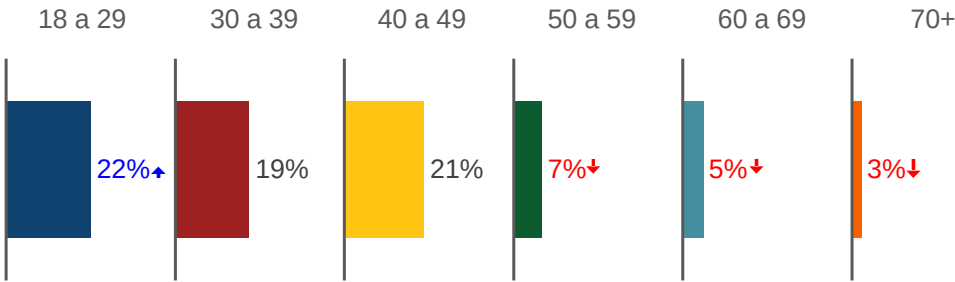
Uso de un administrador de contraseñas



Tamaño de la muestra de latinos: n=1,103

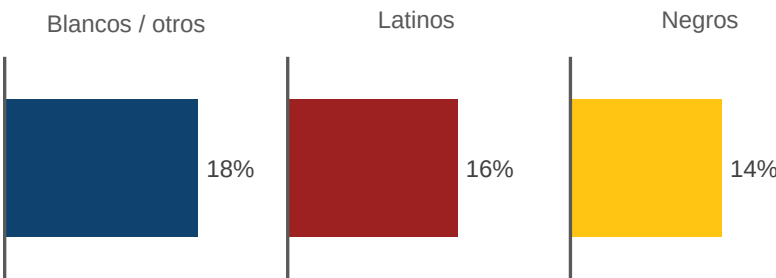
Uso de administradores de contraseñas, según el segmento demográfico

Edad (solo entre la muestra de latinos)



Tamaño de la muestra de latinos: n=1,103

Raza (entre toda la muestra)



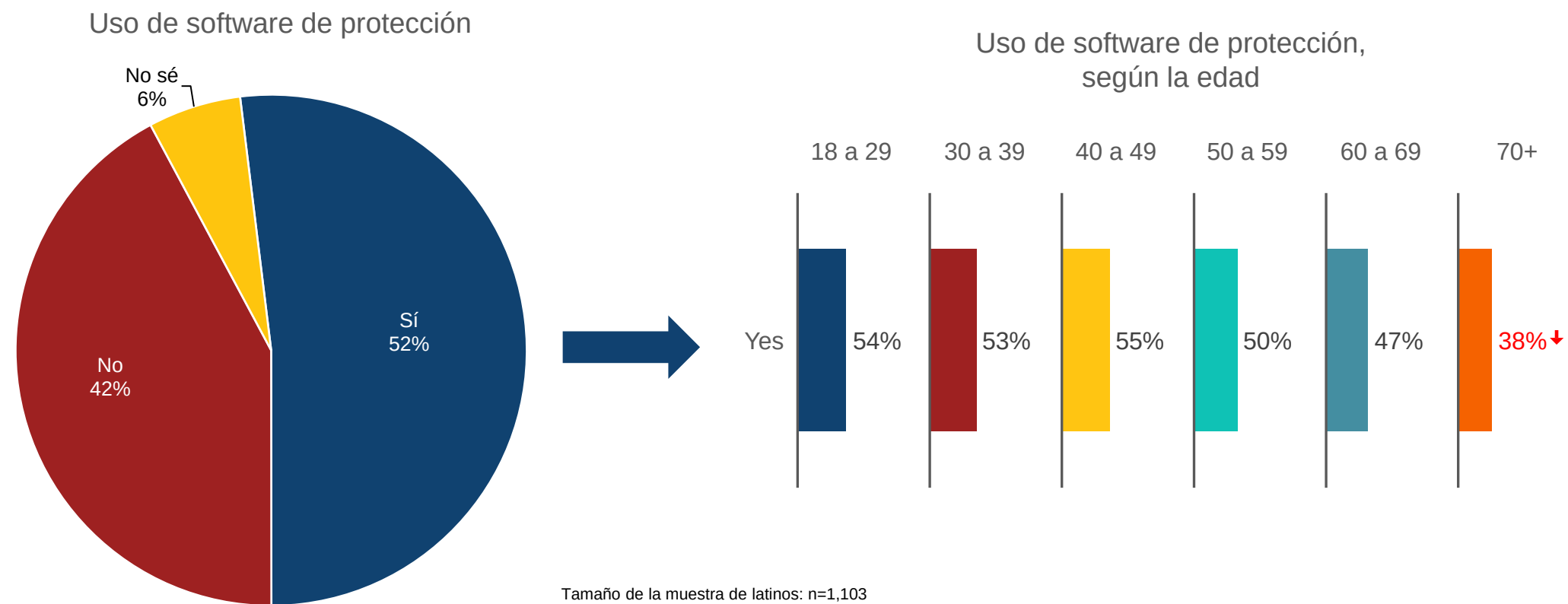
Tamaño total de la muestra: n=2,808

P32. ¿Utiliza un administrador de contraseñas como LastPass, Keeper, Dashlane o Bitwarden para almacenar y administrar sus contraseñas en línea?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Un poco más de la mitad de los adultos latinos dijeron que usaban software de protección en su dispositivo o computadora.

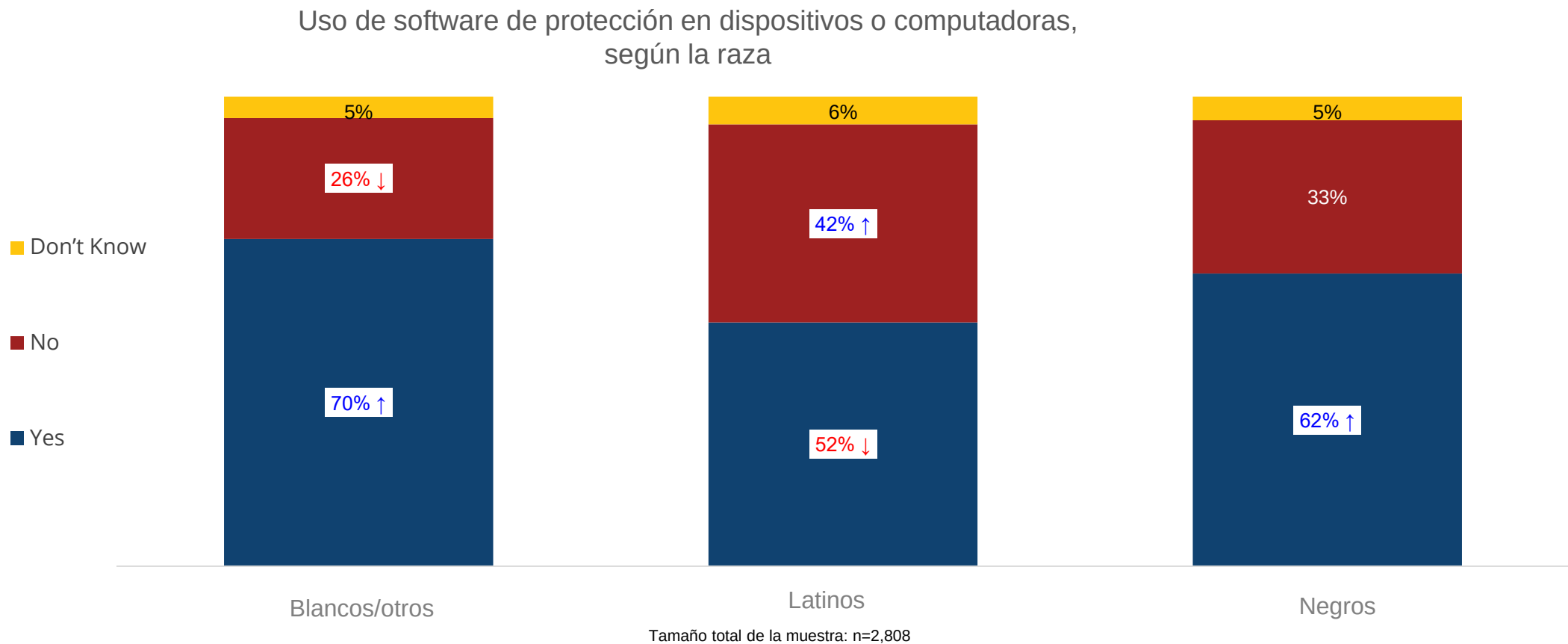
La mitad o más de las personas de hasta 50 años usaban software de protección. Después de esa edad, las tasas de incidencia empezaron a disminuir, en particular entre las personas de 70 años o más.



