

Estafas durante la época festiva: Los estafadores siguen robando la alegría de las fiestas

Encuesta de AARP entre consumidores de 18 años o más en Estados Unidos

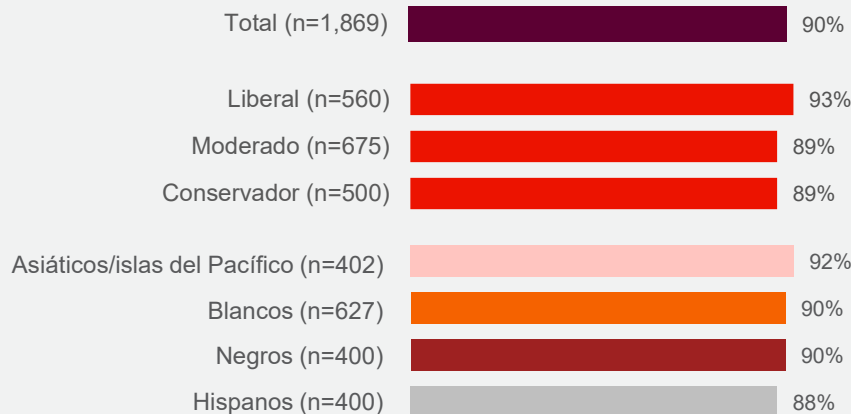


Los legisladores deben tomar medidas para abordar el problema del fraude generalizado.

Independientemente de su afiliación política, nueve de cada diez compradores en Estados Unidos de 18 años o más dicen que están muy de acuerdo o algo de acuerdo en que los legisladores necesitan hacer más para proteger a los consumidores del fraude. Los resultados también son coherentes entre los encuestados asiático-estadounidenses/islas del Pacífico, negros, hispanos y blancos.

Están de acuerdo en que los legisladores deberían hacer más para protegernos contra fraudes y estafas

Entre todos los encuestados — % "totalmente de acuerdo" o "algo de acuerdo"



El fraude toma muchas

formas, como anuncios engañosos en internet, reservas de viajes fraudulentas, estafas de pagos entre pares, información de tarjetas de regalo robada, organizaciones benéficas falsas, problemas falsos de envío, y el robo físico de paquetes en el porche.



Más de tres cuartos (82%)¹ han experimentado al menos una de estas estafas.

¹Calculado en base a las respuestas de la encuesta a las preguntas Q5, Q13, Q22, Q24, Q25a y Q27.

La mayoría de los consumidores en EE.UU. han enfrentado algún tipo de fraude.

Los intentos de fraude siguen siendo altos, con criminales que continúan atacando a los consumidores.² Más de tres cuartas partes (82%) de los adultos de 18 años o más en Estados Unidos han sido objeto o han experimentado al menos una forma de fraude.¹ Recibir una notificación falsa sobre un problema de envío que resultó ser fraudulenta (56%) sigue encabezando la lista desde el 2022, seguido por el fraude al comprar un producto a través de un anuncio en internet (35%) y recibir una solicitud de donación monetaria a una organización benéfica que parecía fraudulenta (35%). El porcentaje de encuestados que han experimentado al menos una forma de fraude es coherente por edad (81% edad 18-34, 82% edad 35-44, 84% edad 45-64, y 80% edad 65+).

Experiencia personal con el fraude

Entre los encuestados totales — adultos de EE.UU. de 18+ n=1,869

56% 

Recibieron un aviso falso sobre problemas con un envío

35% 

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

35% 

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

82% Han experimentado al menos uno de estos

29% 

Entregaron o recibieron una tarjeta de regalo sin fondos

25% 

Sufrieron el robo de un paquete

12% 

Fueron víctima de una reserva de viajes fraudulenta

Casi un cuarto de los compradores en EE.UU. planean comprar en internet más este año de lo que lo hicieron el año pasado.

Muchos planean comprar en internet esta temporada de fiestas, y casi un cuarto (23%) tienen la intención de aumentar sus compras por internet en relación con las del año pasado. Casi un tercio (32%) de los compradores de 18 a 44 años planean aumentar sus compras en internet esta temporada de fiestas, en comparación con solo el 15% de aquellos de 45 años o más.

Donde piensan comprar los encuestados durante esta temporada de fiestas

Entre los encuestados totales — % "más"

Compraré más en persona en las tiendas

16%

Compraré más en internet

23%

¹ Calculado en base a las respuestas de la encuesta a las preguntas Q5, Q13, Q22, Q24, Q25a y Q27.

² 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

Los compradores continúan siendo el objetivo de los estafadores a través de anuncios en internet.

