



EL FRAUDE EN MEDIOS DE PAGO Y LOS CONSUMIDORES

**Estudio estadístico y datos
de la realidad económica
y social del fraude**

Edita:



ADICAE
Asociación de Usuarios
de Bancos, Cajas y Seguros

Con la colaboración de:



Programa de Gestión de la Prevención, Preparación y Gestión del Terrorismo y otros Riesgos relativos a la Seguridad
Comisión Europea, Dirección General de Justicia, Libertad y Seguridad

Presentación del estudio

Ante la implantación masiva de los medios de pago distintos del efectivo, han proliferado numerosos tipos de fraude, sobre los que resulta muy difícil obtener datos ya que muchos son tratados con suma confidencialidad por las Autoridades y otros nunca llegan a ver la luz, puesto que la persona damnificada tarda mucho tiempo en descubrir que ha sido víctima de fraude.

La mayoría de las estadísticas disponibles son las publicadas por distintas empresas dedicadas a la seguridad informática, por lo que las muestras habitualmente se circunscriben a los casos de sus propios clientes, limitándose la representatividad cuantitativa, por lo que se deben tomar precauciones a la hora de su interpretación.

Los consumidores son bombardeados por las nuevas tecnologías, en general, y, en particular, por los nuevos medios de pago: tarjetas de crédito, transferencias, banca electrónica, pago por móvil, dinero electrónico, etc.... Cuando se oferta la posibilidad de contratar estos servicios sólo se habla de sus beneficios, pero no se explica como utilizarlos correctamente. Es más, ¿conocemos todos los riesgos a los que estamos sometidos sólo por contratar estos medios de pago?

Es indudable el efecto negativo que provocan los fraudes en la sociedad, y se enfoca en dos vertientes: Por un lado, los daños económicos y morales que causan los fraudes en sí al usuario, y por otro, el freno que provoca a la expansión del uso de los nuevos medios de pago. En este sentido, la implantación de la SEPA (Zona Única de Pago en Euros) puede conllevar ventajas y facilidades para los usuarios en el uso de los distintos medios de pago en la Unión Europea. Sin embargo, la desconfianza de los usuarios en relación a la seguridad y garantías frente al fraude en los medios de pago distintos del efectivo constituye en sí misma una destacable barrera al desarrollo de la SEPA y a que se llegue al impacto deseado de la misma. Por ello, lograr que la confianza del usuario de medios de pago se vea afianzada supone un reto clave para la implantación y desarrollo de los nuevos medios de pago que la globalización de la sociedad y la economía han propiciado.

ADICAE, la única asociación de consumidores española especializada en Bancos, Cajas y Seguros, preocupada por la situación de desprotección en la que están los usuarios de estos medios de pago, afronta el proyecto internacional "Creación de un catalogo europeo técnico del fraude a disposición de las autoridades judiciales y policiales en base a una red de alertas e información facilitada por entidades y ciudadanos" subvencionado por la Comisión Europea y en el que colabora con otras asociaciones de consumidores europeas. Mediante este proyecto se pretende informar y alertar a los usuarios de estos medios de pago de los riesgos que corren, con la intención de hacer un correcto uso de ellos y así evitar el fraude tan extendido en la actualidad, así como facilitar toda la información recopilada y sus conclusiones, recogida en un exhaustivo catálogo, a las autoridades y otros organismos, para que puedan tomar las medidas oportunas y poner freno a este problema.



*Manuel Pardos Vicente
Presidente de ADICAE*

En el marco del citado proyecto se plantea el presente estudio, en el que, previo análisis de la evolución y actualidad de los medios de pago distintos del efectivo en lo relativo al uso que los consumidores hacen de ellos, se aborda la percepción que los usuarios tienen del fraude en los medios de pago y el impacto que los niveles de fraude y la posición de los consumidores frente al mismo tiene en los hábitos de uso de medios de pago por parte de los consumidores.

INDICE CONTENIDOS

Parte I - Los Medios de Pago Electrónico en la UE. Realidad, evolución y alcance económico.

1. Evolución de los medios de pago en España y en la UE
 - 1.1 Introducción
 - 1.2 Estadísticas.
 - 1.2.1 Evolución del número de transacciones
 - 1.2.2 Evolución temporal de la distribución del número de transacciones por tipo de medio utilizado. Implantación de la red de cajeros en España.
 - 1.2.3 Evolución de la banca electrónica
2. Los medios de pago en la UE hoy
3. Los medios de pago en España hoy
4. Futuro y previsiones de los medios de pago electrónico

Parte II - El fraude en los medios de pago electrónico

1. El fraude en medios de pago en la UE.
2. El fraude en medios de pago en España.
 - 2.1 El fraude en cajeros automáticos.
 - 2.2 La implantación de las nuevas tecnologías en España, problemas de seguridad.
3. El fraude en la Red.
 - 3.1 Panorama internacional del fraude en la Red.
 - 3.2 Panorama español del fraude en la Red.

Parte III - Los consumidores ante el fraude en los medios de pago electrónico

1. Usos, costumbres y percepciones de los consumidores respecto a los medios de pago electrónico.
2. Influencia del fraude en medios de pago en los hábitos de los consumidores.
3. Qué piensan los consumidores de los medios de pago electrónico.
 - 3.1 Estudio sobre el fraude en medios de pago llevado a cabo por ADICAE.
 - 3.2 Otras estadísticas sobre el fraude a través de Internet para los usuarios españoles (INTECO).
 - 3.3 Conclusiones a la vista de ambos estudios.

Parte IV – Conclusiones y propuestas

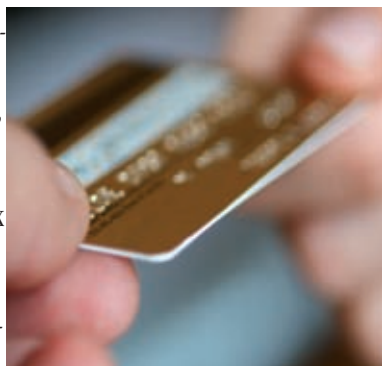
I. LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN LA UE. REALIDAD, EVOLUCIÓN Y ALCANCE ECONÓMICO.

En los mercados no siempre se ha utilizado dinero. Una forma de hacer negocios tan antigua como el ser humano ha sido el trueque. Cada persona ofrecía sus servicios o productos a cambio de otros bienes que necesitaba. Debido a la complejidad de determinar cuál era el valor exacto de los productos a intercambiar, se optó por establecer productos de referencia como el trigo y el ganado, los cuales eran aceptados por la mayoría de los hombres y eran sumamente útiles. Sin embargo, el bien de referencia no era divisible por lo que no podían realizarse los pequeños intercambios cotidianos, de modo que se desarrolló la cultura de la moneda. En un principio se acuñaron de oro y plata, posteriormente a través del Imperio Romano se extendió la utilización de monedas metálicas, con sistemas que respaldaban el valor facial de las mismas.

Los medios de pago han sido una herramienta clave en el desarrollo económico, y su importancia en la sociedad y la economía es evidente

El desarrollo de las actividades comerciales y el intercambio de productos traídos y llevados a largas distancias propios de la Edad Moderna europea, hizo necesario el desarrollo de nuevas técnicas que facilitaban el uso del dinero, como la letra de cambio y el cheque. Y con el desarrollo de las transacciones, a finales del s. XVIII surgió el papel moneda, o sea, el billete de curso legal.

Al desarrollarse los sistemas financieros, comenzaron a utilizarse medios de pago de la unidad de cuenta subyacente, y poco después, a principios del s. XX surge la tarjeta de crédito como medio destinado a evitar la movilización del dinero en efectivo y a simplificar las actividades de los consumidores. Gracias al desarrollo tecnológico y la aparición de Internet a finales de los años 50, los tipos de medios de pago han proliferado: tarjetas, transferencias, domiciliaciones bancarias, cheques, pagos a través de correo electrónico, pagos a través del móvil, transacciones on-line...



Algunos de ellos están ampliamente consolidados como métodos para realizar intercambios, sin embargo a otros les queda un largo camino por recorrer. En ese camino la percepción que los consumidores tengan en relación al fraude y a la seguridad y garantías frente al mismo resulta un aspecto fundamental.

1. Evolución de los medios de pago en España y en la UE.

1.1 Introducción.

En la zona del euro existen actualmente más de 350 millones de tarjetas en circulación que se utilizan para realizar más de 12.000 millones de operaciones de pago y de 6.000 millones de retiradas de efectivo cada año. Y el mercado europeo de medios de pago distintos al efectivo continúa creciendo. En 2006 se realizaron en Europa un total de 70 billones de transacciones distintas al efectivo, cantidad equivalente a un tercio del mercado global. Los países de la Eurozona supusieron cerca del 73% del total; y tan sólo cinco países coparon el 85% del total de todas las transacciones de la Eurozona.

Las costumbres locales todavía determinan la preferencia de los instrumentos de pago por país. Sin embargo, existen dos tendencias en general válidas:

1. Las tarjetas son el principal medio de pago distinto al efectivo, con un uso constantemente creciente a una tasa de 11% por año entre 2001 y 2006.
2. El uso de los cheques está disminuyendo, aunque todavía no hay alternativa real para algunos tipos de pagos P2P (transacciones entre usuarios, p.ej. Ebay).

1.2 Estadísticas

1.2.1 Evolución del número de transacciones con medios de pago

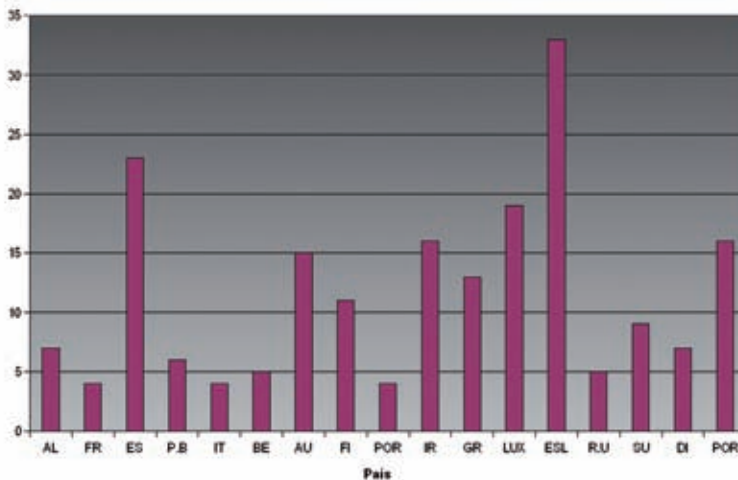
Como podemos ver en la siguiente gráfica extraída de “World Payments Report 2008”, cinco países de la Eurozona -Francia, Alemania, Holanda, España e Italia- supusieron el 63% del total de las transacciones con medios de pago distintos al efectivo en el total de los 17 países seleccionados, y un 85% de las transacciones distintas al efectivo llevadas a cabo en la propia Eurozona. Los tres mercados mayores y más maduros en Europa son Alemania, Francia y Reino Unido.