P6. ¿Tiene actualmente algún software de protección instalado o activado en cualquiera de sus dispositivos o computadoras, como antivirus, antispyware, una barrera de protección o una función o aplicación de bloqueo de llamadas o ventanas emergentes?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Aunque la mitad de los adultos latinos dijeron que usaban software de protección, esta tasa fue mucho menor que la de los adultos blancos y de otros grupos raciales y la de la comunidad negra.*



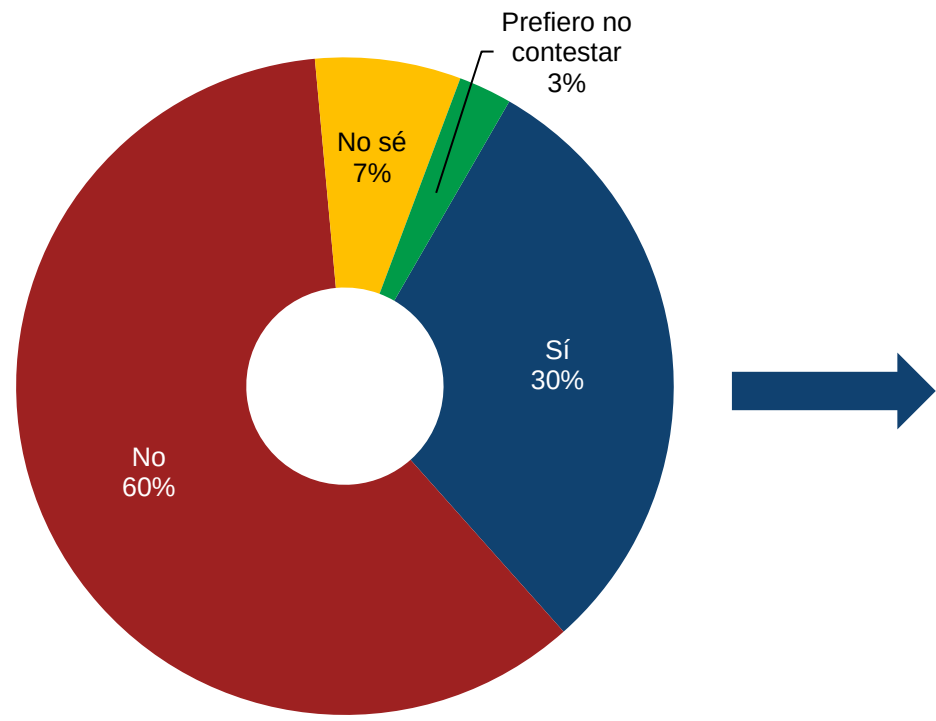
P6. ¿Tiene actualmente algún software de protección instalado o activado en cualquiera de sus dispositivos o computadoras, como antivirus, antispyware, una barrera de protección o una función o aplicación de bloqueo de llamadas o ventanas emergentes?

* Esta tasa menor no se debe a la falta de conocimiento de los software de protección, pues la tasa de quienes no están enterados es igual que entre otros grupos raciales.

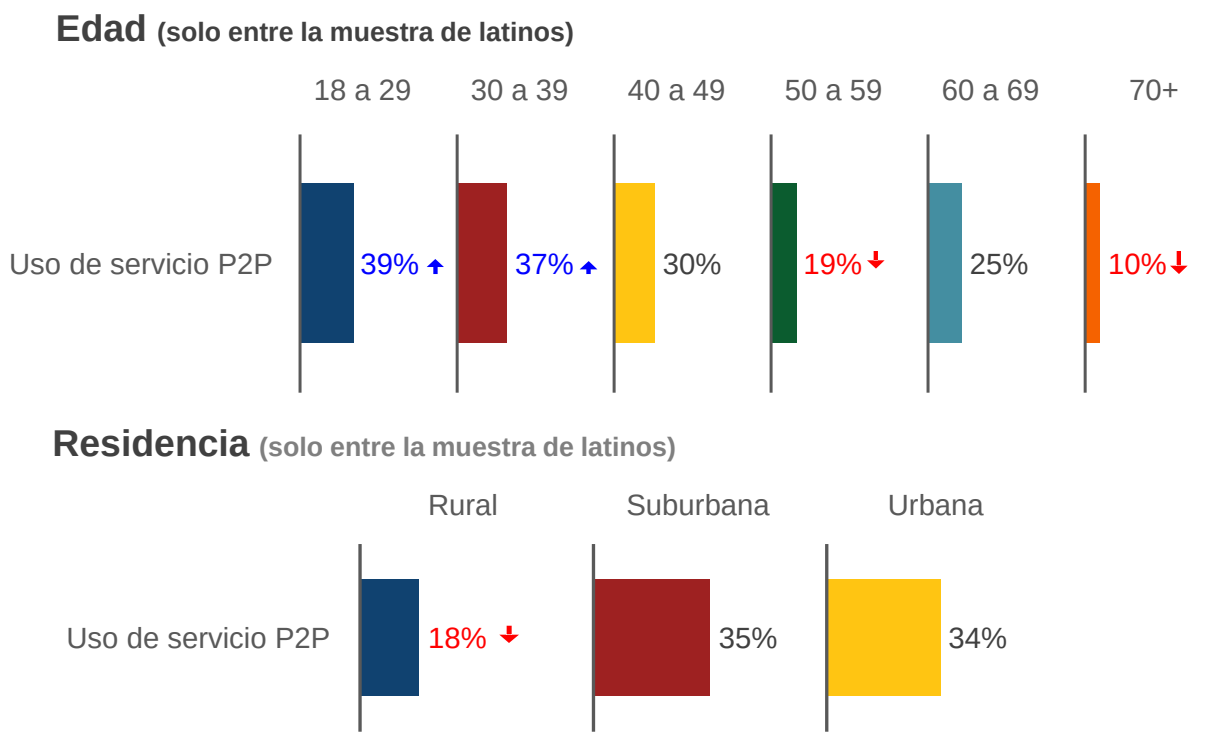
**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Los adultos latinos no usaban mucho las plataformas de pago Peer-to-Peer o P2P, y todavía menos los mayores de 50 años y los que viven en zonas rurales.

Uso de servicios P2P, entre los adultos latinos



Uso de servicios P2P, según el segmento demográfico



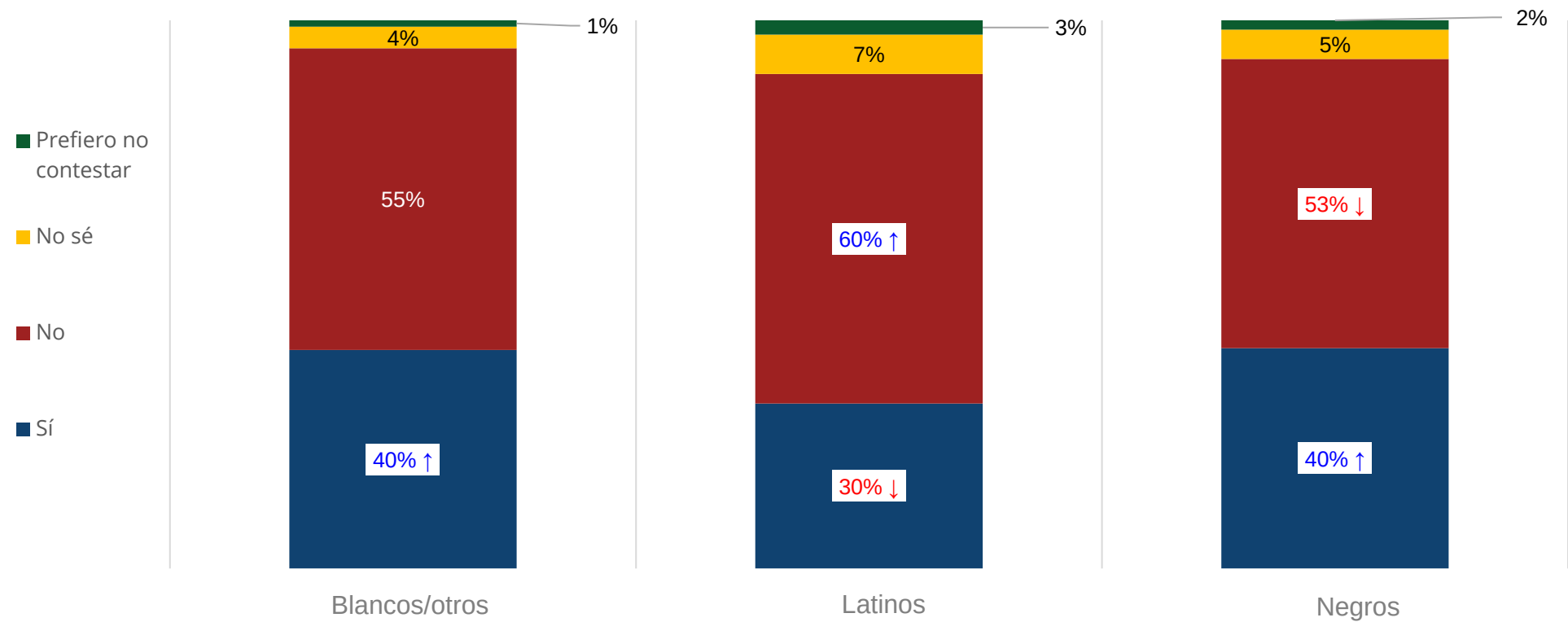
Tamaño de la muestra de latinos: n=1,103

Q30. Las plataformas de pago Peer-to-Peer o P2P, también conocidas como aplicaciones de transferencia de dinero como CashApp, Zelle o Venmo, permiten a los usuarios enviar dinero desde su dispositivo móvil. ¿Usted actualmente utiliza una aplicación P2P?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Solo 3 de cada 10 adultos latinos usaban plataformas de pago P2P, lo que fue significativamente menor que entre los otros dos grupos raciales.