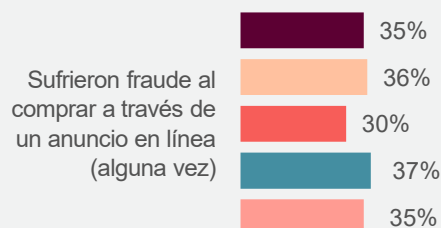
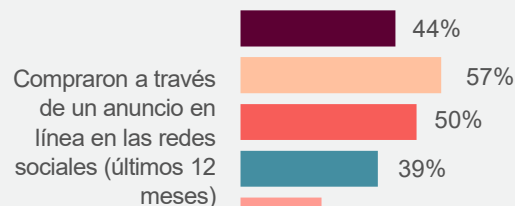
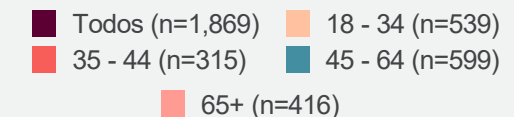
Con un marcado aumento este año, casi la mitad (44%) de los adultos encuestados dicen que han comprado algo a través de un anuncio en internet en las redes sociales en los últimos 12 meses, en comparación con el 38% en el 2023. Más de un tercio (35%) de los compradores experimentaron fraude al comprar a través de un anuncio en internet. Simultáneamente, el conocimiento sobre las prácticas seguras de compras en internet respecto a los anuncios en internet disminuyó significativamente este año, con casi la mitad (47%) afirmando que los anuncios de mercancías en las redes sociales en internet son confiables (o no estaban seguros), en comparación con el 43% en el 2023.

El uso de métodos de pago inseguros sigue siendo alto, poniendo a los compradores en mayor riesgo.

Dos tercios (64%) de los compradores planean usar una tarjeta de crédito en estas fiestas, que es la forma más segura de hacer compras en internet. Sin embargo, al igual que en el 2023, más de dos tercios (70%) afirman que planean usar una tarjeta de débito. El uso de tarjetas de débito es aún mayor entre los compradores negros (83%) e hispanos (80%). Aunque las tarjetas de débito tienen las mismas protecciones que las tarjetas de crédito, el robo de fondos es directamente de la cuenta bancaria de la víctima, y la resolución es un proceso más largo que en el caso de las tarjetas de crédito.

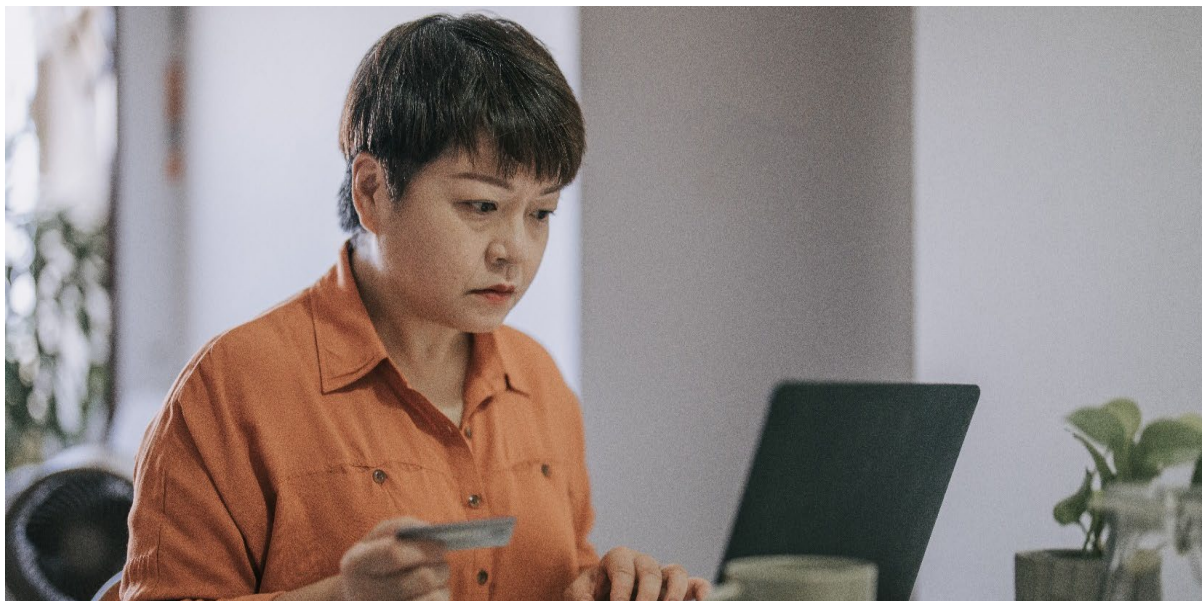
Compras a través de anuncios en línea

Entre los encuestados totales - por edad - % "sí"