El uso de los medios de pago distintos al efectivo está aumentando en todos los países, pero a tasas diferentes en cada uno de ellos. Considerando caso por caso, algunos de los países con altos volúmenes de transacciones están todavía experi-

mentando un significativo aumento en pagos distintos al efectivo (Alemania, por ejemplo, tiene un aumento anual continuado de un 7% entre 2001 y 2006), mientras que algunos países con bajo volumen de transacciones (como, por ejemplo, Italia y Portugal) todavía experimentan crecimientos a ritmos bajos.

Como se aprecia en el siguiente gráfico el número de transacciones per cápita para dicho periodo ha aumentado un 27% de media en la UE-15, siendo el crecimiento más del doble (57%) en la economía española. No obstante, a pesar de duplicar el crecimiento de media europea, en 2006 el número de transacciones per cápita en España es un 68% inferior al de la UE-15 (107 transacciones frente a 179 en la UE-15).

Aumento medio del número de transacciones en medios de pago distintos del efectivo (2001-2006)

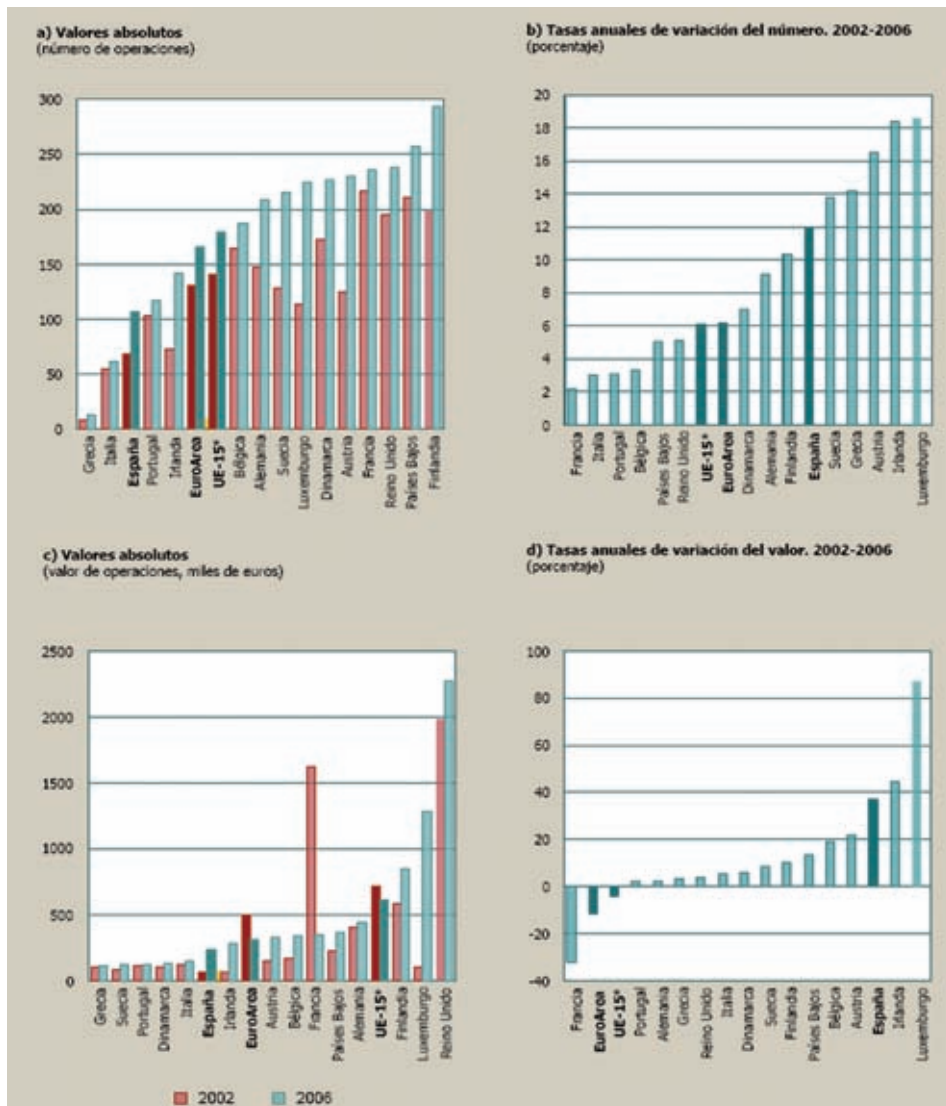


Fuente: “Observatorio sobre la reforma de los mercados financieros europeos (2008)” Fundación de Estudios Financieros

En España el número de transacciones creció más del doble que la media en la UE-15.

En términos de valor, la brecha con la UE-15 es muy superior ya que el indicador de la UE-15 es 2,6 veces superior al de España.

Transacciones por cápita en medios de pago al por menor



Fuente: Banco Central Europeo y elaboración propia.

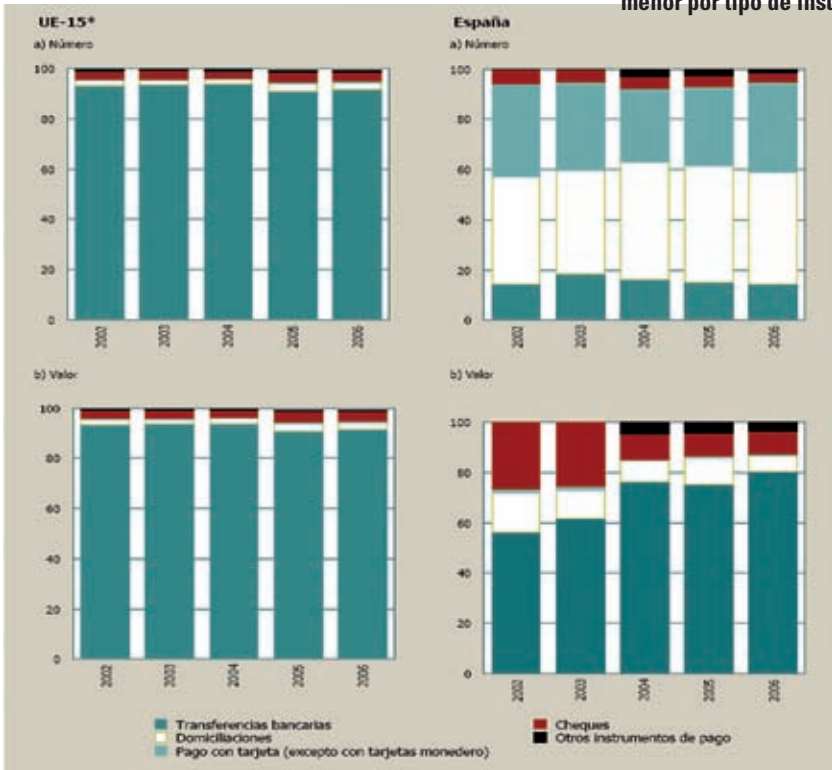


1.2.2 Evolución temporal de la distribución del número de transacciones por tipo de medio de pago utilizado. Implantación de la red de cajeros en España.

Como hemos comentado, en el periodo 2002-2006 se experimentó una pérdida en la importancia relativa del uso del cheque en beneficio de los pagos con tarjetas. En concreto en el año 2002 los pagos con tarjetas suponían el 25,8% del total de transacciones de la UE-15 y los pagos con cheques el 19 %. En 2006 el porcentaje se sitúa en un 34,6% para el uso de tarjetas y un 9,6% para los cheques. En el caso de España, el uso del cheque también perdió importancia relativa (del 6% en 2002 al 3,5% en 2006).

Las tarjetas, el medio de pago más usado en Europa frente al creciente desuso del cheque
España: la domiciliación bancaria, el medio de pago distinto del efectivo con mayor número de operaciones.

Distribución porcentual de las transacciones en medios de pago al por menor por tipo de instrumento



Fuente: Banco Central Europeo y elaboración propia.

Es de destacar que España es el país de la UE-15 donde la domiciliación concentra el mayor porcentaje de pagos al por menor, representando en 2006 el 44,7% del total frente al 26,2% de la UE-15. No obstante, en términos de valor, la transferencia bancaria es el principal medio de pago, ya que representaba en 2006 el 80,4% del total en España y el 91,6%

en la UE-15. Un rasgo llamativo es el fortísimo crecimiento del valor de los pagos realizados vía transferencias bancarias ya que de representar el 56,1% del total en 2002, en 2006 representan el 80,5% cerrándose en parte la brecha que la separaba de la media de la UE-15.

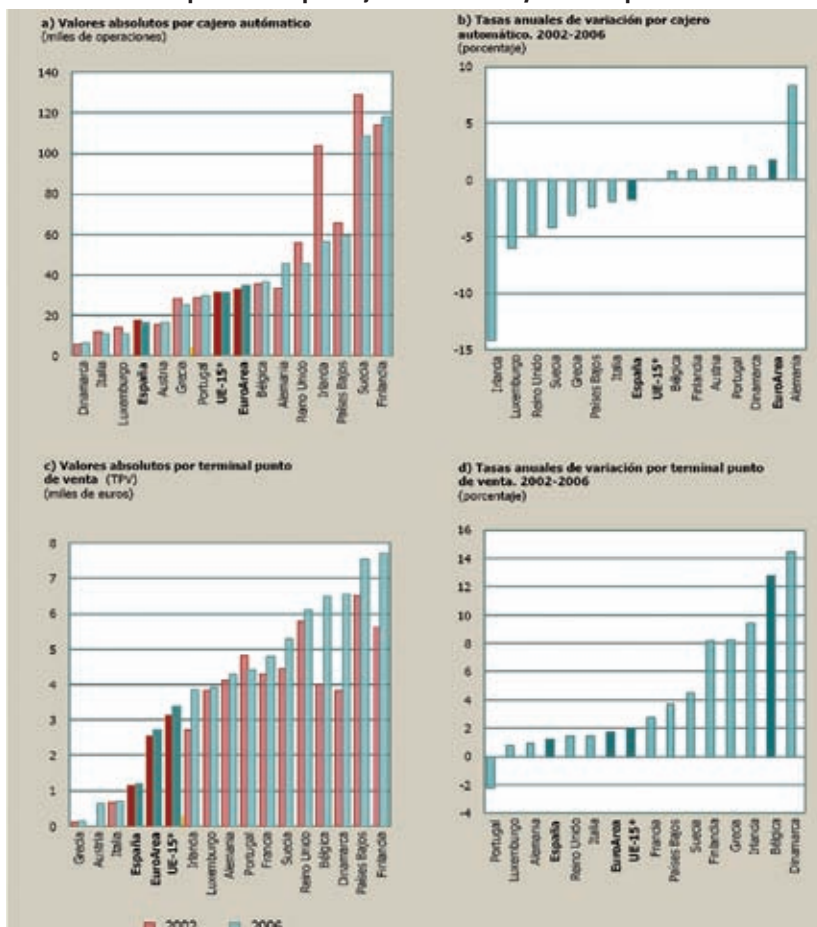
El pago con tarjeta en España

El fuerte crecimiento en el número de transacciones con tarjeta en España ha venido favorecido por el aumento en la red de cajeros y terminales puntos de venta instalados. (ver gráfico 6.3)

Las 70 millones de tarjetas con función de pago existentes en España a finales de 2006 (1,6 tarjetas por habitante en España

y 1,5 en la UE-15) podían ser utilizadas en 58.450 cajeros y 1.290.660 terminales, siendo España el país de la EU-15 con mayor densidad de red de terminales en relación a la población y el segundo en términos de cajeros automáticos. Sin embargo, esta elevada densidad de red contrasta con una reducida utilización de la capacidad instalada ya que el número de operaciones por cajero y terminal (y también por tarjeta) es muy inferior a la media europea.