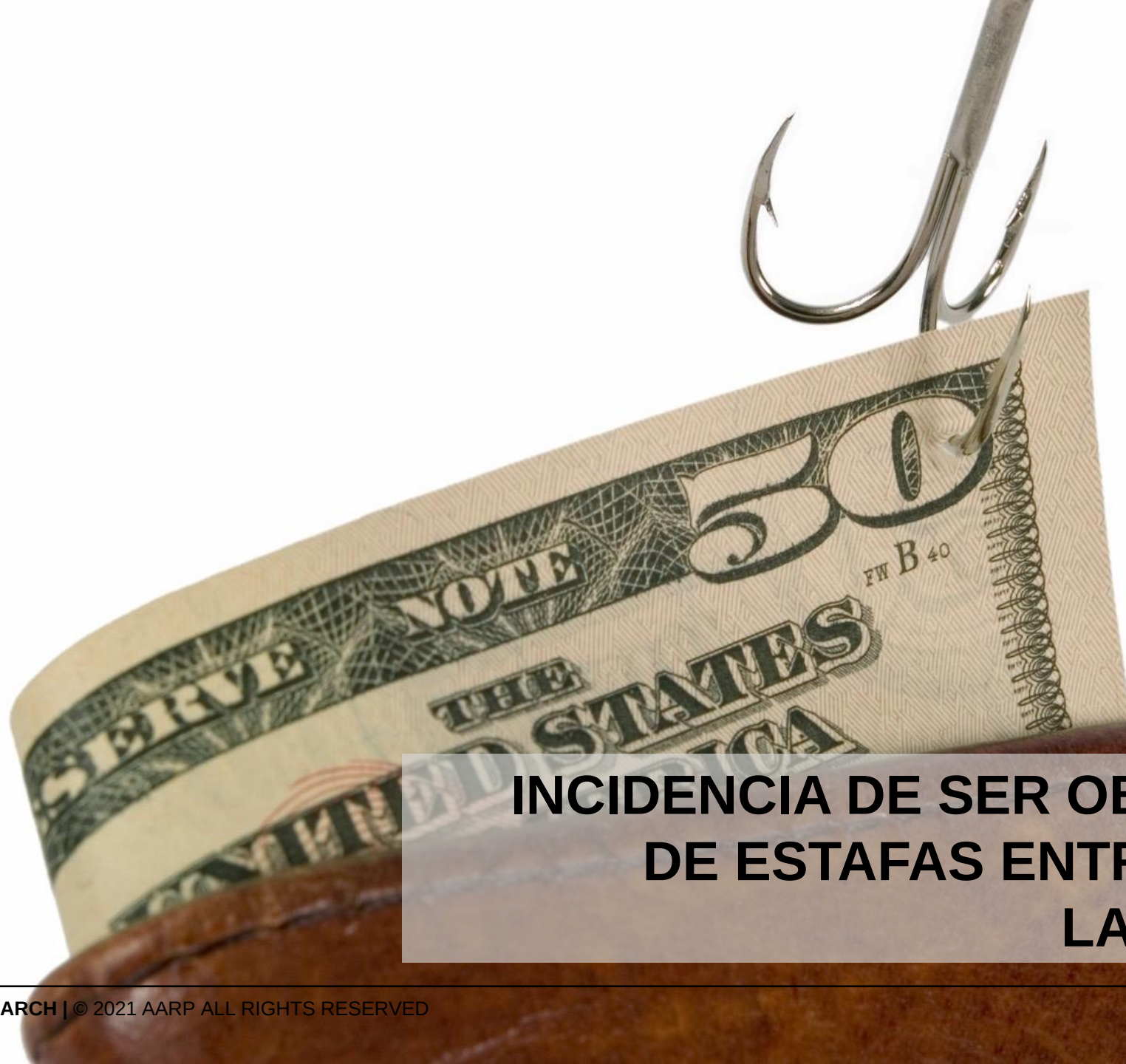
Uso de plataformas de pago P2P, según la raza



Tamaño total de la muestra: n=2,808

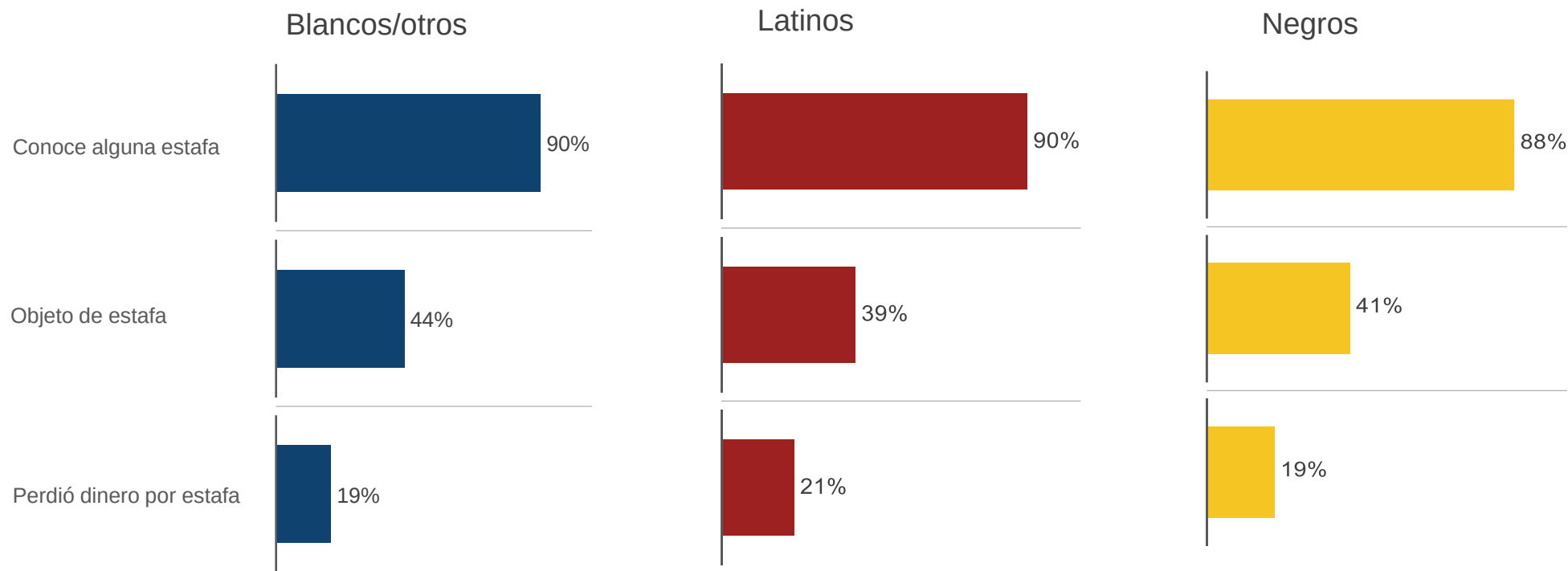
Q30. Las plataformas de pago Peer-to-Peer o P2P, también conocidas como aplicaciones de transferencia de dinero como CashApp, Zelle o Venmo, permiten a los usuarios enviar dinero desde su dispositivo móvil. ¿Usted actualmente utiliza una aplicación P2P?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva



INCIDENCIA DE SER OBJETO O VÍCTIMA DE ESTAFAS ENTRE LOS ADULTOS LATINOS EN EE.UU.

La mayoría de los adultos latinos conocían al menos un tipo de estafa, 2 de cada 5 fueron objeto de estafas, y 1 de cada 5 perdieron dinero debido a estafas. Esto se repite en todos los grupos raciales.