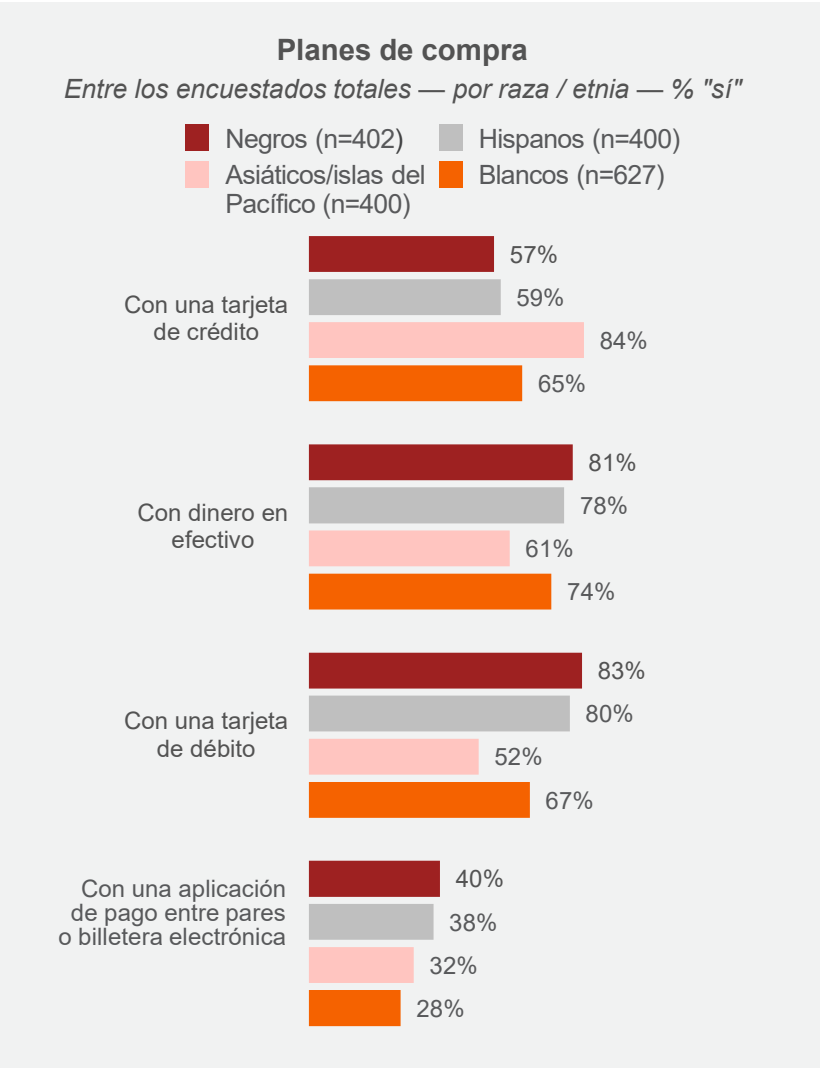
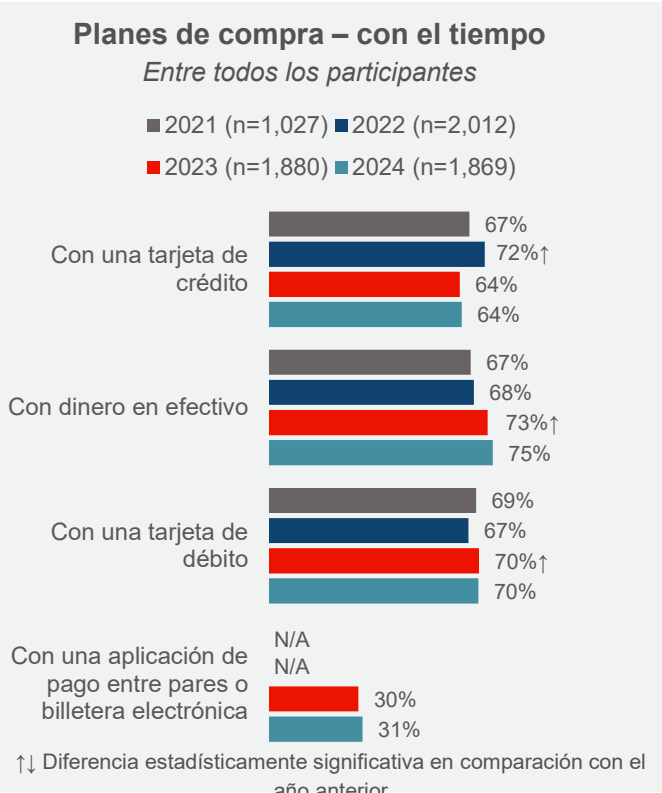
47%

Piensen que los anuncios de productos en las redes sociales en línea son confiables (o no están seguros)



Al igual que en la temporada de fiestas del año pasado, los compradores enfrentan riesgos.

Además de las tarjetas de débito (70%), muchos compradores planean usar otros métodos de pago que son menos seguros que las tarjetas de crédito. Al igual que el año pasado, tres de cada diez compradores (31%) planean usar aplicaciones de pago entre pares.

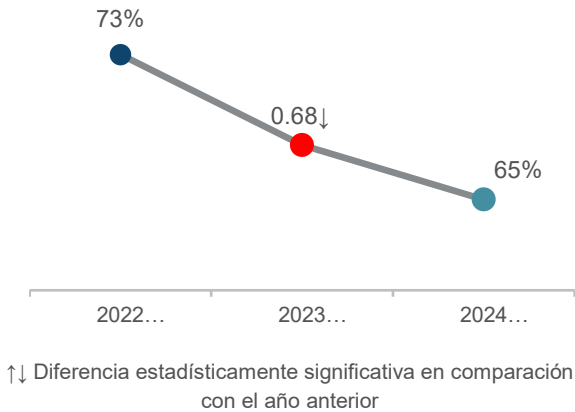


Muchos subestiman la seguridad de usar una tarjeta de crédito en internet.