Número de operaciones por cajero automático y terminal punto de venta



Fuente: Banco Central Europeo y elaboración propia.

La tasa de uso de los cajeros automáticos en España es muy inferior a la de Europa, a pesar de la extensa red de cajeros española.



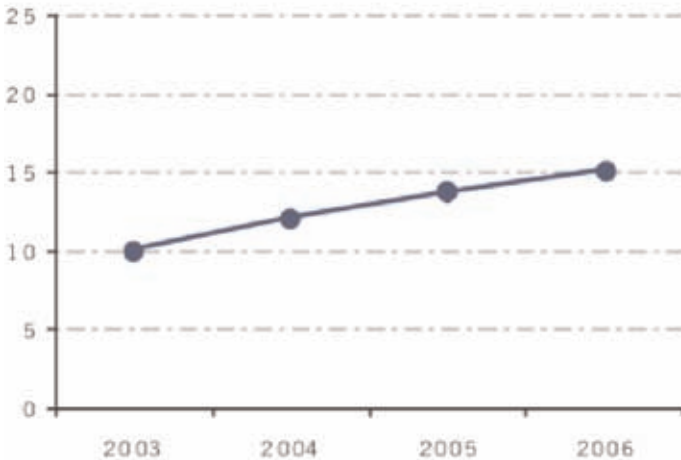
1.2.3 Evolución de la banca electrónica

La banca online comenzó a cobrar importancia en la década de los noventa, iniciándose un nuevo modelo de negocio como consecuencia de las circunstancias impuestas por la sociedad de la información en el mercado de la Unión Europea (UE). Sin embargo, el modelo online desarrollado por la banca tradicional, y adaptado con cierta ralentización al nuevo contexto socioeconómico, no ha cosechado demasiado éxito en Europa.

En España, el e-banking ha tomado un nuevo impulso con la llegada de operadores financieros extranjeros, superando en 2005 los cuatro millones de clientes que operaban en banca online. Las actividades financieras a través de Internet se han consolidado para el sector empresarial, sin embargo es todavía una asignatura pendiente entre los consumidores. La resistencia al cambio y aceptación de este nuevo modelo de negocio, se encuentra cierto tipo de barreras sociales, económicas, legislativas y sobre todo las relacionadas con la incertidumbre y la falta de confianza por parte del consumidor.

En el siguiente gráfico extraído del informe “i2010 Annual Report 2007, Information Society and Media” elaborado por la Comisión Europea, vemos la evolución que ha experimentado el uso de la banca electrónica en el periodo 2003-2006. El uso de la banca electrónica en España presenta una tendencia al alza en todo el periodo, pero experimenta un mayor aumento en el periodo 2003-2004 que en el periodo 2005-2006, por lo que se deduce que el empleo del e-banking no se está consolidando en la medida en la que debería.

Porcentaje de e-banking



Fuente: 2010 Annual Report 2007 (Spain)

La confianza figura entre las claves para el desarrollo del e-banking en España. Ganarse la confianza de los consumidores es uno de los mayores retos actuales, y para ello el sector ha de ofrecer suficientes y eficaces medidas de seguridad que garanticen las transacciones.

2. Los medios de pago en la UE hoy.

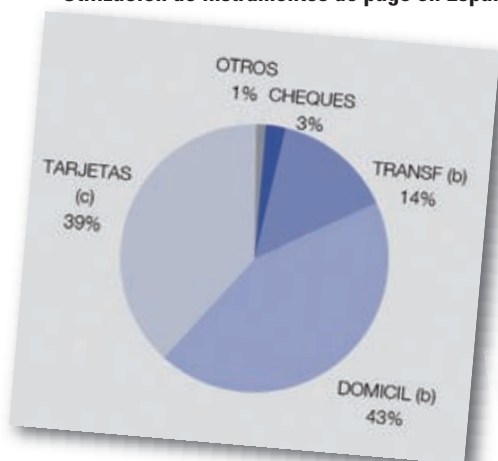
Las costumbres locales ejercen una gran influencia en el empleo de los distintos medios de pago. Como vemos en lasiguiente gráfica, los países de la Unión no siguen por lo general una pauta común en el empleo de los distintos medios de pago.

Uno de los únicos rasgos comunes que se observan es la decadencia del cheque como medio de pago. En Francia, España, Reino Unido, Grecia, Italia y Portugal, el cheque se sigue empleando, pero representa un porcentaje de uso muy bajo respecto al rest de medios de pago. Francia es el país que más emplea este medio de pago, el 25% de las operaciones con medios de pago distintos del efectivo se realizan con cheque.

Los medios de pago más empleados, en términos de número de operaciones, en la mayoría de los países de la UE15 son las tarjetas y las transferencias.

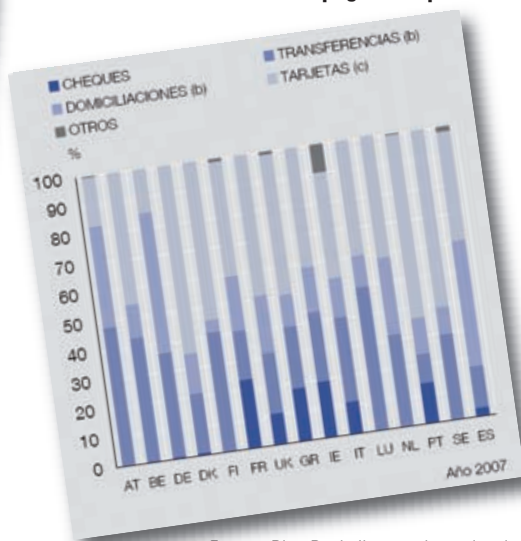
Encontramos casos que no siguen este patrón. En el caso de España y de Alemania, el mayor número de operaciones se realiza a través de domiciliaciones, como ya habíamos visto anteriormente para el caso de España cuando hablábamos de la evolución experimentada en los últimos años.

Utilización de instrumentos de pago en España



El mayor número de operaciones en España se realiza mediante domiciliación bancaria (43%).

Utilización de instrumentos de pago en España



Fuente: Blue Book, Iberpay, las redes de tarjetas españolas y una muestra representativa de entidades.

Aunque no se sigue una pauta común, por regla general los medios de pago más utilizados en la UE-15 son las tarjetas y las transferencias bancarias.

Fuente: Blue Book, Iberpay, las redes de tarjetas españolas y una muestra representativa de entidades.

Atendiendo al porcentaje sobre el importe de las operaciones realizadas con medios de pago, en todos los países de la Unión Europea estudiados, salvo Irlanda, el mayor porcentaje se corresponde con las transferencias bancarias y tarjetas.

Irlanda sigue un patrón diferente. En este país, el mayor importe de las operaciones corresponde al empleo de cheques (aproximadamente un 80%). Mientras en España el mayor número de operaciones se realizan mediante domiciliación

bancaria (43%).

En cuanto a los nuevos medios de pago que están apareciendo (pago por móvil, pago a través de correo electrónico, tarjetas monedero...) se constata que su uso no está consolidado entre los consumidores. Los porcentajes de utilización de estos medios de pago se engloban en el grupo "otros" y representan un porcentaje irrelevante en cuanto al resto de medios de pago.

Los nuevos medios de pago, como el pago por móvil, a través de correo electrónico, tarjetas monedero, etc. apenas son empleados por los consumidores

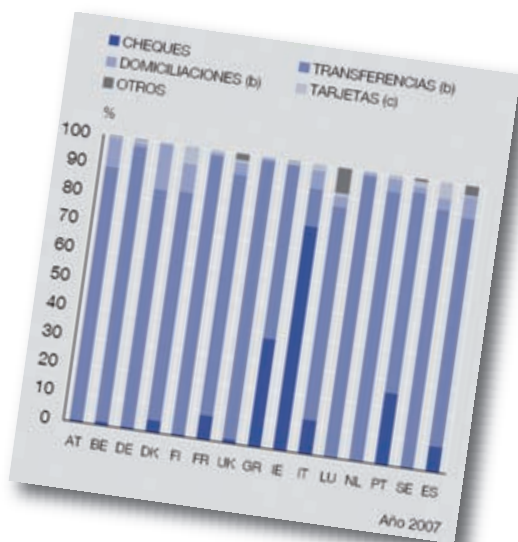
a. Los datos referidos a España incluyen las operaciones realizadas a través del SNCE e intracompensación, así como las operaciones de clientes procesadas a través de otros sistemas de pagos, ya sean nacionales o internacionales.

b. No incluyen información de anotaciones en cuenta.

c. Operaciones de compra realizadas en dispositivos nacionales o extranjeros con tarjetas emitidas por entidades adheridas a redes nacionales. Incluyen información de tarjetas monedero.

d. Salvo los datos de tarjetas, la información es provisional estimada a partir de las cifras de 2007.

Utilización de instrumentos de pago en España



Blue Book, Iberpay, las redes de tarjetas españolas y una muestra representativa de entidades.

Las transferencias mueven el mayor importe de las transacciones en medios de pago distintos del efectivo en la EU-15

Operaciones con tarjeta en la UE

En la siguiente tabla vemos el número de transacciones con tarjetas de crédito y débito por habitante y año, y por terminal punto de venta y año. Alemania con 2,3 transacciones por habitante y año y 290 transacciones por terminal en el punto de venta (TPV) y año, es el país analizado que arroja los ratios menores de los países estudiados. Sin embargo es el país cuyo importe medio por transacción es el más elevado, con 98,88 euros, cifra superior a la media ponderada de los países analizados (85,19 euros). El caso extremo se presenta en Portugal, con 35,1 transacciones por habitante y año, y 1.902 transacciones por TPV y año, mientras que por el contrario, su valor

medio por transacción es el menor de los países estudiados con 48,16 euros. Por último, conviene destacar que Reino Unido es el país analizado con mayor uso de tarjetas (37,8 transacciones por habitante y año y 2.115 transacciones por TPV y año). El importe medio por transacción es de 94,67 euros.

Como vemos, España es el segundo país con mayor uso de tarjetas electrónicas, realizando cada habitante, por término medio, 21 transacciones al año con tarjeta de crédito y 18,9 con tarjeta de débito. Sin embargo el número de operaciones en TPV por persona presenta uno de los ratios más bajos de los países europeos analizados.

