

# Estudio de IBM Encuentra Amplias Diferencias en el Impacto Geográfico y Generacional del Fraude Financiero y las Actitudes Hacia las Instituciones Financieras

*El estudio encuentra que los estadounidenses tienen una frecuencia más alta de cargos fraudulentos que otros países, mientras que el valor total del robo es más alto en regiones fuera de Estados Unidos*

**ARMONK, N.Y., 5 de abril, 2022** – Según un nuevo informe encargado por IBM (NYSE: IBM), las geografías y las generaciones difieren mucho en la frecuencia y el impacto del fraude financiero, así como en sus actitudes hacia la detección del fraude y en las instituciones responsables de protegerlos de los malos actores.

El **Reporte de Impacto de Fraude Financiero Global de IBM 2022** también encontró que a medida que los consumidores globales se han movido casi exclusivamente a las tarjetas de crédito y los pagos digitales, los estadounidenses fueron víctimas más regularmente que todos los países encuestados en el informe, lo que les cuesta a los **consumidores estadounidenses un promedio de \$265 por año en cargos financieros fraudulentos** hechos por terceros no autorizados.

"El fraude financiero y las amenazas cibernéticas son una amenaza creciente para las instituciones financieras globales y sus clientes, lo que aumenta la necesidad de que las compañías aceleren las medidas preventivas para mantenerse por delante de una actividad criminal sofisticada", dijo **Shanker Ramamurthy, Gerente General de Mercados Financieros y Bancarios Globales de IBM**. "A medida que la evolución de la economía global hacia una sociedad sin efectivo continúa a una velocidad vertiginosa, los bancos y otras instituciones financieras deben continuar invirtiendo en la modernización de su infraestructura y reforzando el talento crítico para enfrentar los desafíos que enfrentan de los malos actores".

## **Impacto Financiero Mundial**

Según el informe, cuando se trata de fraude a escala mundial, los **estadounidenses son las víctimas más frecuentes del fraude** con tarjetas de débito de todos los países encuestados. Los **estadounidenses también registraron un gran porcentaje** de casos cuando se trata de **ser víctimas de fraude** de tarjetas de crédito, fraude bancario o fraude de pago digital, cuando se les preguntó a los encuestados sobre sus experiencias usando aplicaciones de pago digital incluyendo PayPal, Venmo y Square. Los encuestados **estadounidenses también pasaron el mayor tiempo tratando de recuperar el dinero perdido** debido a cargos fraudulentos.

Sin embargo, los usuarios de tarjetas de crédito y débito **estadounidenses reportaron la segunda menor cantidad de dinero perdido** por cargos fraudulentos fuera de los países encuestados. Solo Japón reportó una menor cantidad de pérdidas en los últimos 12 meses, **mientras que Alemania, con diferencia, fue el país más victimizado**, con los encuestados perdiendo más de tres veces la cantidad financiera total del segundo país más victimizado (Singapur).

En todos los países, los encuestados creen que los **bancos son la institución financiera más responsable de prevenir el fraude**, cuando se les pregunta sobre sus experiencias usando redes de pago, incluyendo Visa y Mastercard. En la mayoría de los países, los consumidores ven a los bancos como la institución financiera más responsable para prevenir el fraude, con un mayor porcentaje en Brasil, mientras que en Japón, las redes de pago eran las instituciones financieras más propensas a culpar. En China, los encuestados registraron el mayor porcentaje de consumidores que creen que los reguladores del gobierno son los más responsables de prevenir el fraude.

En los Estados Unidos, casi un cuarto de todos los encuestados (22%) **no confía en la capacidad de su banco o tarjeta de crédito para manejar cargos fraudulentos** o actividad sospechosa, no casi tanto como Japón, donde casi la mitad de los encuestados afirma no tener fe en sus instituciones financieras.

Una cuarta parte de los estadounidenses (25%) **reporta dedicar menos de una hora al año revisando sus cuentas de actividad fraudulenta** – mientras que más de dos de cada cinco consumidores estadounidenses (44%) gastan menos de 10 horas al año revisando sus cuentas bancarias.

Con los Estados Unidos experimentando el mayor número de casos de fraude financiero, tendría sentido que los **Estados Unidos tengan el mayor porcentaje de encuestados que tuvieron que ponerse en contacto con su banco o compañía de tarjetas de crédito para cancelar una tarjeta, disputar un cargo, o reportar perder dinero como resultado de cargos fraudulentos.**

### **Diferencias Generacionales Descubiertas en el Estudio**

El informe también encontró una amplia diferencia generacionales, ya que los **Millennials** (nacidos entre 1981 y 1996) **son constantemente las mayores víctimas de todas las formas de fraude**, que van desde el fraude de tarjetas de crédito y débito hasta la billetera digital, el pago digital, la banca y el fraude fiscal.