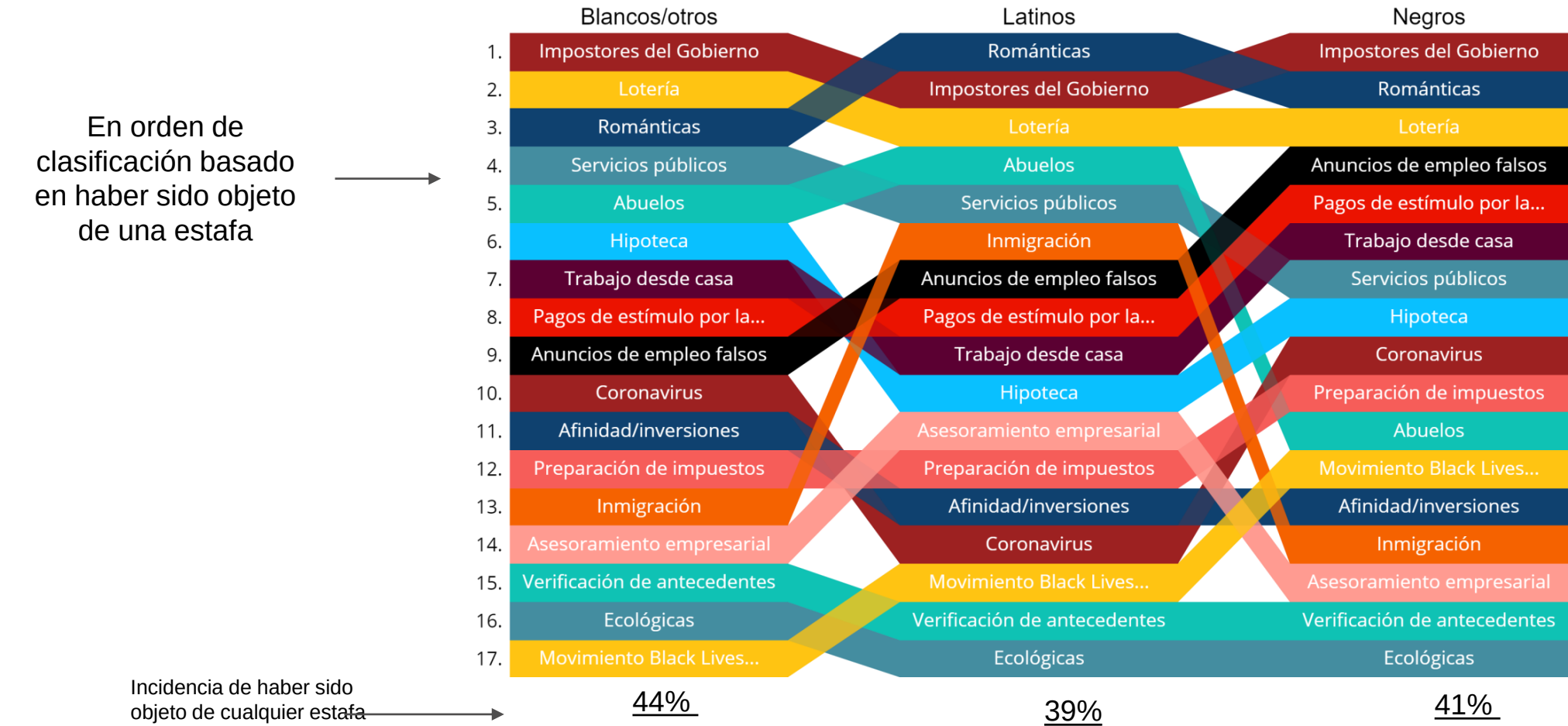


Tamaño total de la muestra: n=2808

P. [Para lo siguiente]... Conoce el tipo de estafa... Fue objeto de la estafa... Perdió dinero por la estafa

Las principales estafas de las que fueron objeto los adultos latinos fueron las de impostores que fingen trabajar para el Gobierno, de los servicios públicos y de los abuelos.

Las estafas de servicios públicos y las de abuelos fueron dirigidas a los adultos latinos mucho más que a otros grupos raciales. Las estafas relacionadas con el trabajo (ofertas ficticias de trabajo desde casa y anuncios falsos de empleo) y las estafas relacionadas con la lotería también figuraron entre las estafas principales dirigidas a esta población.

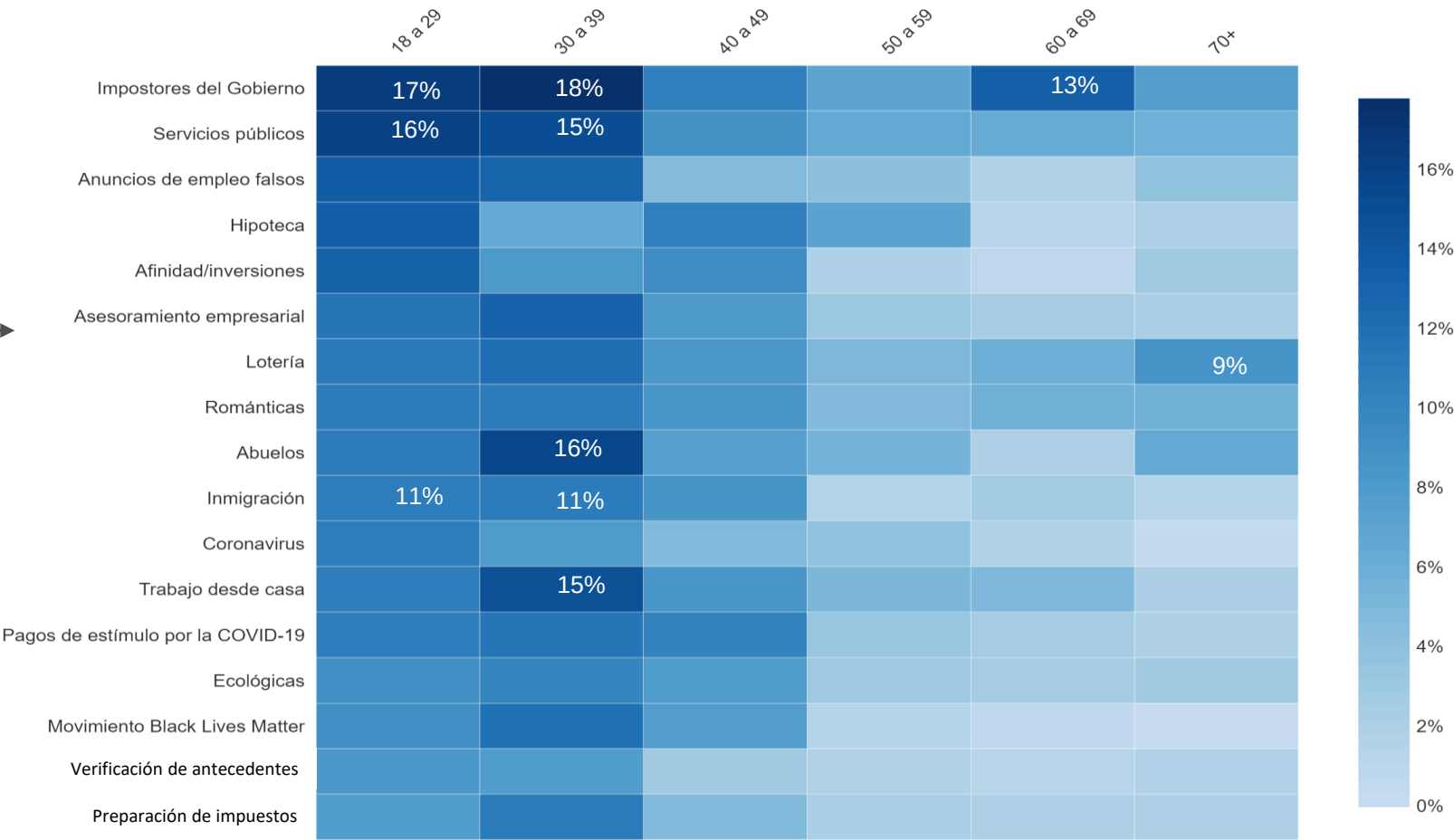


P. [Para lo siguiente]... Conoce el tipo de estafa... Fue objeto de la estafa... Perdió dinero por la estafa

Los adultos latinos más jóvenes fueron más propensos a decir que fueron objeto de una estafa.

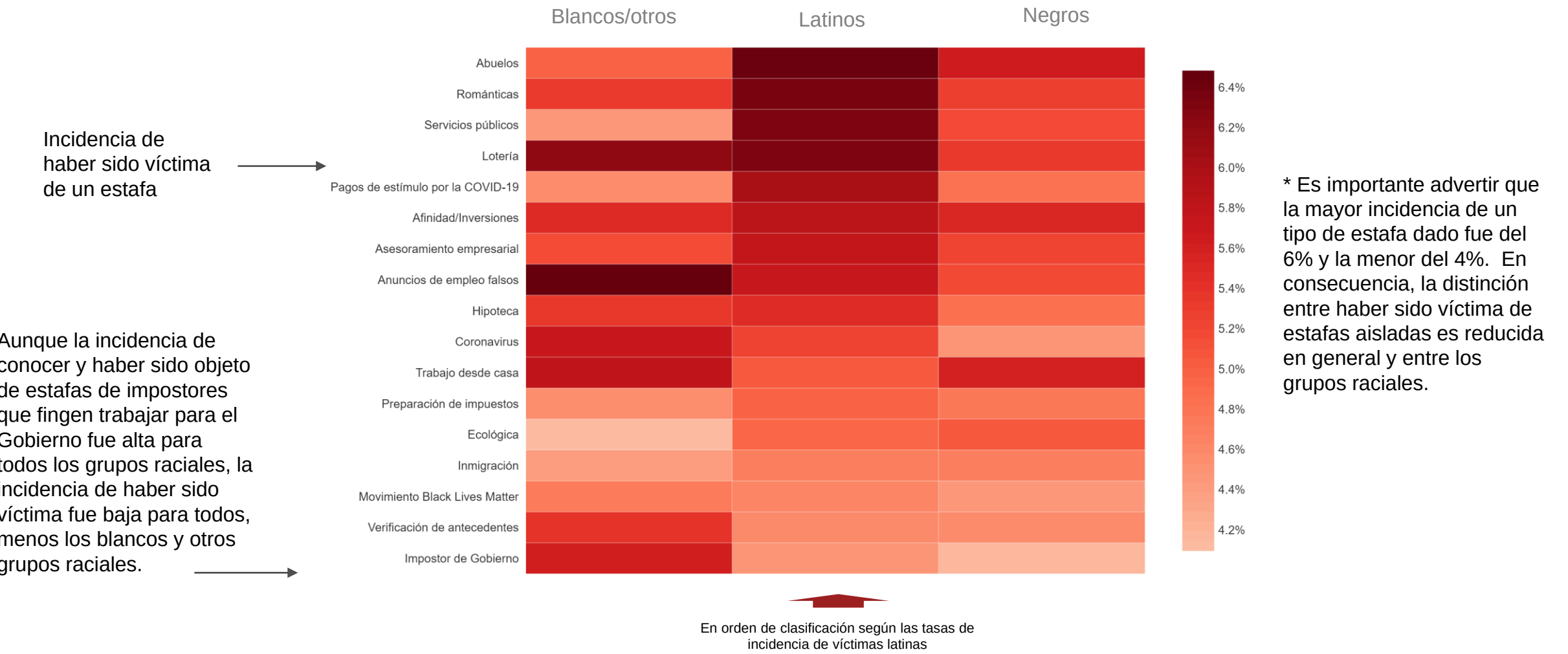
De hecho, cerca de 1 de cada 5 adultos de 18 a 39 años dijo haber sido objeto de una estafa de impostores que fingen trabajar para el Gobierno o de servicios públicos. Un porcentaje relativamente mayor de estos adultos latinos más jóvenes fueron objeto de estafas de los abuelos, de inmigración y de trabajo desde casa, mientras que los de 50 años o más fueron objeto de estafas de impostores que fingen trabajar para el Gobierno o de la lotería.