UTILIZACIÓN DE TARJETAS (2007)

| | Crédito | | Débito | |
|------------------|--|------------------------------------|--|------------------------------------|
| | Número transacciones por habitante y año | Número transacciones por TPV y año | Número transacciones por habitante y año | Número transacciones por TPV y año |
| Bélgica..... | 8,0 | 866 | 73,5 | 7.974 |
| Dinamarca | 14,4 | 615 | 132,9 | 5.675 |
| Francia | - | - | 92,4 | 4.729 |
| Alemania..... | 2,3 | 290 | 28,4 | 3.606 |
| Italia | 9,3 | 515 | 14,9 | 827 |
| Holanda | 3,1 | 226 | 93,4 | 6.758 |
| Portugal | 35,1 | 1.902 | 55,5 | 3.014 |
| España | 21,0 | 746 | 18,9 | 670 |
| Reino Unido..... | 37,8 | 2.115 | 84,6 | 4.730 |

Fuente: Estudio PSE Consulting.

España ocupa el segundo puesto en el ranking de uso de tarjeta electrónica en la UE

4. Los medios de pago en España hoy.

El sector de los medios de pago en España se ha diversificado bastante en los últimos años. Hoy día existe la posibilidad de pagar con tarjeta electrónica, domiciliación bancaria, transferencia, pago por móvil, pago por correo electrónico.

En España, el medio de pago más empleado, medido según el número de operaciones, son las domiciliaciones. Del total de

operaciones registradas para el año 2008 el 51% correspondían a domiciliaciones. El segundo medio de pago más empleado son las tarjetas con un 29%. Sin embargo, si atendemos al importe de las operaciones realizadas, las transferencias ocupan la primera posición con un 72%. Por lo tanto podemos concluir que los medios de uso más generalizado en España son tres:

- Las transferencias para realizar transacciones u operaciones de importe elevado.
- Las domiciliaciones para pagos de pequeño importe, los cuales se realizan de forma periódica.
- Los pagos cotidianos de importe no muy elevado realizados con tarjeta electrónica.

El 51% de las operaciones con medios de pago distintos del efectivo en España se realizan a través de domiciliación bancaria.

LOS PEQUEÑOS PAGOS EN ESPAÑA. Distribución por instrumento y sistema de proceso. Año 2008 (a) (b)

miles de operaciones y millones de €

| | Número de operaciones | | Importe de las operaciones | |
|--|-----------------------|-----|----------------------------|-----|
| CHEQUES (c) | 138.320 | 2% | 932.404 | 7% |
| SNCE | 97.798 | 71% | 543.353 | 58% |
| de los que liquidados en T2-BE (d) | 1.135 | | 249.691 | |
| Intracompensación | 40.523 | 29% | 389.051 | 42% |
| TRANSFERENCIAS | 1.189.745 | 17% | 9.472.354 | 72% |
| SNCE | 362.179 | 30% | 914.503 | 10% |
| de los que liquidados en T2-BE (d) | 1.276 | | 313.216 | |
| Intracompensación | 827.566 | 70% | 8.557.851 | 90% |
| de las que son anotaciones en cuenta (e) | 412.476 | | 1.619.465 | |
| DOMICILIACIONES | 3.470.276 | 51% | 2.351.189 | 18% |
| SNCE | 1.021.927 | 29% | 366.226 | 16% |
| Intracompensación | 2.448.348 | 71% | 1.984.963 | 84% |
| de las que son anotaciones en cuenta (e) | 1.107.296 | | 1.367.478 | |
| EFFECTOS | 61.115 | 1% | 350.591 | 3% |
| SNCE | 28.175 | 46% | 169.724 | 48% |
| Intracompensación | 32.939 | 54% | 180.866 | 52% |
| TARJETAS (f) | 1.985.168 | 29% | 94.414 | 1% |
| OTROS (g) | 592 | 0% | 6.809 | 0% |
| SNCE | 524 | 88% | 4.047 | 59% |
| Intracompensación | 68 | 12% | 2.762 | 41% |
| TOTAL | 6.845.215 | | 13.207.760 | |

Fuente: Departamento de Sistemas de pago del Banco de España

a. Incluye las operaciones procesadas a través del Sistema Nacional de Compensación Electrónica (SNCE) y mediante compensación interna. Por intracompensación se entiende la liquidación de las operaciones en los propios libros de la entidad o del grupo, o a través de acuerdos de corresponsalia.

b. Los datos de intracompensación son estimaciones obtenidas a partir de la información facilitada por una muestra representativa de entidades. Son datos provisionales calculados bajo la hipótesis de que en 2008 el peso de la intracompensación sobre el total de operaciones de pequeños pagos ha sido igual al de 2007.

c. Incluye cheques de carburante y de viaje.

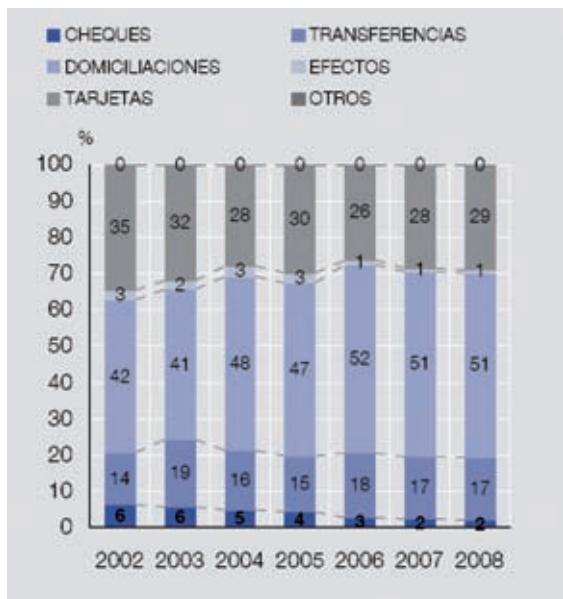
d. Las transferencias y cheques de importe superior a 100.000 (300.000 en el caso de las transferencias SEPA) que se intercambian en el SNCE, se liquidan en TARGET2-Banco de España de forma individualizada.

e. Pagos de la entidad al cliente o del cliente a la entidad que se liquidan con una simple anotación en cuenta (ej.intereses, comisiones, dividendos de la entidad...).

f. Operaciones realizadas en dispositivos situados en España con tarjetas emitidas por entidades adheridas a redes españolas.

g. Se trata de operaciones que no pueden encuadrarse en ninguno de los epígrafes anteriores, así como las procesadas en el Subsistema de Operaciones Diversas del SNCE (documentos no truncados, comisiones y gastos de créditos y/o remesas documentarios, compraventa de moneda extranjera...).

Utilización de los instrumentos de pago (número de operaciones)



Es evidente la progresiva implantación de la domiciliación y la decadencia del cheque.

Fuente: Departamento de Sistemas de pago del Banco de España

Utilización de los instrumentos de pago (importe de las operaciones)



Se constata la progresiva hegemonía de la transferencia como medio de pago para las transacciones de importe elevado.

a. El aumento de operaciones de intracompen-sación que se observa en 2003 y 2004 se debido a un cambio en la metodología que ha tenido por objeto armonizar a nivel europeo el tipo de operaciones incluidas en las estadísticas. Este cambio de metodología ha conllevado la inclusión de operaciones que antes no se computaban.

Fuente: Departamento de Sistemas de pago del Banco de España

Volumen de tarjetas en circulación

Actualmente en España hay más de 80 millones de tarjetas electrónicas en circulación. Según los últimos datos oficiales en cuanto al padrón de 2008, la media española de tarjetas por persona se situaba en 1,655 tarjetas por persona.

En la siguiente tabla puede verse la evolución que ha experimentado el número de tarjetas en circulación a partir del año

2000. El número de tarjetas ha seguido una evolución al alza, hasta el año 2007. En el periodo 2007-2008 el ritmo de crecimiento disminuyó, pasando del 6,98% al 1,92%. Si prestamos atención al tipo de tarjeta, la tarjeta de crédito va ganando posiciones con respecto a la de débito. La variación interanual de las tarjetas de débito viene siendo negativa desde el año 2000 en todos los periodos, mientras que la de crédito presenta todos los años una variación interanual positiva. En la siguiente tabla podemos apreciar esta tendencia.

Tarjetas en circulación

| | Tarjetas | | | | | | millones |
|--------------|-------------|------------------------|------------|------------------------|----------|------------------------|----------|
| | Crédito (a) | % variación interanual | Débito (a) | % variación interanual | Agregado | % variación interanual | |
| 2000 | 16,06 | | 29,74 | | 45,80 | | |
| 2001 | 17,75 | 10,52% | 32,84 | 10,39% | 50,58 | 10,44% | |
| 2002 | 20,95 | 18,04% | 32,67 | -0,49% | 53,62 | 6,01% | |
| 2003 | 23,86 | 13,88% | 33,10 | 1,29% | 56,95 | 6,21% | |
| 2004 | 28,96 | 21,40% | 32,76 | -1,00% | 61,73 | 8,38% | |
| 2005 | 33,25 | 14,79% | 31,83 | -2,84% | 65,08 | 5,43% | |
| 2006 | 38,49 | 15,76% | 31,58 | -0,80% | 70,07 | 7,66% | |
| 2007 | 43,49 | 13,00% | 31,47 | -0,36% | 74,96 | 6,98% | |
| 2008 | 44,82 | 3,05% | 31,57 | 0,34% | 76,40 | 1,92% | |
| 2009 | | | | | | | |
| 1º Trimestre | 44,46 | 1,54% | 31,36 | -0,31% | 75,82 | 0,77% | |

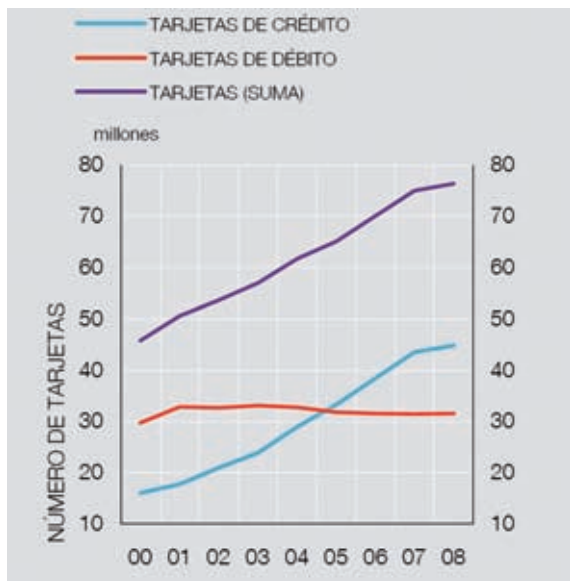
Fuente: Departamento de Sistemas de pago del Banco de España

El uso de la tarjeta está en aumento desde el año 2000, pero a partir de 2004 su crecimiento se ralentiza, puesto que la variación interanual disminuye.

Hasta finales del año 2004 el número de tarjetas de débito emitidas era superior al de tarjetas de crédito. En 2005 se produce un punto de inflexión, pasando a predominar la emisión del número de tarjetas de crédito; situación que se mantiene en la actualidad.

Al contrario de lo que ocurre en otros países de la eurozona, en España las tarjetas de crédito se usan preferentemente en operaciones de pago por la adquisición de bienes y servicios, mientras que las de débito se concentran, principalmente, en la extracción de efectivo en cajeros.

Tarjetas en circulación emitidas en España



Fuente: La mayoría de los datos están basados en las últimas informaciones proporcionadas por las redes de tarjetas.

a. Se hace una aproximación por marcas al crédito y débito.