La generación **GenX** (nacidos entre 1965 y 1980) reportaron el segundo mayor número de cargos fraudulentos realizados por sus tarjetas de crédito o aplicaciones de pago digital, mientras que la generación **GenZ** (nacidos entre 1997 y 2012) reportaron las terceras instancias más altas de perder dinero como resultado de cargos fraudulentos.

Los **Millennials también pasan el mayor tiempo tratando de recuperar el dinero perdido** debido a cargos fraudulentos, disputando cargos fraudulentos, y revisando cuentas por actividad fraudulenta o inusual fuera de cualquiera de los grupos generacionales. Los miembros de la generación **GenZ pasan la segunda mayor cantidad de tiempo abordando la actividad fraudulenta**, seguido por miembros de la generación GenX y los Baby Boomers.

La generación **GenZ experimento el fraude con mayor frecuencia a través de aplicaciones de pago digital** cuando se les preguntó sobre sus experiencias usando aplicaciones incluyendo PayPal, Venmo y Square, mientras que todas las otras generaciones **experimentaron problemas de seguridad**

**financiera con mayor frecuencia por fraude con tarjetas de crédito.** Miembros de GenZ también fue la generación **menos impactada por el fraude de tarjetas de crédito.**

Mientras los **Millennials y GenZ estaban preocupados por el fraude financiero** es más probable que ocurra a través de sus **aplicaciones de pago digital**, para miembros de **GenX y Baby Boomers, las tarjetas de crédito son la mayor preocupación** cuando se trata de potenciales objetivos de fraude.

Los **Baby Boomers** (nacidos entre 1946 y 1964) **reportaron los casos más bajos de cargos fraudulentos** en casi todas las categorías, también **gastando la menor cantidad de tiempo tratando de recuperar dinero** debido a cargos fraudulentos o disputas fraudulentas.

Sin embargo, cuando los resultados fueron examinados más por generación, los **Millennials tenían más probabilidades de comprar a las empresas con protección contra el fraude**, mientras que los **Baby Boomers eran los menos propensos** a hacerlo.

### Otros Hallazgos

- **El fraude con tarjeta de crédito es el tipo más común de fraude experimentado en todos los países.** Casi un tercio (31%) de Brasil ha experimentado fraude con tarjetas de crédito.
- Los **consumidores brasileños y singapurenses están más preocupados por los problemas de seguridad financiera** (85% del brasileño y 79% de los encuestados de Singapur citan preocupaciones con el fraude de tarjetas de crédito), pero una porción sustancial en todos los países está preocupada por el fraude de tarjetas de crédito, el fraude de tarjetas de débito, el fraude de pago digital, el fraude de billetera digital y el fraude bancario.
- En promedio, los **alemanes perdieron más debido a cargos fraudulentos que los adultos en cualquier otro país** – con un promedio de 3,520 euros (\$3,917 en moneda estadounidense) perdidos en los últimos doce meses debido a cargos fraudulentos. Singapur tuvo la segunda mayor cantidad de cargos fraudulentos, con un promedio de S\$1,648.52 dólares singapurenses (\$1,217 en moneda estadounidense) por adulto.
- Los encuestados **japoneses tienen menos confianza en la capacidad de su banco/tarjeta de crédito para manejar el fraude** (sólo el 59% tiene confianza en la capacidad de su institución financiera), pero la mayoría de todos los países se sienten confiados en la capacidad de su banco/tarjeta de crédito para manejar el fraude.
- Una mayoría de adultos en todos los países son **“más propensos” a comprar un producto de un negocio que tiene tecnología de prevención del fraude en su lugar**, liderado por Brasil (91%) y China (90%).

### Acerca del Reporte de Impacto de Fraude Financiero Global de IBM 2022

IBM encargó al estudio que mantuviera su comprensión de los retos actuales a los que se enfrentan los consumidores cuando se trata de fraude financiero, así como la capacidad de las instituciones

financieras globales para mantener el control de su infraestructura crítica de misión para proporcionar transacciones de pago seguras en tiempo real.

El estudio fue encargado por IBM y realizado por Morning Consult, una firma de investigación de mercado de terceros con sede en Estados Unidos. El estudio fue realizado entre 1000 adultos en seis países: Estados Unidos, China, Singapur, Brasil, Japón y Alemania. El estudio fue realizado en línea, y los datos fueron estratificados para emparejar una muestra objetivo de adultos en Estados Unidos, China, Singapur, Brasil, Japón y Alemania sobre la edad y el género, luego ponderados en función de la edad, género, raza y nivel de educación. Los resultados de la encuesta completa tienen un margen de error de más o menos 3 puntos porcentuales.

El reporte completo [se puede descargar aquí](#).