Solo un poco más de la mitad (56%) de los compradores identificaron correctamente la siguiente afirmación como verdadera: "La forma más segura de hacer compras en internet es con una tarjeta de crédito". El porcentaje de aquellas personas de 45 años o más que respondieron correctamente a esta pregunta disminuyó por segundo año consecutivo, cayendo 8 puntos porcentuales desde el 2022.

"La forma más segura de hacer compras en internet es con una tarjeta de crédito"

Entre los encuestados de 45 años o más - % correcto

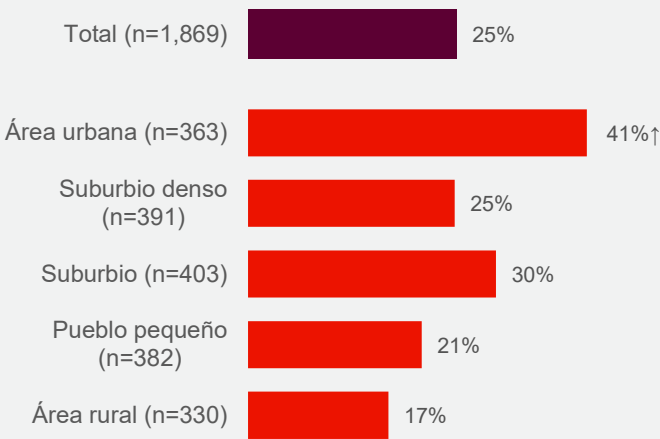


Los informes de notificaciones de envío fraudulentas siguen aumentando.

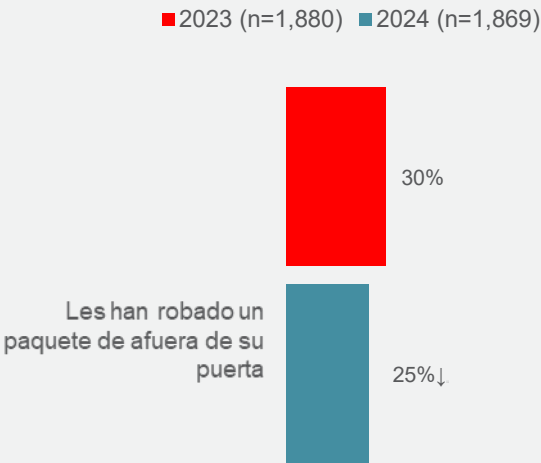
Más de la mitad (56%) de los adultos en EE.UU. informan haber recibido una notificación sobre un problema de envío que resultó ser fraudulento, casi duplicándose desde el 2022 (29%) y aumentando significativamente desde el 2023 (53%) por segunda vez consecutiva. Esta forma de fraude afecta al menos a la mitad de los adultos encuestados, sin importar la raza/etnia o la edad.



Paquetes robados
Entre los encuestados totales — por ubicación — % "sí"

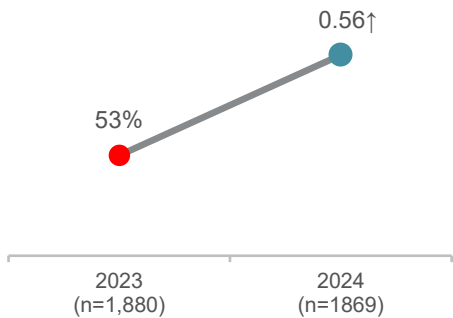


Robo de paquetes — con el tiempo
Entre los encuestados totales - % "sí"



↑↓ Diferencia estadísticamente significativa en comparación con el año anterior

Recibieron notificaciones de envío fraudulento - con el tiempo
Entre los encuestados totales — % "sí"



↑↓ Diferencia estadísticamente significativa en comparación con el año anterior

El robo de propiedad personal es más alto en las áreas urbanas.

Personas de todas las edades planean enviar paquetes de regalo a amigos o familiares esta temporada de fiestas. Entre aquellos que viven en un área urbana, el 41% dicen que les han robado un paquete de afuera de su puerta, lo cual es significativamente más alto que en cualquier otro lugar.



Las plataformas entre pares o P2P siguen siendo ampliamente utilizadas en el 2024.

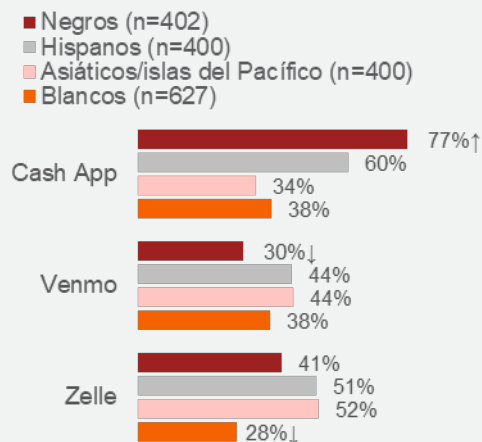
Más de dos tercios (70%) han utilizado plataformas P2P (Cash App, Venmo o Zelle) en el último año, un aumento de más de 10 puntos porcentuales desde el 2021 (59%). El porcentaje de personas que han utilizado una plataforma de pago P2P varía significativamente según la edad, siendo más común entre los compradores más jóvenes (90% de 18 a 34 años, 82% de 35 a 44 años, 64% de 45 a 64 años y 33% de 65 años en adelante). El uso de plataformas P2P durante la época festiva, específicamente, es común, con el 40% de los encuestados que dicen que es muy probable o algo probable que utilicen un servicio P2P para comprar regalos o para otras necesidades en esta temporada.