Fraude y desarrollo de nuevas tecnologías: Una amenaza para los consumidores

Phishing, spoofing, pharming, vishing, scam, trojanos... Los consumidores se enfrentan a miles de amenazas con tan sólo sentarse ante su ordenador y comprar cualquier tipo de bien o servicio, o incluso simplemente por consultar su saldo bancario a través de la web.

**CONSIGA TODAS
ESTAS INTERESANTES Y
AMENAS
PUBLICACIONES**

Llámenos: ADICAE

C. / Gavín, 12 local. 50001 ZARAGOZA
Tfno.: 976 390060 ■ Fax: 976 390199

email aicar.adicae@adicae.net

Operaciones de compras en terminales de punto de venta y retirada de efectivo en cajero.

España es el país europeo que tiene más cantidad de cajeros automáticos por habitante, con una red que se aproxima a las 61.000 unidades.

El número de operaciones de retirada de efectivo en cajero ha seguido una tendencia alcista desde el año 2002 hasta el año 2007, sin embargo en el periodo 2007-2008 la tasa de variación interanual disminuyó, pasando del 5,52% al 2,30%; el crecimiento del número de operaciones siguió disminuyendo llegando en el primer trimestre de 2009 a presentar una variación interanual negativa.

En cuanto al número de compras en terminales de punto de venta, éstas experimentaron un crecimiento positivo en todo el periodo considerado; sin embargo, al igual que en el caso de las operaciones en cajero, en el periodo 2007-2008 la variación interanual disminuyó llegando en el primer trimestre de 2009 a convertirse en negativa.

El hecho de que ambas operaciones hayan seguido una evolución similar puede ser causado por la disminución del consumo que viene produciéndose en los últimos semestres, así como a las consecuencias del excesivo endeudamiento y sobreendeudamiento de las familias. La menor movilidad del dinero, debido a esta propensión al ahorro, explicaría la disminución del número de compras en terminal punto de venta y del número de extracciones en cajero.

Operaciones de retirada de efectivo en cajeros

Operaciones en miles e importes en millones de euros

| | Totales | | | |
|--------------|-------------|------------------------|------------|------------------------|
| | Operaciones | % variación interanual | Importes | % variación interanual |
| 2002 | 899.075 | | 82.024,59 | |
| 2003 | 923.126 | 2,68% | 91.023,74 | 10,97% |
| 2004 | 942.503 | 2,10% | 96.013,22 | 5,48% |
| 2005 | 957.561 | 1,60% | 101.619,36 | 5,84% |
| 2006 | 986.399 | 3,01% | 107.976,41 | 6,26% |
| 2007 | 1.011.467 | 2,54% | 113.936,79 | 5,52% |
| 2008 | 1.018.939 | 0,74% | 116.555,44 | 2,30% |
| 2009 | | | | |
| 1º Trimestre | 232.966 | -3,10% | 25.919,34 | -3,33% |

Operaciones de compras en terminales de punto de venta

Operaciones en miles e importes en millones de euros

| | Totales | | | |
|--------------|-------------|----------------------------|-----------|------------------------|
| | Operaciones | % variación interanual (b) | Importes | % variación interanual |
| 2002 | 991.564 | | 46.828,92 | |
| 2003 | 1.070.162 | 7,93% | 53.403,00 | 14,04% |
| 2004 | 1.235.093 | 15,41% | 62.515,42 | 17,06% |
| 2005 | 1.372.055 | 11,09% | 71.468,43 | 14,32% |
| 2006 | 1.571.046 | 14,50% | 79.115,03 | 10,70% |
| 2007 | 1.830.000 | 16,48% | 89.395,89 | 12,99% |
| 2008 | 1.985.168 | 8,48% | 94.413,92 | 5,61% |
| 2009 | | | | |
| 1º Trimestre | 472.258 | -0,09% | 20.823,08 | -5,93% |

a. Operaciones realizadas en dispositivos situados en España con tarjetas emitidas por entidades adheridas a redes españolas.

b. Todos los porcentajes de variación que se recogen en estas tablas se refieren a las variaciones registradas respecto al mismo período del año anterior.

c. Operaciones realizadas en dispositivos situados en España con tarjetas emitidas por cualquier entidad.

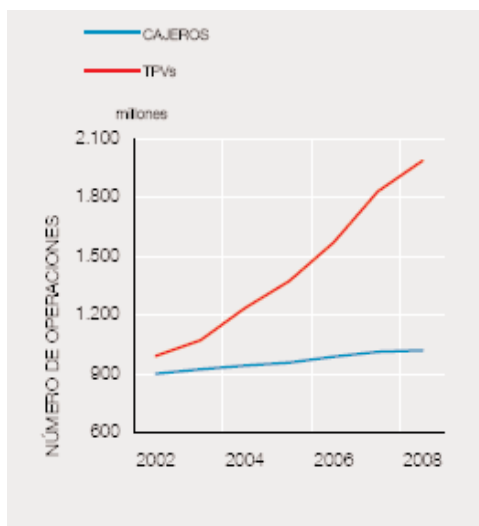
Fuente: La mayoría de los datos están basados en las últimas informaciones proporcionadas por las redes de tarjetas.

Las tarjetas van ganando terreno al dinero en efectivo

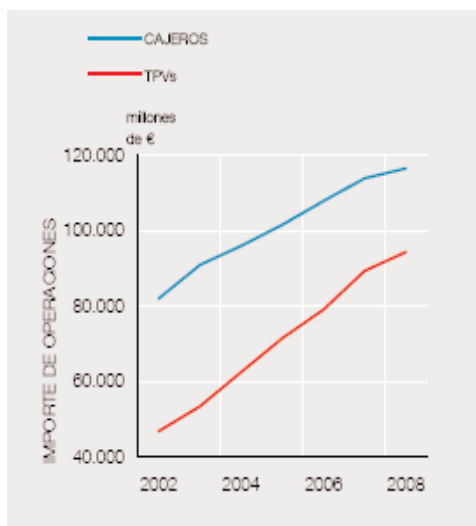
Las operaciones de compra en comercios con terminales de punto de venta (tarjeta) crecieron en 2008 un 8,48% respecto al año anterior (en 2007 un 16,48%), mientras que las extracciones de efectivo en cajeros se incrementaron apenas un 0,74%. Se trata de una tendencia consolidada, como puede observarse en los gráficos.

De mantenerse esta tendencia, según los expertos, en 2015 las tarjetas moverán más dinero con sus pagos que los cajeros. De hecho, como se puede observar el número de operaciones con uno y otro medio, que era muy similar en 2002, refleja ahora mismo una clara ventaja para las tarjetas: llegando a los 1.985 millones de operaciones frente a 1.018 millones de extracciones de los cajeros. Pero, ¿veremos el fin de los billetes como medio de pago corriente? Este horizonte parece bastante más alejado, sobre todo cuando en España se encuentra aproximadamente 25% del total de los billetes de 500 euros que circulan en toda Europa y cuando los intereses creados alrededor del efectivo son poderosos y muy variados.

Extracciones de efectivo y operaciones de compra (operaciones)



Extracciones de efectivo y operaciones de compra (importes)



La incertidumbre en relación a la evolución futura de los nuevos medios de pago

En España hay cuatro proyectos iniciados referentes a la tarjeta monedero (tarjetas sin contacto físico pensadas para acabar con las monedas), 3 de Mastercard con su tarjeta "Paypass" y uno de Visa con su tarjeta "Paywave". Mastercard está a punto de implantar esta tecnología entre grupos distribuidores de España (centros comerciales e hipermercados), después de que las pruebas piloto realizadas durante los últimos meses en Segovia, Las Palmas y Madrid resultaran exitosas.

La operativa de estas tarjetas es muy sencilla: al acercarse la tarjeta a un terminal específico, se transfieren los datos del usuario mediante un sistema de ondas. De este modo el consumidor no tendrá que firmar ni teclear ningún número secreto (PIN) al realizar una compra. Teóricamente ofrecen más seguridad, pues en ningún momento el usuario deja la tarjeta en manos del vendedor; no obstante no evitan el riesgo de un uso fraudulento en caso de extravío o hurto, por lo que sigue siendo imprescindible el establecimiento de garantías para los consumidores frente al uso fraudulento de sus tarjetas.



5. El futuro de los medios de pago en la Unión Europea y en España.

Basándonos en diferentes datos e informes intentaremos echar la vista al futuro para ver cual será la evolución de los medios de pago distintos del efectivo. En este sentido algunas apreciaciones que deben resaltarse son:

■ El esquema de los pagos europeos seguirá evolucionando. Se espera un aumento generalizado de las operaciones a través de medios de pago distintos del efectivo.

■ Asumiendo que la SEPA (Área Única de Pagos en Euros) ejerce una influencia notable sobre la convergencia en pagos distintos al efectivo, el número de transacciones por habitante debería crecer a una tasa de un 9% hasta 2013. Concretamente, para aquellos países donde el número de transacciones por habitante fue inferior a 150 en el año 2006 se estima que la cifra se duplicará para 2013. Mirando a un futuro más cercano, el 31 de diciembre de 2010 el parque de tarjetas electrónicas debe estar migrado a EMV, el estándar de interoperabilidad de tarjetas con chip y TPV, para la autenticación de pagos a través de tarjetas de crédito y débito. Desde ADICAE, puesto que el sistema EMV es más seguro que el actual, se reivindica, que bancos y cajas aceleren dicha migración.

■ El uso de tarjetas debería también aumentar radicalmente, debido a que el número de comerciantes que acepta tarjetas crece, así como el número de productos que se comercializan.

■ En los dos mayores países emisores de cheques, Francia y Reino Unido, el conjunto de los medios de pago continuará evolucionando para pasar de los cheques hacia las transferencias, tarjetas y domiciliaciones.

En cuanto a la evolución de los nuevos medios de pago (pago a través de correo electrónico, pago a través de teléfono móvil, tarjetas monedero, etc), todo apunta a que su evolución será positiva, aunque la encontramos aparejada a la seguridad que los distintos órganos competentes en el sector de los medios de pago le otorguen a estos, por lo que hay más incertidumbre al respecto.

La crisis tendrá efectos negativos

En este entorno de crisis, el consumo de los hogares se ha visto mermado. Este hecho repercute en el número de operaciones que el usuario de medios de pago realiza y realizará; puesto que si la tendencia actual es el ahorro, la movilidad del dinero disminuirá y por lo tanto se realizarán menos transacciones con medios de pago distintos del efectivo. Por lo tanto la actual crisis económica tendrá un efecto retroactivo en la evolución del sector.