Incidencia de haber sido objeto de cualquier estafa



P. [Para lo siguiente]... Conoce el tipo de estafa... Fue objeto de la estafa...

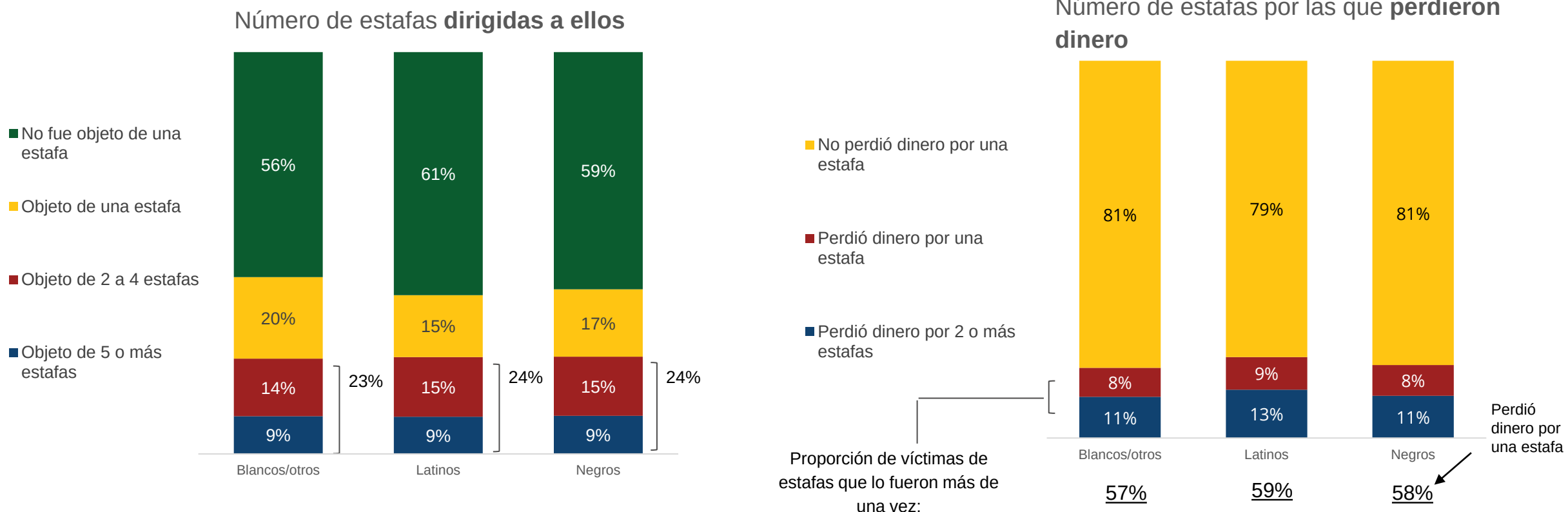
Los adultos latinos que dijeron haber sido víctimas de una estafa indicaron con mayor frecuencia las estafas de abuelos, las románticas, las de servicios públicos y las de la lotería.



P. [Para lo siguiente]... Conoce el tipo de estafa... Fue objeto de la estafa... Perdió dinero por la estafa

En todos los grupos raciales y étnicos, más de la mitad de quienes fueron víctimas lo fueron *más de una vez*.

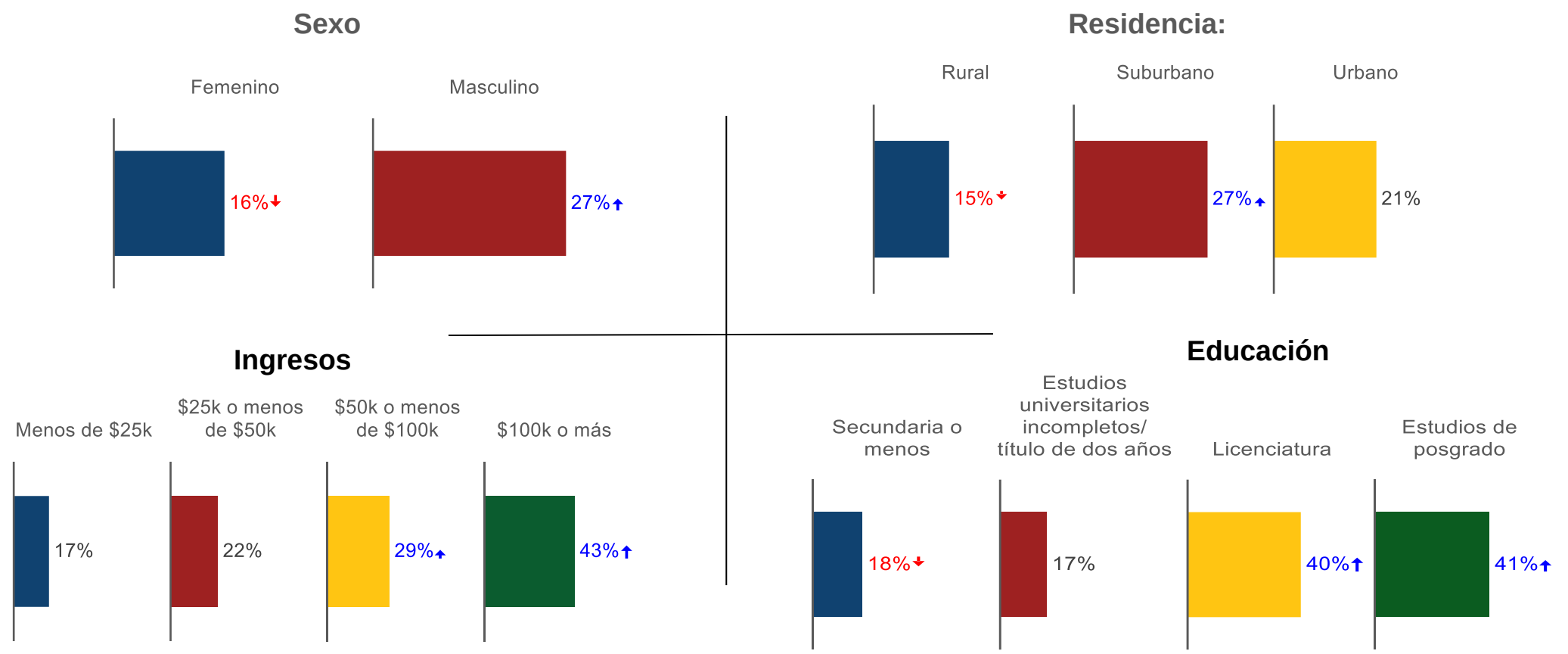
La exposición de los latinos a las estafas (ser objeto o perder dinero debido a una estafa) se situó al mismo nivel que para los otros dos grupos raciales y étnicos: cerca de la cuarta parte dijeron haber sido objeto de dos o más estafas. Existe una tendencia similar entre quienes reportaron haber sido víctima de una estafa, una cifra que representa cerca de 1 de cada 5 adultos en cada grupo.



P. [Para lo siguiente]... Conoce el tipo de estafa... Fue objeto de la estafa... Perdió dinero por la estafa

Los adultos latinos de sexo masculino, que residen en áreas suburbanas, que reportan un ingreso anual de \$50,000 o más y tienen al menos un título universitario son los más propensos a indicar que perdieron dinero en una estafa.

Estas relaciones demográficas de las víctimas de estafas reflejan las de otros grupos raciales y étnicos.