Cash App ahora lidera en popularidad en general (46%). El uso de plataformas P2P específicas varía mucho según la raza, con los compradores negros siendo significativamente más propensos a usar Cash App, mientras que los consumidores asiático-estadounidenses/islas del Pacífico e hispanos/latinos son más propensos a usar Venmo y Zelle en comparación con otros subgrupos.

Los informes de prácticas de pago P2P inseguras siguen siendo un problema, como enviar dinero a alguien que no conoces bien (38%) o a vendedores con los que no has hecho negocios anteriormente (32%).

Plataformas P2P utilizadas

Entre los encuestados totales - por raza / etnia - % "sí"

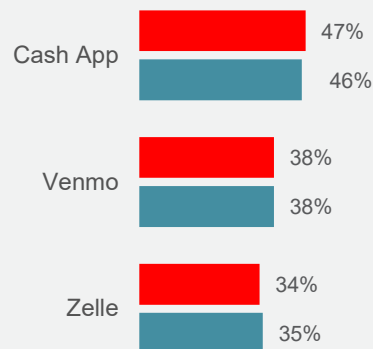


↑↓ Estadísticamente más alto o más bajo que todos los otros grupos

P2P utilizadas – con el tiempo

Entre los encuestados totales — % "sí"

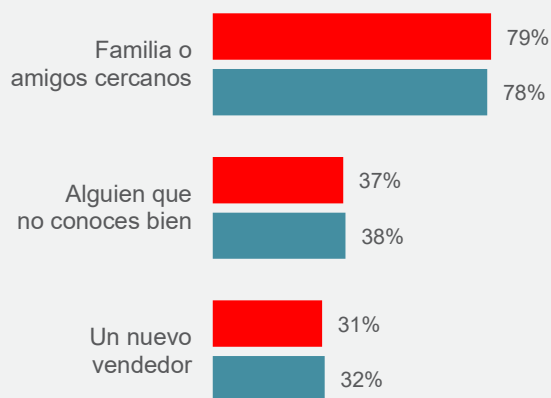
■ 2023 (n=1,880) ■ 2024 (n=1,869)



Envíos P2P – con el tiempo

Entre los usuarios de P2P — % "frecuentemente" o "a veces"

■ 2023 (n=1,353) ■ 2024 (n=1,327)

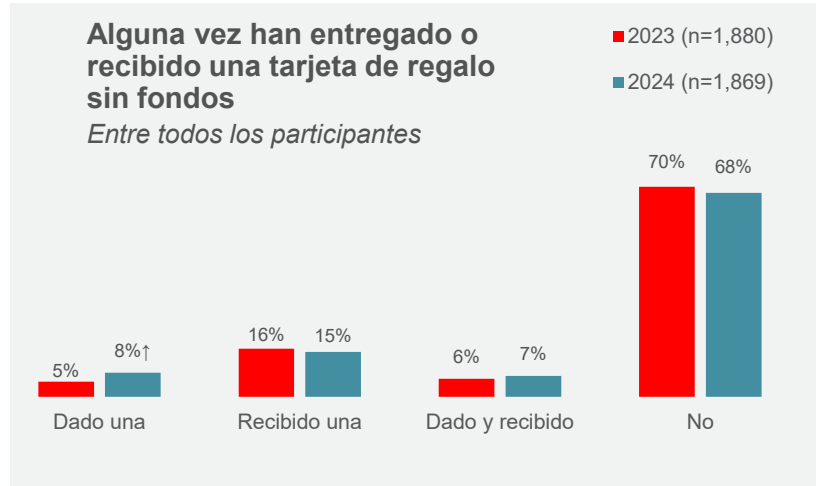


↑↓ Diferencia estadísticamente significativa en comparación con el año anterior

La popularidad de las tarjetas de regalo continúa aumentando... y el riesgo también.

Compradores de todas las edades y razas/etnias dicen que enviaron tarjetas de regalo como presentes a familiares y amigos la última temporada de fiestas, con la intención de comprar este año aumentando 10 puntos porcentuales. Mientras que el 45% dicen que planean comprar la misma cantidad de tarjetas de regalo esta temporada navideña en comparación con el año pasado, el 11% dicen que comprarán más, y el 13% dicen que comprarán menos. De hecho, solo alrededor de un cuarto de los encuestados dicen que no tienen la intención de comprar ninguna tarjeta de regalo esta temporada de fiestas.