CONCLUSIONES

Tras analizar los resultados obtenidos, las conclusiones a las que llegamos son las siguientes:

■ **El uso de los medios de pago distintos al efectivo está aumentando en todos los países, pero con tasas diferentes en cada uno de los Estados de la Unión Europea. Aunque las costumbres locales determinan las preferencias de los usuarios a la hora de utilizar sus medios de pago las tarjetas son el principal medio de pago, independientemente del país, con un uso constantemente creciente a una tasa del 11% por año entre 2001 y 2006. En cambio, el medio de pago que mayor volumen de dinero mueven son las transferencias.**

■ **El fuerte crecimiento en el número de transacciones con tarjeta en España (aún lejos de otros países de la UE) ha venido favorecido por el aumento en la red de cajeros y terminales de punto de venta, pero aun así no logra desbancar a la domiciliación bancaria como el medio más utilizado por los españoles. El uso de otros medios de pago, en concreto el cheque está disminuyendo en toda Europa, descendiendo un 10% su uso en cuatro años, de 2002 a 2006.**

■ **En el futuro, se prevé un crecimiento del 9% hasta 2013 de transacciones por habitante. Igualmente también se prevé un aumento del número de tarjetas, puesto que son cada vez más los comerciantes que las aceptan. La SEPA (Área Única de Pagos en Euros) va a propiciar un aumento de pagos y transacciones, puesto que conllevará ventajas y facilidades para los consumidores en el uso de los distintos medios de pago en la Unión Europea.**

■ **En cuanto a los nuevos medios de pago (pago por móvil, tarjetas monedero, etc) su uso no está consolidado entre los consumidores, éstos representan un porcentaje irrelevante en cuanto al resto de medios de pago.**

II – EL FRAUDE EN LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS

1. EL FRAUDE EN MEDIOS DE PAGO EN LA UNIÓN EUROPEA

En la Unión Europea el fraude transnacional es más frecuente que el que se produce dentro de cada país, especialmente en el caso de las operaciones de pago a distancia y, sobre todo, a través de Internet. Según los datos de la Comisión Europea (COM(2004)), el montante del fraude relacionado con las tarjetas de crédito se elevó en el año 2000 a 600 millones de euros —lo que equivale al 0,07 % de la facturación de este sector en dicho período— con un mayor incremento en los pagos a distancia (por vía telefónica y postal e Internet).

Los estudios más recientes han puesto de relieve que en el año 2006, al menos 500.000 consumidores de la Unión Europea estuvieron implicados en fraudes con medios de pago distintos del efectivo, con diez millones de transacciones fraudulentas que ocasionaron un perjuicio cercano a los mil millones de euros, prácticamente el doble que la cantidad registrada en 2005. En concreto, los países más afectados por el fraude son el Reino Unido, Francia, Italia, España y Alemania.

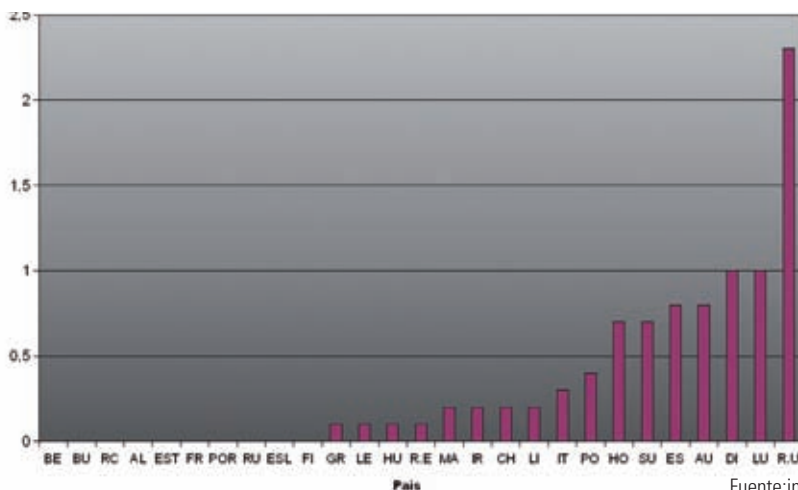
En relación al fraude efectuado en tarjetas, podemos observar en el gráfico que Reino Unido despunta claramente respecto al resto de países de la Unión.

De los individuos residentes en Reino Unido con acceso a Internet que han tenido algún problema de seguridad el 2,3% han tenido algún problema de seguridad con sus tarjetas. Luxemburgo, Dinamarca y España también tienen un porcentaje bastante elevado.

La multiplicación de los fraudes puede repercutir negativamente en la confianza que tienen depositada los consumidores en los sistemas de pago y se considera que constituye uno de los principales obstáculos para el crecimiento del comercio electrónico. Otras consecuencias de la propagación del fraude son el perjuicio que éste ocasiona a la reputación de los operadores y la percepción falseada que se crea a los consumidores acerca del nivel de seguridad en el uso de los instrumentos de pago.

La difusión y el carácter transnacional del fraude hacen necesaria la creación de una estrategia coherente de prevención a nivel europeo, toda vez que, a pesar de su eficacia, las medidas que ya han adoptado los Estados miembros no son suficientes para contrarrestar la amenaza que representa el fraude en los medios de pago.

Fraude con tarjetas en Internet



Fuente: informe Ontsi 2008

España está entre los países que soporta un mayor número de fraudes en tarjetas. Reino Unido es el país más afectado.

2. EL FRAUDE EN MEDIOS DE PAGO EN ESPAÑA

Según las autoridades españolas, el 46% de los fraudes que se han producido en España en el último año se corresponden con estafas, la mayoría de ellas relacionadas con medios de pago. La problemática abarca desde estafas en cajeros hasta robos electrónicos, pasando por incidencias ocurridas con todos y cada uno de los medios de pago que están al alcance del consumidor.

2.1 El fraude en cajeros automáticos

España es el país europeo que tiene más cantidad de cajeros automáticos por habitante, con una red próxima a las 61.000 unidades. En estos terminales suelen producirse dos tipos de robo distintos: el físico y el electrónico.

Según consta en los anuarios del Ministerio del Interior, cada año tienen lugar 450 robos con violencia o intimidación en los cajeros automáticos.

Una encuesta realizada por la multinacional NCR, especialista en seguridad electrónica para bancos y entidades financieras, desveló que en España uno de cada tres usuarios de cajeros automáticos considera insuficientes las medidas de seguridad. Este temor se explica porque, además de los asaltos físicos, también existen los electrónicos, que son mucho más frecuentes y sutiles, hasta el punto de que alguien puede ser robado sin que se de cuenta de ello en el momento.

Actualmente, el fraude es cometido por bandas internacionales que operan a nivel transnacional. Clonan tarjetas y actúan en un tercer país. En España se observó en los últimos cinco años un aumento del 35 por ciento en esta clase de delitos.

2.2 La implantación de las nuevas tecnologías en España, problemas de seguridad

Según el Informe Anual “La Sociedad en Red 2007”, elaborado por ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información), seis de cada diez personas han accedido a Internet en alguna ocasión. Las Comunidades que presentan mayores porcentajes de internautas son Madrid, Cataluña y Baleares. Considerando la frecuencia de acceso a la Red, el 52,3% accedieron en el último mes y el 46,6% lo hicieron de una forma más intensa, ya que se conectaron en la última semana. En cuanto a los problemas de seguridad más frecuentes relacionados con el uso del ordenador se encuentran los correos no deseados o spam (62,6% de los usuarios de Internet) y los virus informáticos (49,1% de los usuarios de ordenador). La recepción de correos no deseados es más frecuente en las Comunidades de Cataluña, Cantabria y Madrid. Por otro lado, Cataluña, Canarias y Aragón tienen los porcentajes más elevados de problemas relacionados con virus informáticos.

Problemas de seguridad sufridos por los usuarios por Comunidad Autónoma



Fuente: Individuos usuarios de ordenador e Internet

3. EL FRAUDE EN LA RED.

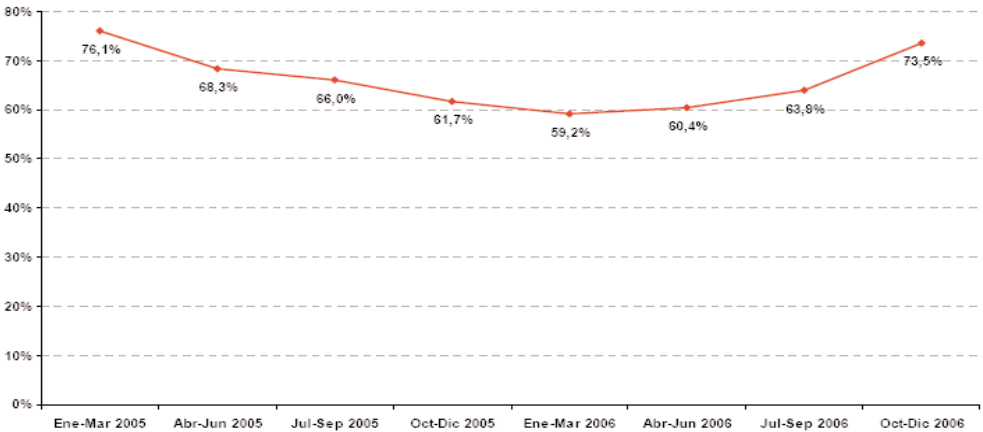
3.1 Panorama internacional del fraude en la Red.

Hoy en día los usuarios de correo electrónico son bombardeados con gran cantidad de correos no solicitados. Este hecho es algo que no llama la atención puesto que es algo habitual. Muchos de estos correos tienen un fin económico/comercial o incluso en algunas ocasiones tratan de convencer al destinatario para que haga donaciones a distintas causas. En muchos casos bajo este fin comercial se esconden intentos de fraude,

sobre todo relacionados con el phishing.

Actualmente casi tres de cada cuatro mensajes (73,5%) de correo electrónico son spam. Más allá del volumen de spam, con la pérdida de recursos que puede suponer, hay que analizarlo como una potencial herramienta delictiva. Aunque sólo un 4% de los mensajes spam aparece catalogado directamente como fraudulento, es preciso señalar que la apariencia financiera o comercial puede ser una simple máscara debajo de la cual se oculte una segunda fase de la estafa basada en la ingeniería social.

Magnitud a nivel mundial del spam durante 2005 y 2006 (%)



Fuente: MessageLabs (2007)

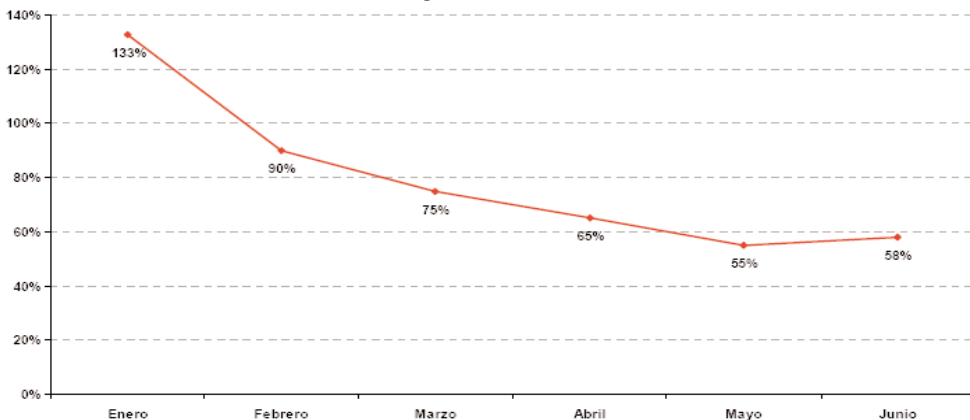
La mejora de las redes de comunicación y el creciente número de conexiones a Internet ha favorecido la proliferación de correos no deseados (spam)

Relación entre el correo electrónico no deseado (spam) y el phishing.