P. [Para lo siguiente]... Conoce el tipo de estafa... Fue objeto de la estafa... Perdió dinero por la estafa

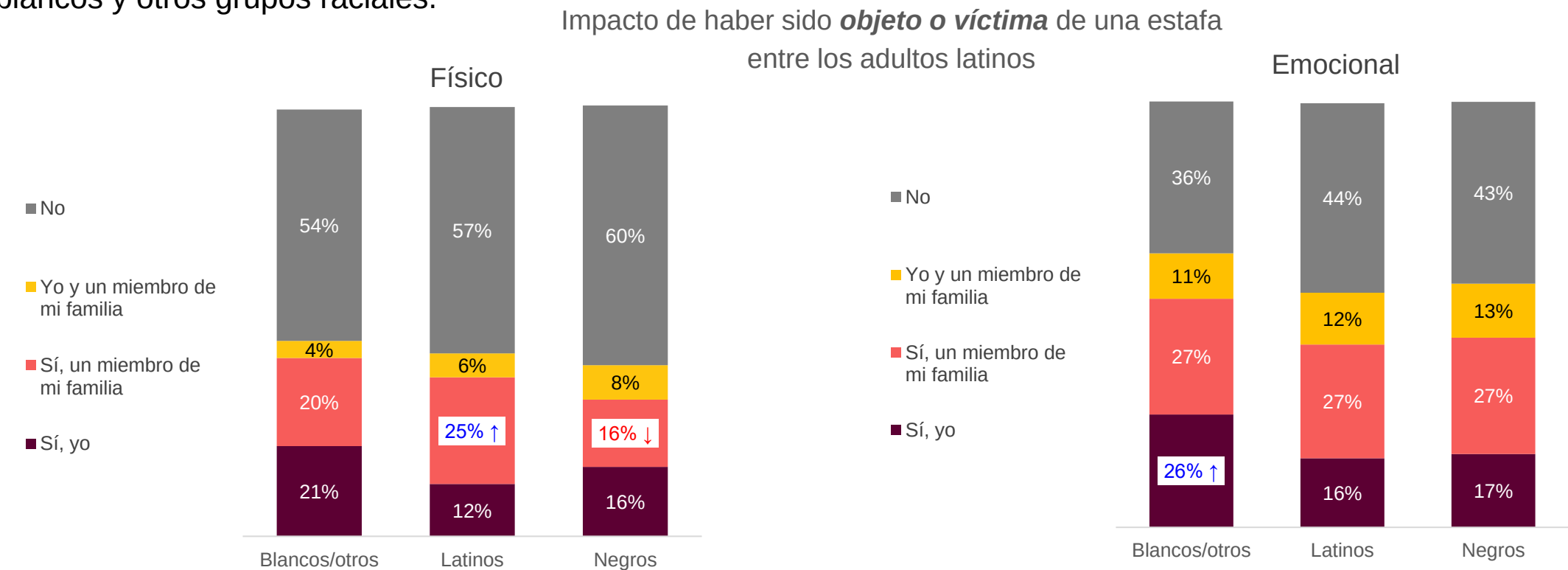
**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva



EL IMPACTO FÍSICO Y EMOCIONAL POR LAS ESTAFAS ENTRE LOS ADULTOS LATINOS EN EE.UU.

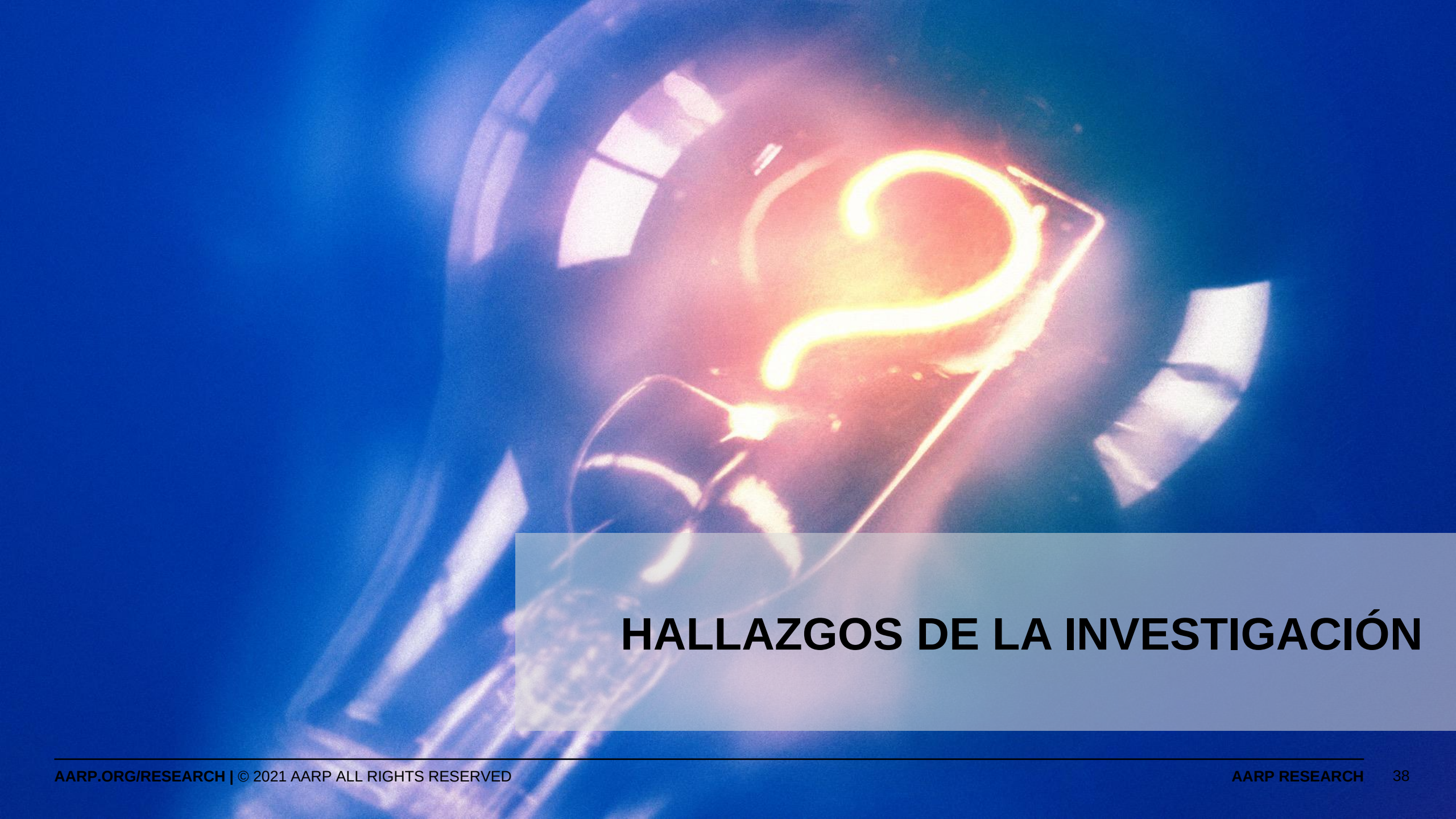
Todos los grupos raciales sintieron la angustia física y emocional de haber sido objeto de una estafa.

La cuarta parte de los adultos latinos dijeron que un familiar tuvo problemas de salud *física* debido a una estafa, el porcentaje más alto entre los grupos raciales y significativamente más alto que los adultos negros. Sin embargo, los adultos latinos encuestados dijeron que sintieron niveles significativamente menores de angustia emocional personal que los blancos y otros grupos raciales.



P33. ¿Usted o algún miembro de su familia ha tenido algún problema de salud física por haber sido objeto o víctima de alguna de las estafas de las que hemos hablado en esta encuesta, como alta presión arterial u otros problemas de salud que han empeorado?/ P.34. ¿Usted o algún miembro de su familia ha sufrido alguna angustia emocional por ser objeto o víctima de las estafas de las que hemos hablado en esta encuesta, como ansiedad, depresión, paranoia o estrés?

**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

A glowing question mark inside a lightbulb, symbolizing research and discovery. The lightbulb is the central focus, with a bright yellow-orange glow emanating from the question mark. The background is a deep blue with a subtle, abstract pattern of light and shadow, suggesting a scientific or technological environment.

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

ALGUNAS BUENAS NOTICIAS

Los adultos latinos son menos vulnerables que otros grupos raciales a las estafas analizadas en la encuesta

- ✓ **Confianza en la publicidad:** las fuentes publicitarias más confiables para los adultos latinos son la televisión y la radio. Sin embargo, solo cerca de la cuarta parte confía *mucho* en estas fuentes. Los estafadores publican avisos con el fin de atraer a las posibles víctimas, por lo que una menor confianza puede indicar una menor probabilidad de responder a un aviso ficticio entre la población latina.
- ✓ **Concurso de premios y regalos:** brindar información personal para participar en concursos aumenta las probabilidades de ser objeto de estafas. Solo 1 de cada 10 adultos latinos dice que siempre participa en ofertas de premios o regalos con su información personal. Sin embargo, esta incidencia depende en gran medida de la edad: los adultos de 50 años o más son mucho menos propensos a participar en estas ofertas. En comparación con otros grupos raciales y étnicos, los adultos latinos son menos propensos a participar en ofertas de premios o regalos.
- ✓ **Llamada de un desconocido:** las llamadas automatizadas ilegales son muy comunes, y responder llamadas de desconocidos aumenta el riesgo de pérdidas por fraude. Menos de la mitad de los adultos latinos reportaron responder llamadas de personas que no conocen.
- ✓ **Niveles menores de vulnerabilidad ante el fraude:** los resultados de un análisis comparativo de las actividades que facilitan la susceptibilidad al fraude demostraron que los adultos latinos se encuentran en una posición especialmente favorable para evitar ser víctima de fraude. Por ejemplo, los resultados mostraron que la baja incidencia de respuesta a llamadas de desconocidos y el nunca participar en concursos de premios redujeron considerablemente la probabilidad de ser víctima de fraude. Para ambas actividades, los adultos latinos reportaron menores incidencias en comparación con los otros dos grupos raciales y étnicos.