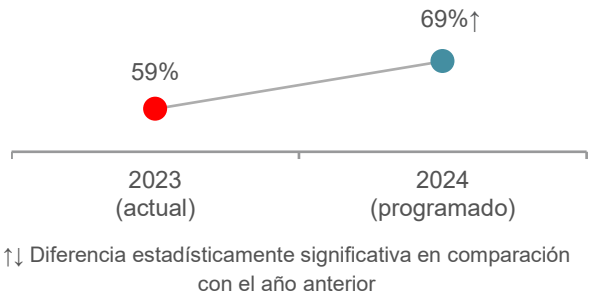
Además, el 60% de quienes planean comprar tarjetas de regalo esta temporada piensan adquirirlas en una tienda minorista, como un supermercado o una farmacia. Esto crea aún más oportunidades para los criminales, ya que los estafadores han estado manipulando tarjetas de regalo durante años. A menudo, anotan el número de la tarjeta de regalo, exponen y luego cubren el PIN, y esperan a que se activen las tarjetas. Tan pronto como se activa la tarjeta, el estafador roba los fondos. Los delincuentes también han descubierto cómo vaciar las tarjetas al momento que se compran electrónicamente, sin tener que tocarlas. De hecho, el 30% de los adultos en EE.UU. han dado o recibido una tarjeta de regalo sin saldo, un aumento de casi 10 puntos porcentuales (desde el 21%) en el 2021. Y como en años anteriores, a muchos consumidores que intentaron recuperar los fondos de la tarjeta de regalo vacía (24%) se les dijo que no se podía hacer nada.



Donde los consumidores planean comprar tarjetas de regalo
Entre los encuestados que planean comprar tarjetas de regalo esta temporada de fiestas

Tipo de comercio minorista	2023 (n=1,069)	2024 (n=1,086)
Estante de una tienda minorista (p. ej., farmacia o supermercado)	60%	60%
Tienda de un minorista específico	58%	60%
Sitio web de un minorista específico	30%	32%
En línea mediante subastas, revendedores, sitios de venta personales	12%	12%
No está seguro	5%	2%↓

Tarjetas de regalo compradas en el 2023 vs. planes de comprarlas en el 2024
Entre todos los participantes

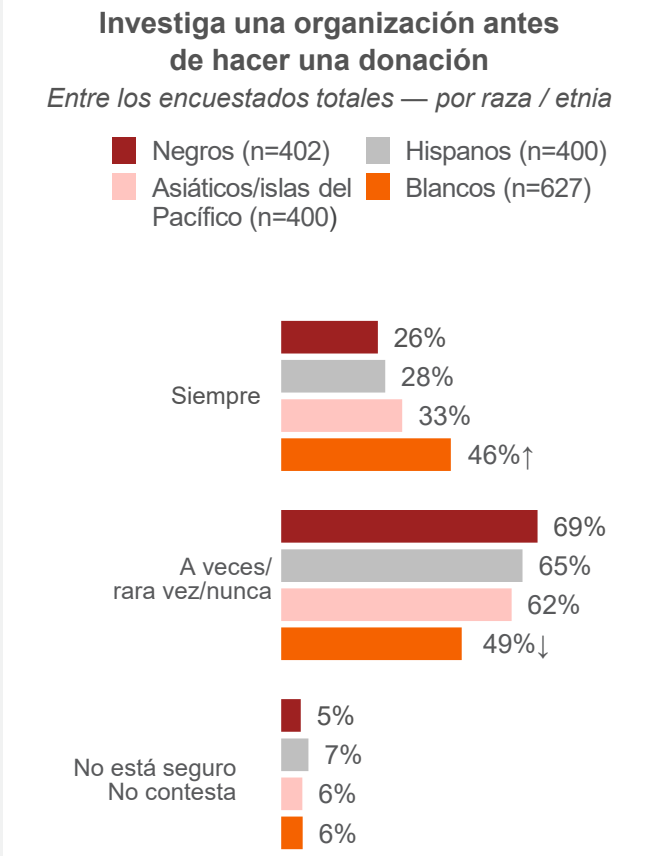


Las solicitudes cuestionables de donaciones benéficas permanecen constantes, pero también se mantiene constante el no investigar una organización benéfica antes de donar.

Más de la mitad (55%) de los adultos en EE.UU. informan haber donado dinero a una entidad o causa benéfica en los últimos 12 meses. Dos tercios (35%) dicen que han recibido una solicitud de donación en los últimos 12 meses que parecía probablemente ser fraudulenta, con los adultos mayores siendo más propensos a ser el objetivo de estafadores (31% de 18 a 44 años; 39% de 45 años en adelante).

En beneficio de los estafadores, seis de cada diez (60%) encuestados dicen que NO 'siempre' investigan una organización o causa antes de hacer una donación monetaria, coherente con los datos del 2023 (61%). Solo un tercio o menos de los adultos negros (26%), hispanos (28%) y asiático-estadounidenses/islas del Pacífico (33%) dicen que 'siempre' investigan una organización antes de donar, exponiendo a estos grupos a un mayor riesgo de fraude.