Respecto a la relación entre el spam y el phishing, parece claro que este tipo de mensajes de distribución masiva puede ser una eficiente forma de captación utilizada por los delincuentes.

El porcentaje de mensajes de spam que contienen intentos de phishing es bastante bajo, pero es preciso tener en cuenta que éstos sólo abarcan una tipología muy específica de fraude. Como se muestra en el gráfico siguiente existe una tendencia hacia la reducción del porcentaje de phishing localizado en correos electrónicos no solicitados.

Evolución mundial del porcentaje de correo no deseado (spam) que incluye intentos de fraude online (phishing) - 1er semestre 2006

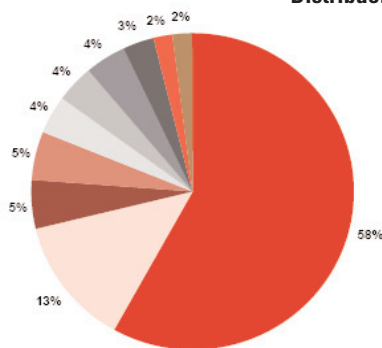


Fuente: Symantec (2007)

Procedencia de los ataques de spam y de phishing

Otra información destacable es la referida al origen de los mensajes de spam. Como podemos ver en el siguiente gráfico, Estados Unidos es el país que mayor número de correos spam considerado phishing emite, seguido a muy larga distancia de China, ambos son países con un gran número de ordenadores controlados remotamente.

Distribución de spam considerando phishing según su origen geográfico (%)



Fuente: Symantec (2007)

■ Estados Unidos ■ China ■ Canadá ■ Corea del Sur ■ Reino Unido ■ Resto de países de la UE ■ Bélgica ■ Japón ■ Francia ■ Polonia

Por lo que se refiere a la procedencia de los ataques de phishing específicos, Estados Unidos, la República de Corea y China aglutinan más del 50% de los servidores que alojan sitios web de phishing como podemos observar en la siguiente tabla.

Estados Unidos es el país que registra un mayor porcentaje de servidores de este tipo, si bien se confirma, tras un pequeño incremento en 2005, la descentralización de estos servidores hacia otros países (pasando del 32% para en el año 2004 al 24,7% en el año 2006).

En la distribución de los servidores en 2008 Estados Unidos sigue liderando la lista, mientras que China y Corea registran en conjunto más del 15% de los servidores de este tipo.

| Diciembre de 2008 | EEUU | China | Suecia | Alemania | Canada | Corea | Francia | Rusia | Reino Unido | Holanda |
|---|--------|--------|--------|----------|--------|-------|---------|-------|-------------|---------|
| Servidores que alojan sitios web de Phising | 55,75% | 12,32% | 9,30% | 4,73% | 4,03% | 3,33% | 2,94% | 2,88% | 2,63% | 2,09% |

Clasificación de los diez primeros países en función de los servidores que alojen sitios web dedicados al phishing. Años 2004-2006 (%)

| Posición | Diciembre 2004 | Diciembre 2005 | Diciembre 2006 |
|----------|------------------|------------------|------------------|
| 1º | EEUU 32,0% | EEUU 34,7% | EEUU 24,7% |
| 2º | China 12,0% | Rep. Corea 9,8% | Rep. Corea 15,7% |
| 3º | Rep. Corea 11,0% | China 9,0% | China 14,2% |
| 4º | Japón 2,8% | Alemania 3,8% | Alemania 4,1% |
| 5º | Alemania 2,7% | Reino Unido 3,4% | Canadá 3,1% |
| 6º | Francia 2,7% | Japón 3,3% | Reino Unido 2,7% |
| 7º | Brasil 2,7% | Taiwán 2,2% | Francia 2,2% |
| 8º | Rumania 2,2% | Rumania 2,0% | Japón 1,7% |
| 9º | Canadá 2,1% | Francia 2,0% | Rusia 1,7% |
| 10º | India 2,1% | Canadá 1,9% | Italia 1,7% |

Fuente: APWG

El phishing en cifras

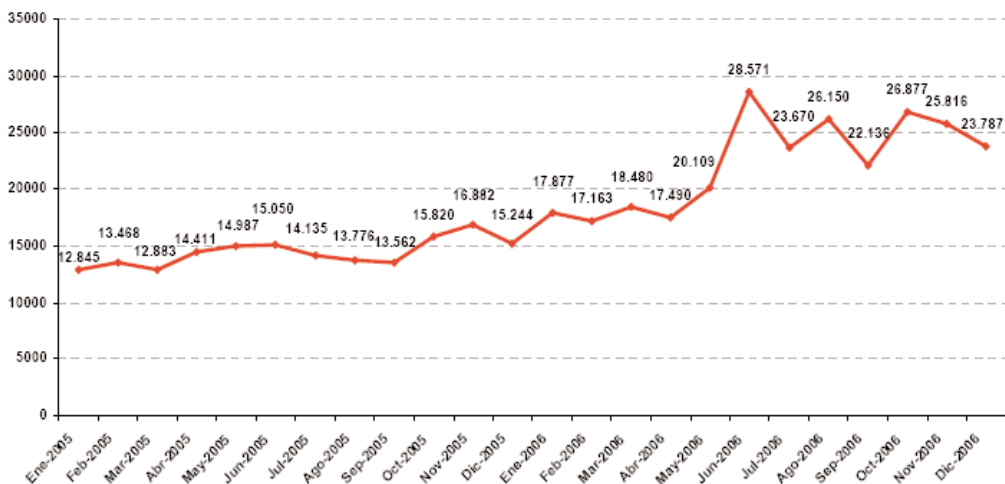
El phishing es el fraude informático que más se está dando en la actualidad. Esta técnica consiste en recurrir a las nuevas formas de ingeniería social (correos masivos, redes sociales...) para conseguir robar los datos de identificación personal de consumidores y las credenciales de cuentas financieras. Suelen basarse en correos electrónicos engañosos que conducen a sitios web falsos diseñados para estafar a los destinatarios para que divulguen datos financieros tales como números de tarjetas de crédito, nombres de usuario de cuentas, contra-

señas y números de Seguridad Social. Apropiándose de nombres comerciales de bancos, distribuidores y compañías de tarjetas de crédito, los phishers a menudo convencen a los destinatarios para que respondan.

Entre enero de 2005 y diciembre de 2006 el número de ataques se duplicó, superando a finales del año 2006 los 20.000 ataques mensuales, unas cifras que se han incrementado en los años posteriores hasta alcanzar en 2008 los 335.964 ataques, resultando una media de casi 28.000 ataques mensuales:

| AÑO 2008 | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|------------------------------------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Sitios web fraudulentos detectados | 21507 | 33928 | 33261 | 34758 | 23187 | 23187 |

Números de ataques de phishing



Fuente: APWG

El número de ataques de phishing se duplicó en apenas dos años, entre 2005 y 2006

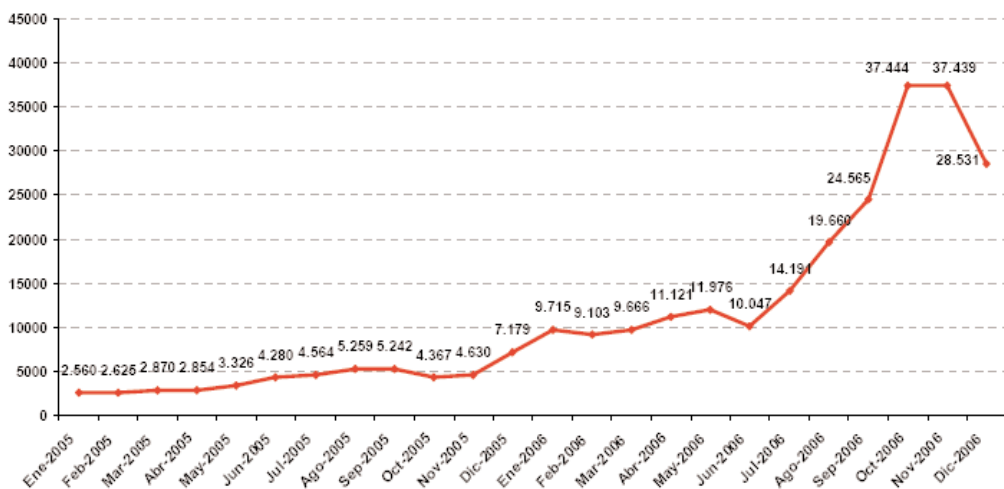
Sitios web fraudulentos

El número de sitios web fraudulentos orientados a realizar fraude tuvo un crecimiento del 100% en 2005. Sin embargo, fue en 2006 cuando el número de webs fraudulentas se multiplicó por 10, lo que se explica por la sofisticación de los ataques y por el uso de otros medios de comunicación, distintos del correo electrónico, para engañar al usuario.

Desde 2006 hasta 2008 estas cifras se han mantenido relativamente estables; en el segundo semestre de 2008 se detectaron casi 138.000 sitios web fraudulentos, es decir, una media de casi 23.000 nuevos sitios web detectados cada mes.

| AÑO 2008 | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|------------------------------------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|
| Sitios web fraudulentos detectados | 21507 | 26303 | 26303 | 26303 | 26303 | 15709 |

Números de sitios fraudulentos para la realización de phishing



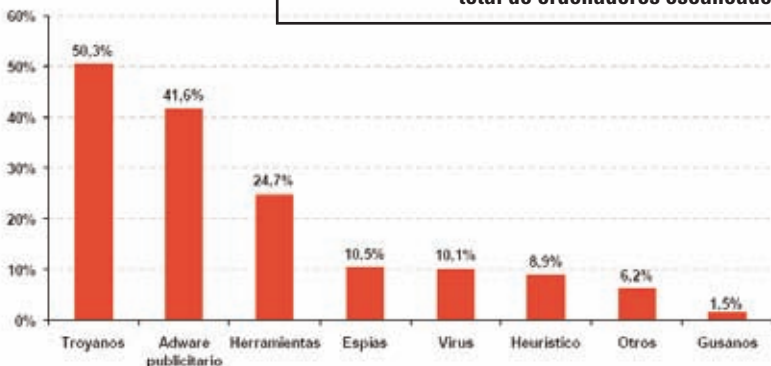
Fuente: APWG

Código malicioso

Los capturadores de pulsaciones o keyloggers son un tipo de malware incluido dentro de la categoría de los troyanos los cuales tienen una gran incidencia en los equipos de los hogares españoles, siendo además el código malicioso del que más

producción (nuevas variantes únicas) se registra. Como se observa en el siguiente gráfico, más de la mitad de los hogares españoles tienen, al menos, un troyano en sus equipos. Muchos usuarios no son conscientes de que su ordenador está infectado por un Troyano, puesto que si el usuario no dispone de un potente anti virus actualizado que lo detecte, es muy difícil de identificar.

