

Casi la mitad de los chilenos ha sufrido un fraude o intento de fraude en alguno de sus medios de pago

La empresa de investigación de mercados Ipsos lanzó la segunda edición de su estudio anual **Medios de Pago Latam**, donde indaga en el uso, adopción, abandono y percepción de los medios de pago en 14 países latinoamericanos, incluido Chile.

Entre los resultados del estudio, se incluye una sección sobre el fraude, donde los encuestados respondieron si han sido víctimas de fraude o intentos de fraude, si han recibido llamadas fraudulentas para obtener su información personal, y cómo piensan que responderá su institución bancaria ante la eventualidad de un fraude.

Anuncio Patrocinado

¿Ha sido víctima de fraude?

En plena crisis de seguridad que viven hoy los chilenos, como lo evidencian los resultados de Ipsos en el estudio What Worries the World, que posicionan a nuestro país como el más preocupado del mundo por el crimen y la violencia, el fraude se mantiene como una permanente amenaza para las personas, quienes saben que pueden sufrir diferentes formas de intento de fraude en sus vidas cotidianas. Al preguntar a los encuestados si alguna vez han recibido un intento de fraude en uno de sus medios de pago, 46% responde que sí. Aquí, la tarjeta de débito aparece como el medio de pago más amenazado, con el 21% de las menciones, seguida por el efectivo con 11% y las transferencias electrónicas con 9%.

Dentro de quienes reportan haber sufrido intentos de fraude en sus medios de pago, el 32% dice haber sido víctima de fraude financiero en el último año. Llevado esto al total de los encuestados en Chile, encontramos que uno de cada seis chilenos (15%) ha sido víctima de fraude en el último año. Con esto, nuestro país se ubica por debajo del promedio regional de 17%, pero por encima de Colombia (13%) y Argentina (10%), conformando el grupo de los países más seguros de Latinoamérica en este sentido. El país de la región donde más se reportan fraudes es Costa Rica, con 25% que dice haberlo sufrido en el último año.

Al analizar los resultados de Chile por segmentos demográficos, encontramos que el fraude se da mayoritariamente entre los más jóvenes: entre los menores de 36 años, el porcentaje de fraude alcanza el 19%, mientras que disminuye hasta 12% entre los encuestados de más edad. Al analizar desde un punto de vista socioeconómico, encontramos que los segmentos altos reportan menos fraude que

Casi la mitad de los chilenos ha sufrido un fraude o intento de fraude en alguno de sus medios de pago

los segmentos medios y bajos: 14% vs 16%.

Jorge López, Country President de Ipsos Chile, comenta: *“el mundo de las transacciones digitales seguirá siendo creciente. En el futuro cercano, la seguridad de los Medios de Pago seguirá dependiendo de la colaboración efectiva entre usuarios e Instituciones, para asegurar prácticas seguras, protocolos rigurosos e integridad en las transacciones. La amenaza del fraude, por tanto, debe empujar a las entidades financieras a seguir mejorando sus servicios y su relación con los usuarios”*.

Mensajes y llamadas fraudulentas

El estudio reveló que el celular y las plataformas digitales son un canal con alta susceptibilidad a sufrir intentos de fraude: dos de cada tres chilenos, el 66%, dijeron haber recibido mensajes (correo electrónico, SMS o WhatsApp) que aparentaban ser de una institución financiera para obtener su información personal. En el caso de las llamadas fraudulentas, tres de cada cinco chilenos (59%) declaran haber recibido alguna.

Las mujeres son mucho más propensas que los hombres a reportar haber sufrido este tipo de intentos de fraude, ya sea en el caso de mensajes como en el de llamadas. Desde un punto de vista etario, los encuestados entre 25 y 49 años son quienes más reportan recibir mensajes y llamadas fraudulentas, disminuyendo de forma importante entre los menores de 24 y los mayores de 50 años.

“Las cifras son ilustrativas en cuanto a mostrar quiénes están siendo mayoritariamente apuntados como víctimas de intentos de fraude: el segmento de edades intermedias, en ciclo de vida de alto consumo, y vinculado a una multitud de bases de datos y canales de comercio, lo que multiplica la exposición de los datos al uso malicioso de los mismos. De ahí la importancia de los compromisos corporativos de empresas e instituciones en garantizar la confiabilidad de sus sistemas y la educación permanente hacia el usuario”, analiza **Jorge López, Country President de Ipsos Chile**.

Cómo responderá la institución financiera

El estudio preguntó a los encuestados cómo esperan que su banco o institución financiera responda ante la eventualidad de sufrir un fraude. En Chile, la opción que obtuvo más respuestas fue que el banco devolverá el dinero perdido aunque el

Casi la mitad de los chilenos ha sufrido un fraude o intento de fraude en alguno de sus medios de pago

titular no haya contratado un seguro, con el 43% de las menciones. Con este resultado, Chile se posiciona como el país con más confianza de la región en que la institución financiera devuelva el dinero defraudado.

Por otro lado, un 28% de los chilenos piensa que el banco no devolverá el dinero ante la eventualidad de un fraude, por lo que tendrá que asumir la pérdida. En este aspecto, Chile se comporta de manera muy diferente al resto de la región, ubicándose muy por debajo del promedio regional de 41% y de países como Argentina (49%), Colombia (48%) y Perú (43%).

Sin embargo, esta alta confianza de los chilenos en que la institución financiera devuelva el dinero defraudado cambia sustancialmente dependiendo de si el encuestado ha sufrido o no un fraude antes. Entre quienes no han sufrido fraude, la expectativa de que el banco devuelva el dinero alcanza el 58%, cayendo hasta 27% entre quienes sí han sufrido fraude. En otras palabras, existe una gran brecha de confianza institucional en Chile, de hasta 30 puntos porcentuales, según las experiencias que ha tenido el encuestado con su banco. Quienes han sufrido fraude con anterioridad, confían mucho menos en que su banco responda devolviendo el dinero perdido.

*"Las bondades y fortalezas del sistema financiero en Chile son bien conocidas en la región. Esas mismas fortalezas hacen del cliente de las empresas de medios de pago alguien con expectativas altas, tanto frente al servicio como al respaldo que esperan del sistema. La brecha evidenciada entre expectativas (respaldo ante un fraude) y realidad (costos de un fraude) es un punto de alerta hacia quienes son parte del sistema: Educación, prevención e inversión en tecnología son desafíos permanentes para las marcas", cierra **Jorge López, Country President de Ipsos Chile.***

y tú, ¿qué opinas?