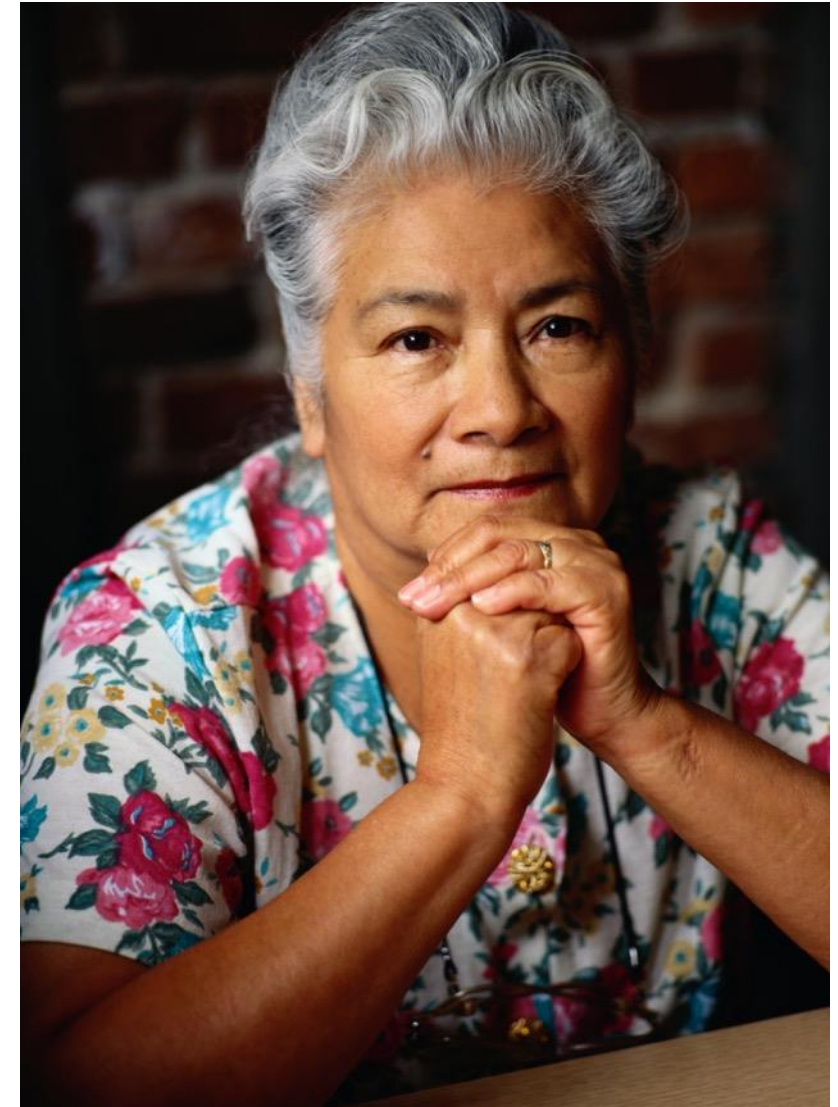
ALGUNAS NOTICIAS NO TAN BUENAS

Muchos adultos latinos no han adoptado medidas de protección

- ✗ **Servicio de bloqueo de llamadas automatizadas:** muchas estafas comienzan con una llamada automatizada. El objetivo de estos servicios de bloqueo es reducir la cantidad de llamadas que recibe el usuario. Solo la mitad de los adultos latinos reportaron usar un servicio de bloqueo de llamadas automatizadas en el teléfono celular o de línea fija. El uso de este servicio de bloqueo varió notablemente en función de la edad: solo cerca de la tercera parte de los adultos de 50 años o más reportaron usar el servicio de bloqueo.
- ✗ **Agregar números de teléfono al Registro Nacional “No llame”:** solo la tercera parte de los adultos latinos dijeron haber registrado su teléfono en el National Do Not Call Registry (Registro Nacional “No Llame”) del Gobierno federal. Se prohíbe a los televendedores legítimos llamar a los números del registro. Esto no impide que llamen los estafadores, pero reducir la cantidad de llamadas de telemarketing puede facilitar la detección de las llamadas fraudulentas.
- ✗ **Tendencias en las contraseñas:** cerca de la mitad de los adultos latinos reportaron usar la misma contraseña en todas las cuentas; y los adultos menores de 50 años reportaron una mayor incidencia del uso de una contraseña igual para cada cuenta. Usar la misma contraseña en todas las cuentas es un importante factor de riesgo de pérdidas por fraude.
- ✗ **Uso del administrador de contraseñas:** menos de 1 de cada 5 adultos latinos reportaron usar un administrador de contraseñas para guardar y administrar sus contraseñas en internet. Los administradores de contraseñas ayudan a proteger las cuentas virtuales al simplificar la posibilidad de tener inicios de sesión seguros y únicos en todas las cuentas.

La dura realidad

- La educación es fundamental para ayudar a los consumidores a detectar y evitar las estafas. Sin embargo, esta encuesta indica que los adultos latinos pueden no recibir suficiente información sobre las estafas y el fraude en comparación con los blancos y otros grupos raciales.
- La población adulta latina de mayor edad, con menos recursos económicos y de sexo femenino, tiene menos conocimiento de las estafas, lo que supone un mayor riesgo de ser objeto de ellas.
- Los adultos latinos, de sexo masculino, que residen en áreas suburbanas, que reportan un ingreso anual de \$50,000 o más y tienen al menos un título universitario son los más propensos a reportar que perdieron dinero en una estafa.
- En comparación con los blancos y otros grupos raciales, los adultos latinos son menos propensos a tener programas de protección instalados en sus dispositivos, a tener protección contra las llamadas automatizadas o a inscribir su número telefónico en el National Do Not Call Registry (Registro Nacional “No llame”). Todas estas protecciones están destinadas a reducir la vulnerabilidad ante el fraude.
- Además de las consecuencias económicas directas que ocasiona ser objeto de una estafa, la encuesta revela que entre los adultos latinos esta experiencia también tiene consecuencias en la salud (tanto física como emocional).





DISEÑO DE LA MUESTRA Y METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA

Metodología de la encuesta

- La encuesta se llevó a cabo entre el 14 de septiembre y el 2 de octubre del 2020 y utiliza un proceso mixto de recolección de datos con entrevistas virtuales y telefónicas (línea fija y celular) para optimizar la cobertura de cada población y obtener muestras que puedan proyectarse y tengan validez metodológica con un mínimo error de marco muestral.
- Se realizaron 1,400 entrevistas telefónicas directas y se reclutaron 1,408 participantes virtuales con invitaciones por mensaje de texto o correo electrónico.
- Todos los participantes fueron seleccionados al azar con listas sin duplicados, de modo que cada uno tuviera solo una posibilidad de participar en el estudio.
- Los participantes tuvieron la posibilidad de realizar la entrevista en inglés o en español, y el 14% de la muestra general ponderada realizó la entrevista en español, incluido el 44% de los encuestados latinos.
- A fin de explorar las diferencias entre los grupos raciales y étnicos así como dentro de ellos, la muestra del estudio se estructuró a modo de incluir grandes grupos de participantes negros y latinos, y adultos de 50 años o más. Las muestras tienen un margen de error de +/- 3.1% en el caso de las muestras de participantes negros y latinos.

Para obtener más información sobre el diseño de la muestra y la metodología, visita www.aarp.org/latinoscamexperience

P8: ¿Actualmente usas un servicio de bloqueo de llamadas automatizadas en tu teléfono celular o de línea fija?

Grupos de muestras no ponderadas de la encuesta

La muestra comprende 2,808 entrevistas con adultos de 18 años o más en EE.UU.

Grupos de muestras no ponderadas	Tamaño de la muestra	18 a 49 años	50 años o más
Blancos/otros	N=577	N=235	N=342
Latinos	N=1,103	N=423	N=680
Negros	N=1,128	N=470	N=658
Total de la muestra	N=2,808	N=1,128	N=1,680

Nota: N= 2,808 entrevistas realizadas en internet (50%) y por teléfono (50%)

Parámetros de población del censo de EE.UU. aplicados a ponderaciones de muestra

Metodología de la ponderación

- Se aplicó la metodología RIM de ponderación a los datos de la encuesta para asegurar que cada grupo racial fuera representativo de la población de EE.UU.
- En conformidad, la base de datos de la encuesta se ponderó con siete parámetros demográficos indicados en la tabla 1.
- Cada grupo racial se ponderó por separado según sus parámetros demográficos.
- Luego de crear factores de ponderación para cada grupo étnico, los datos se combinaron en un solo archivo de datos.