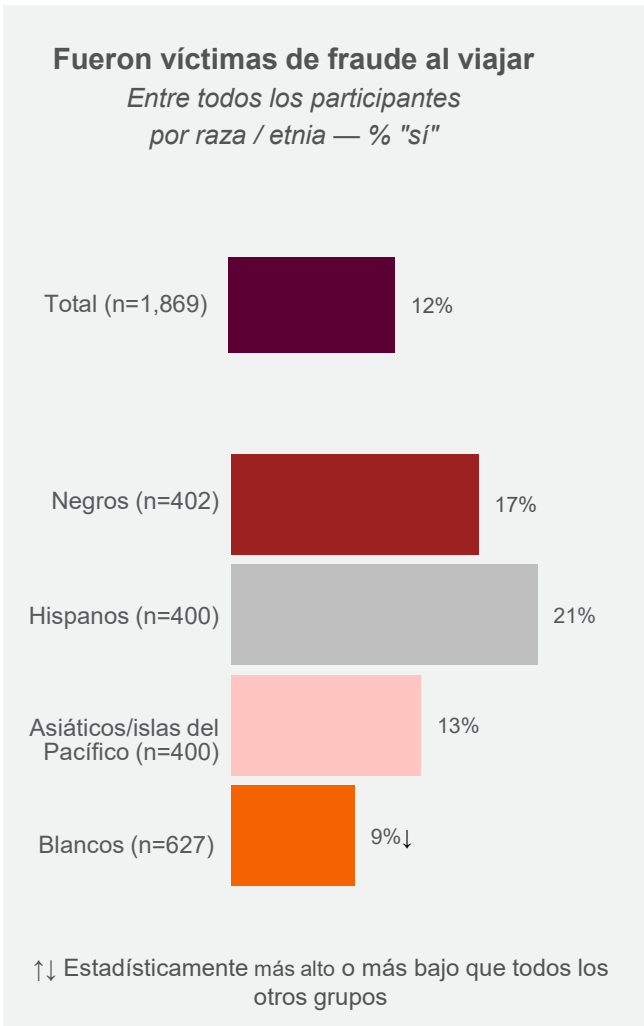
Cómo hacen donaciones los consumidores	
Entre los participantes que han hecho donaciones a una entidad o causa benéfica en los últimos 12 meses - % "sí"	
Método para hacer una donación	2024 (n=1,014)
Tarjeta de crédito o débito	49%
Dinero en efectivo	38%
Cheque personal o electrónico	35%
A través de una plataforma P2P	16%
Sitio web o aplicación de la institución financiera	14%
Tarjeta de regalo	7%



El fraude relacionado con los viajes sigue siendo prevalente.

Uno de cada ocho (12%) adultos en EE.UU. recuerda una experiencia de viaje en la que pagaron por un alquiler de automóvil, boleto de avión o alojamiento solo para descubrir que la oferta era fraudulenta, con la mitad (52%) diciendo que el problema ocurrió en los últimos 12 meses. Los adultos jóvenes son más afectados por el fraude relacionado con los viajes, con un 20% de aquellos de 18 a 44 años que lo experimentan, en comparación con el 5% de aquellos de 45 años o más. Los encuestados blancos informaron una incidencia significativamente menor de fraude relacionado con los viajes en comparación con otras razas/etnias.

En comparación con el año pasado, las personas que han sufrido un fraude relacionado con los viajes en los últimos 12 meses son las más propensas a ponerse en contacto con el hotel, la aerolínea o la empresa de alquiler para intentar resolver el problema (13% frente a 23%). Después de contactar al alojamiento específico, las personas que han sufrido fraude de viaje tienen más probabilidades de acudir a la policía en busca de ayuda (20%). Menos de dos de cada diez (18%) recurrieron a su compañía de tarjetas de crédito con la esperanza de recuperar su dinero o resolver el problema. El 5% informan que no recurren a nadie después de experimentar problemas relacionados con fraudes de viaje.



La educación sobre compras seguras es vital, especialmente en lo que respecta a los anuncios en las redes sociales.

Para conocer las prácticas de compra segura, los encuestados respondieron a 10 preguntas de verdadero/falso. Solo el 28% respondieron correctamente a 7 o más preguntas.⁴ El porcentaje con una calificación de "aprobado" es más bajo entre los consumidores negros (14%), hispanos (17%) y asiático-estadounidenses/islas del Pacífico (23%), lo que indica una necesidad crítica de conocimientos dirigido a estas comunidades.

Respuestas de los consumidores a afirmaciones verdaderas o falsas % correcto

Afirmación verdadera o falsa	Y la respuesta CORRECTA es...	2024 (n=1,869)
Los vendedores minoristas virtuales como eBay y Amazon piden la información de acceso a tu cuenta para brindar asistencia al cliente.	FALSO. Los vendedores minoristas nunca pedirán tu información de acceso a la cuenta.	36%
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.	40%
Las aplicaciones de pago entre pares (P2P) como Cash App, Zelle o Venmo tienen las mismas protecciones para el consumidor que tu tarjeta de crédito.	FALSO. Estos tipos de servicios de pago ofrecen escasa o ninguna protección contra el fraude.	36%
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.	45%
Es seguro pagar por un alquiler turístico que se haya encontrado en aplicaciones como Airbnb o VRBO fuera de la aplicación; por ejemplo, enviando dinero con una aplicación de pago P2P	FALSO. Un pedido de pago fuera de la aplicación es una clara señal de fraude.	51%
La forma más segura de hacer compras en internet es con una tarjeta de crédito.	VERDADERO. Tu responsabilidad en caso de fraude es menor si usas una tarjeta de crédito.	56%
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 de radio no siempre son verificados y confiables.	51%↓
Si te indican que envíes dinero a alguien convirtiendo efectivo en criptomoneda en un quiosco de una tienda de conveniencia, es una estafa.	VERDADERO. Una solicitud de pago en criptomonedas de alguien que no conoces es una estafa que está ganando popularidad.	62%
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.	61%
Las aplicaciones de pago entre pares (P2P) 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 aplicaciones de pago P2P generalmente dicen que solo debes transferir pagos entre contactos de confianza.	61%

⁴ Calculado a partir de un recuento de las respuestas "correctas" a cada declaración

Resumen y observaciones

El fraude sigue afectando a millones de consumidores, con mayores riesgos durante la temporada festiva de fin de año debido al aumento en las compras, los viajes y las donaciones benéficas. Muchas personas desconocen las tácticas que utilizan los criminales, especialmente en las compras en internet a través de anuncios en redes sociales, lo que refleja la necesidad de mayor información sobre las prácticas seguras de compra.

Todavía quedan importantes lagunas de conocimiento, especialmente entre los consumidores más jóvenes y los subgrupos raciales/étnicos, lo que puede inhibir las compras seguras en esta temporada de fiestas. Específicamente, los consumidores necesitan información sobre las mejores prácticas para compras seguras y donaciones benéficas, como:

- Reconocer el riesgo de fraude en los anuncios de mercancías, especialmente en las plataformas de redes sociales.
- La importancia de verificar la autenticidad de una organización antes de hacer una donación.
- Conocer los beneficios de utilizar una tarjeta de crédito en vez de otros métodos de pago.
- Uso seguro e intencionado de plataformas de pago P2P.
- Mayor conciencia de las estafas nuevas comunes, como las que utilizan criptomonedas.

Contrario a lo que muchos creen, los estafadores se dirigen a consumidores de todas las edades, destacando la importancia de este problema para el público. De hecho, la gran mayoría de los consumidores en Estados Unidos de 18 años o más están de acuerdo en que los legisladores necesitan hacer más para proteger al público del fraude y las estafas.



Metodología completa

AARP contrató a ANR Market Research Consultants para llevar a cabo un estudio cuantitativo entre los consumidores de 18 años o más de Estados Unidos. ANR completó un total de 1,869 entrevistas (338 por teléfonos fijos, 865 por teléfono celular y 666 en internet). Se seleccionó a los encuestados que cumplieran con los siguientes criterios:

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

Para esta investigación se utilizó un muestreo por teléfono fijo, teléfono celular y por internet. La muestra por teléfono se extrajo aleatoriamente de una lista de adultos mayores de 18 años en el país, adquirida por Aristotle, y la muestra por internet fue proporcionada por Fulcrum. Se utilizaron un total de 74,984 registros telefónicos. La lista de 257,903,849 residentes en total de 18 años o más fue dividida al azar en 257,904 réplicas de 1,000 registros para marcar por teléfono. En un principio, se pusieron a disposición 20 replicas para las llamadas y se añadieron más réplicas cuando fue necesario. En total, se hicieron llamadas a 75 réplicas que representaban un total de 74,984 residentes para completar la porción telefónica del estudio.

La encuesta se lanzó el 21 de agosto del 2024 y se cerró el 3 de septiembre del 2024. La duración promedio de la encuesta fue de 20.0 minutos por teléfono y 16.2 minutos en internet. La muestra de 1,869 encuestados produce un error estadístico máximo de $\pm 2.3\%$ en el nivel de confianza del 95%. (Esto significa que en 95 de cada 100 muestras de este tamaño, los resultados obtenidos en la muestra estarían dentro de ± 2.3 puntos porcentuales de los resultados obtenidos si todos en la población hubieran sido entrevistados).

La muestra completa se ha ponderado por edad, raza/etnia, sexo y división censal según las estadísticas de 5 años de la Oficina Nacional del Censo del 2022. Se utilizó el mismo procedimiento en cada muestra adicional, excluyendo la ponderación por raza/etnia. Los porcentajes de algunas preguntas en el registro de datos pueden superar el 100% debido al sistema de 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 (p.ej. "Muy" y "Algo"), los porcentajes reales se suman y se redondean. 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 petición. El resumen de producción es el siguiente:

Muestra final de contactos telefónicos		Muestra final de contactos en línea	
Cantidad de entrevistas completas	1,203	Cantidad de entrevistas completas	666
Muestra (teléfono)	74,984	Ejemplo	19,833
Índice de cooperación (COOP3)	63.8%	Índice de cooperación (COOP3)	40.1%
Índice de negativas (REF3)	1.8%	Índice de negativas (REF3)	25.9%
Índice de respuestas (RR3) ⁹	2.0%	Índice de respuestas (RR3) ⁵	32.3%

⁵ Esta fórmula de índice de respuesta (RR3) requiere el cálculo de 'e', que es la proporción de casos de aptitud desconocida que se estima que realmente son aptos. La siguiente fórmula se utilizó para determinar 'e': e = Completo + Terminación temprana + Hogar confirmado sin respuesta, Ocupado y Contestador automático + Devoluciones de llamada + Barrera de idioma / Completo + Terminar temprano + Hogar confirmado sin respuesta, Ocupado y Contestador automático + Devoluciones de llamada + Barrera de idioma + Gobierno/Negocio + No funciona + Excluido + Sobre 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.