Tabla 1

Parámetros demográficos: adultos 18 años o más*		Blancos/otros	Latinos	Negros
Edad	18 a 34 años	26%	38%	33%
	35 a 49 años	23%	29%	25%
	50 a 64 años	26%	21%	24%
	65 años o más	25%	12%	17%
División censal	Nueva Inglaterra	5%	3%	3%
	Atlántico medio	13%	10%	13%
	Centro noreste	16%	6%	13%
	Centro noroeste	8%	2%	3%
	Atlántico sur	18%	18%	35%
	Centro sudeste	6%	2%	9%
	Centro sudoeste	10%	20%	14%
	Cordillera central	8%	10%	2%
	Pacífico	15%	28%	7%
Educación	Secundaria o menos	33%	58%	43%
	Estudios universitarios incompletos/Título de dos años	27%	24%	30%
	Licenciatura	25%	13%	17%
	Estudios de posgrado	15%	5%	10%
Sexo	Hombre	48%	50%	45%
	Mujer	52%	50%	55%
Hispanos	Hispanos	0%	100%	0%
	No hispanos	100%	0%	100%
Estado civil	Casado	56%	48%	33%
	Soltero	44%	52%	67%
Raza	Blancos	88%	89%	0%
	Negros	0%	5%	100%
	Otra raza	12%	7%	0%
Tamaño de la muestra		N=577	N=1,103	N=1,128

* Fuente: Oficina del Censo de EE.UU.

Grupos de muestras ponderadas de la encuesta

La muestra comprende 2,808 entrevistas con adultos de 18 años o más en EE.UU.

Grupos de muestras ponderadas	Tamaño de la muestra	18 a 49 años	50 años o más
Blancos/otros	N=577	N=283	N=294
Latinos	N=1,103	N=748	N=355
Negros	N=1,128	N=659	N=469
Total de la muestra	N=2,808	N=1,690	N=1,118

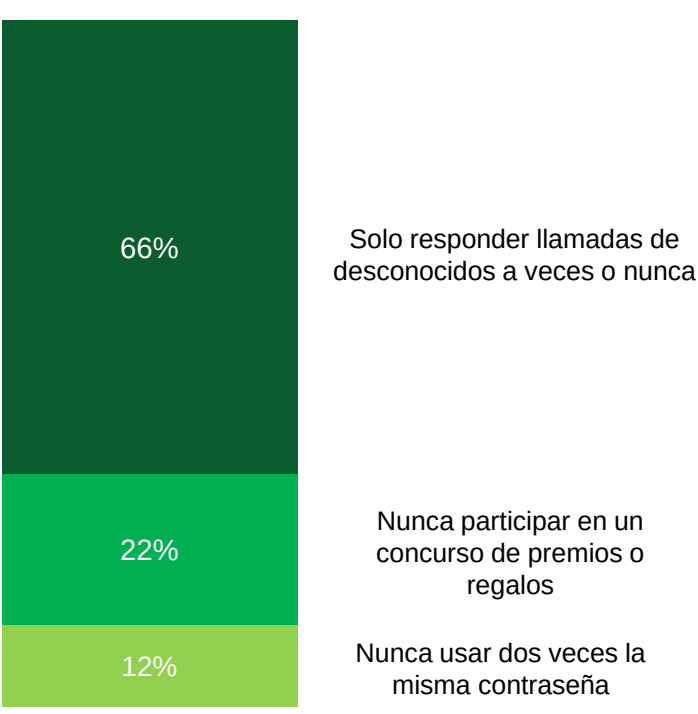
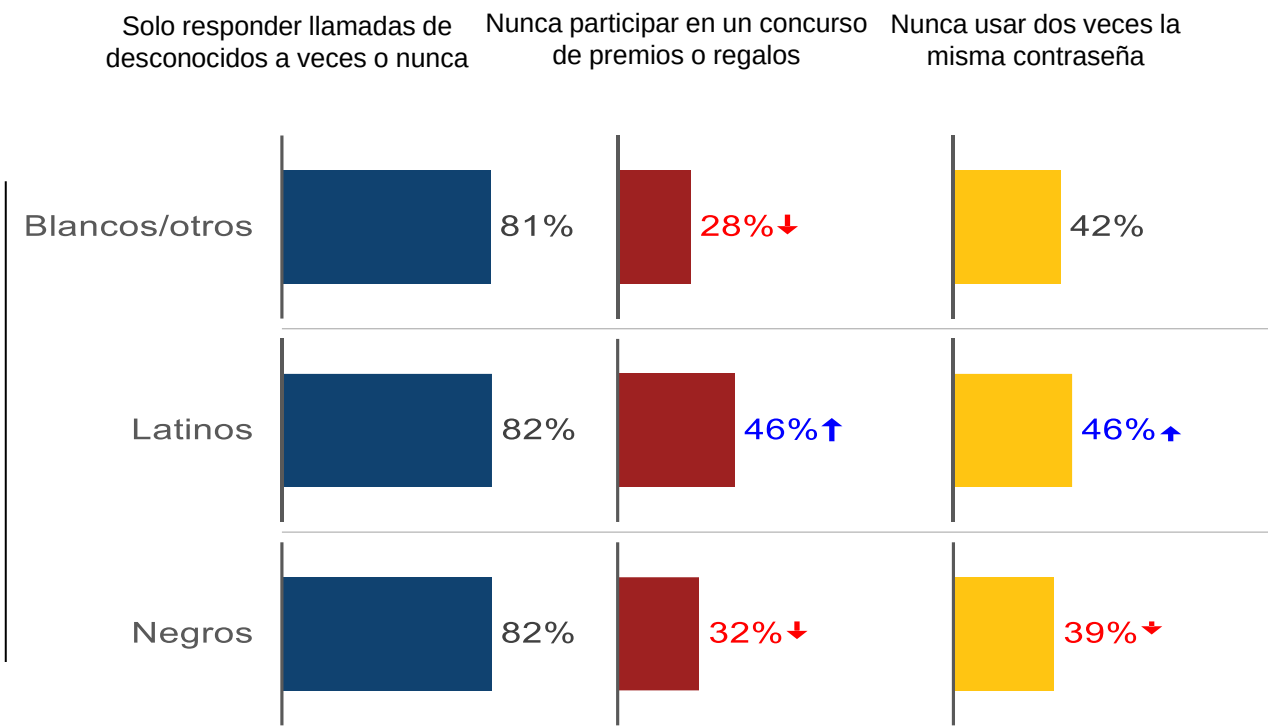
APPENDIX.

APÉNDICE

En todos los grupos raciales, *responder llamadas de desconocidos a veces o nunca* tuvo el mayor impacto para reducir la exposición (perder dinero o ser víctima) a las estafas.

Los adultos latinos informaron el nivel más alto de participación en otras dos medidas del consumidor que tienen un impacto en la reducción de la exposición a las estafas: *nunca participar en concursos* y *nunca usar dos veces la misma contraseña*.

Importancia relativa de la medida de protección



Nota: los resultados se basan en un análisis de regresión binaria y los datos presentados representan los valores de importancia relativa de cada comportamiento.
**Las flechas hacia ARRIBA y hacia ABAJO indican la significancia estadística en la dirección respectiva

Nota: el porcentaje para solo a veces o nunca se basa en la creación de una nueva variable que usó Q3=no, Q4=nunca y Q4=a veces.

Resultados del modelo de comportamiento binario: todos los grupos raciales

Binary Logit: Lost money to any scam

	Estimate	Standard Error	t	p
(Intercept)	2.62	0.17	15.05	<.001
Never use same password for more than one online account: Yes, use the same password for all, few or select online accounts	-0.49	0.14	-3.40	<.001
Answering a call from someone you don't know: Yes, answer calls from people dont know	-1.78	0.14	-12.74	<.001
Enter a prize/free gift contest: Yes, enter contest	-0.65	0.17	-3.88	<.001

n = 2,808 cases used in estimation; data has been weighted (weight_race); R-squared: 0.1408; Correct predictions: 82.51%; McFadden's rho-squared: 0.1424; AIC: 2,421.7; multiple comparisons correction: None

Relative Importance Analysis (Binary Logit): Lost money to any scam

	Importance	Raw score	Standard Error	t	p
Never use same password for more than one online account: Yes, use the same password for all, few or select online accounts	-11.97	0.017	0.008	-2.22	.026
Answering a call from someone you don't know: Yes, answer calls from people dont know	-65.66	0.092	0.013	-7.00	<.001
Enter a prize/free gift contest: Yes, enter contest	-22.37	0.031	0.011	-2.79	.005

n = 2,808 cases used in estimation; data has been weighted (weight_race); R-squared: 0.1408; multiple comparisons correction: None;

>



Latino  Decisions

African American Research Collaborative
Understanding and Communicating Black Political Action



Matthew Petrie, presidente de BVA BDRC Americas, llevó a cabo la ponderación y el análisis de los datos y es el autor de este informe (matthew.petrie@bva-bdrc.com)

Las preguntas sobre este tema deben dirigirse a Kathy Stokes, directora de Programas de Prevención de Fraudes de AARP, a kstokes@aarp.org.

Las preguntas de los medios deben dirigirse a Emily James, Relaciones Exteriores de AARP, a ejames@aarp.org.

Las preguntas sobre la encuesta y la metodología deben dirigirse a Jennifer Sauer a jsauer@aarp.org o Angela Houghton a ahoughton@aarp.org.

Este informe, la encuesta de referencia y el informe metodológico completo se encuentran en www.aarp.org/latinoscamexperience.

AARP Research diseño y llevó a cabo esta investigación.