Presencia de malware por categorías (% sobre el total de ordenadores escaneados)



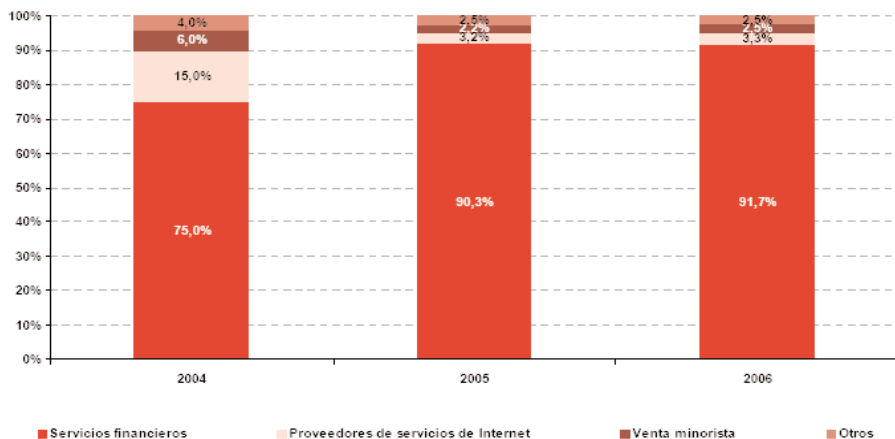
Fuente: INTECO

Más de la mitad de los ordenadores españoles están infectados por troyanos.

El ámbito financiero, principal área de actuación de los estafadores

En el ámbito financiero se producen más del 90% de las suplantaciones de los últimos dos años, siendo el sector en el que los “phishers” centran sus ataques. El consumidor debe ser especialmente precavido, y examinar detalladamente las comunicaciones por correo electrónico que su banco u otros bancos le realicen y ser consciente de que su banco nunca le pedirá claves personales por correo

Presencia de malware por categorías (% sobre el total de ordenadores escaneados)



Fuente: APWG

3.2 Panorama español del fraude en la Red.

A lo largo de los primeros 6 meses de 2008, la unidad e-crime de S2Isec detectó un total de 1.842 casos de fraude en Internet dirigidos a entidades financieras en España, lo que refleja una cantidad superior al número de casos total de 2007. El phishing continúa siendo una de las principales preocupaciones aunque desciende en relación con años anteriores -60% de los casos de fraude hasta junio de 2008, 66% en 2007, 85% en 2006-, los ataques a través de Internet evolucionan de forma vertiginosa hacia técnicas más sofisticadas.

España encabeza la lista mundial de países emisores de phishing. Así, durante el año 2008, el 15,1 por ciento de correos electrónicos de phishing emitidos tuvo su origen en servidores ubicados en España, frente al 14,8 por ciento registrado en 2007. Este dato procede del último informe sobre seguridad que elabora el equipo de investigación y desarrollo de IBM In-

ternet Security (informe 2008 X-Force Trend Report). El 90% de los ataques de phishing tenía como objetivo servidores de instituciones financieras, la mayoría de ellos situados en Norteamérica. No obstante, a pesar de que los servidores ubicados en España emiten esos correos fraudulentos, éstos son controlados de forma remota y los ataques se originan desde fuera del país.

En el primer semestre del 2008 la utilización de códigos maliciosos, programas que se descargan sigilosamente en el ordenador del usuario mientras navega por Internet, se ha incrementado aunque muy levemente respecto a 2007, representando el 37% de los casos frente al 31% detectado el pasado año. Los redirectores, técnica utilizada para dificultar el cierre de los sitios cambiando la redirección de la página de phishing de forma dinámica, han supuesto el 3% de los casos.

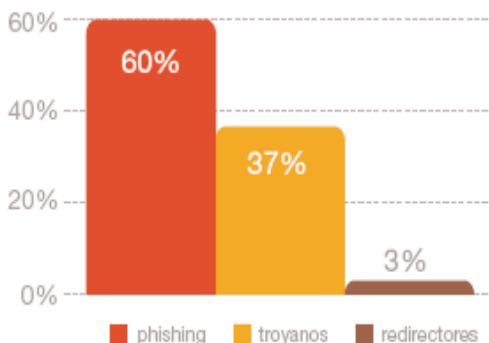
El crecimiento del phishing en España entre los años 2005 y 2006 fue superior al 300% pasando de 293 ataques en 2005 a 1.184 en 2006, crecimiento que se redujo en los años posteriores.

Especialmente relevante resultó el incremento de ataques no bancarios, que alcanzó cotas superiores al 500%. Este incremento viene motivado en gran medida por el aumento de ataques de scam (ofertas de trabajo online de carácter fraudulento)

En relación con el código malicioso destinado a servir de herramienta para el phishing, España se sitúa en niveles intermedios-altos respecto a la ubicación de servidores que alojan estas aplicaciones, con cierta tendencia descendente. Analizando individualmente los datos en relación con los sitios web que alojan dos tipos concretos de malware (keyloggers y trojanos web orientados a la realización de phishing), se confirma esta tendencia.

El phishing sigue a la cabeza en número de fraudes on-line

Casos de fraude detectados en el primer semestre de 2008

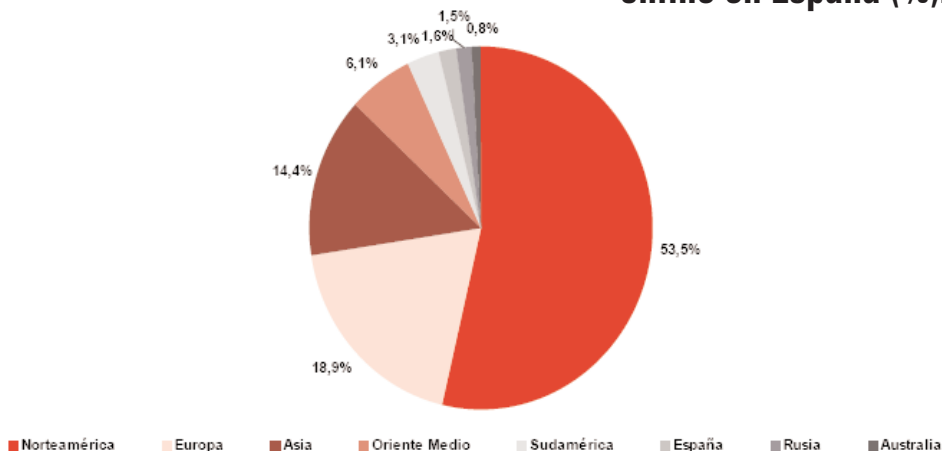


Fuente: "Informe de fraude online 2007 y primer semestre de 2008" de S21sec

Procedencia de los ataques de phishing en España

Hay que tener en cuenta que no todos los ataques con objetivo España tienen su origen dentro de sus fronteras. Servidores norteamericanos son el origen de más del 50% de ellos. La mayor parte de esos ataques procedían del extranjero, tal y como muestra el siguiente gráfico (sólo 10 de los 609 casos analizados tenían su origen en España, menos del 2%). Por tanto, aunque se puede afirmar que España no parece ser la mejor ubicación como base de operaciones para los ciberdelincuentes, sí parece que se constituye en objetivo de sus ataques.

Áreas de procedencia de los ataques de fraude online en España (%).



CONCLUSIONES

Tras analizar los resultados obtenidos, las conclusiones a las que llegamos son las siguientes:

- La característica fundamental del fraude es su carácter transnacional, ya que éste fundamentalmente se produce a través de internet.
- El fraude en tarjetas, alcanza el 0,07% de la facturación de su sector, con un mayor incremento en los pagos a distancia (teléfono, postal e internet).
- El que España tenga la mayor red de cajeros automáticos (61.000), supone un objetivo para redes internacionales criminales. De ahí que en los últimos cinco años se haya experimentado un aumento del 35% de los delitos y fraude sufridos en cajeros por sus usuarios.
- Los internautas españoles se sienten inseguros. En cuanto a los problemas en seguridad que más les preocupan son los correos no deseados o spam (entre los que se encuentra el phishing), llegando a un 62,6% y los virus informáticos (en los que podríamos incluir a los troyanos) alcanzando un 49,1%.
- Es preocupante el aumento de ataques, tanto en número como en diversidad, que los usuarios de internet europeos y españoles sufren año a año. Los principales objetivos de estos ataques es hacerse con datos personales, sobre todo los bancarios. El phishing sigue siendo una de las principales armas de los delincuentes, que sigue a la cabeza en lo que se refiere a fraudes on-line.
- Es preocupante la falta de transparencia por parte de las entidades financieras a la hora de hacer públicos datos sobre el impacto que tiene el fraude en medios de pago en su día a día. Son exclusivamente las empresas dedicadas a la seguridad las que revelan datos sobre este aspecto, pero estas sólo pueden dar una imagen parcial del problema.

III – LOS CONSUMIDORES ANTE EL FRAUDE EN LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO

3.1 Usos, costumbres y percepciones de los consumidores respecto a los medios de pago electrónico

El estudio y análisis de los diferentes estudios parciales sobre el uso de tarjetas de crédito y débito en España permite obtener una serie de datos e informaciones que contribuyen a definir el perfil actual en cuanto al uso de estos medios de pago

El mantenimiento de las tarjetas de crédito se ha encarecido en los últimos meses pero, en contraposición con lo que se podría presumir, el número de personas que realiza compras con este medio de pago en establecimientos comerciales ha crecido un 18,2% desde 2005, situándose en el 94,6%.

También se ha evidenciado un aumento en el uso de tarjetas de débito para compras en un 3% con respecto a 2007, situándose en el 84,9% y sumando un crecimiento del 7,1% en los dos últimos años

Estos datos ponen de manifiesto un progresivo cambio en las

tendencias los hábitos de compra. Poco a poco, los españoles van relegando el uso exclusivo de la tarjeta de débito para retirar dinero, y empiezan a utilizarla para pagar en los comercios.

Sin embargo, el sector que más ha crecido en los últimos años ha sido el de las tarjetas de crédito. Cada vez más consumidores y comercios la utilizan. Al respecto, el número de personas que declara tener al menos una tarjeta de crédito ha aumentado en el mercado español un 7,8% con respecto al pasado año.

En cuanto al comportamiento a finales de mes, a la hora de responder por las compras, el pago íntegro continúa siendo la modalidad de pago más utilizada por los titulares españoles, con un incremento del 6,4% con respecto a 2007.

Perfil de los españoles en materia de tarjetas de crédito y débito

El 70% de los usuarios es titular de al menos una tarjeta de crédito o débito.

El 85,1% de los titulares reside en hogares que ingresan más de 1.500 euros al mes.

El 86,1% son jóvenes de entre 18 y 34 años, aunque es significativo el aumento registrado entre la población de más de 55 años, donde la penetración ha aumentado un 7% con respecto a 2007.

El 76,1% de los titulares son hombres, frente al 69 % de las mujeres.

Los Medios de pago según percepciones de consumidores y comercios

- El 63,50% de los consumidores usan la tarjeta aunque lleven dinero.
- El 36,04% de los consumidores la usan como último recurso.

Motivos por los que los consumidores utilizan la tarjeta para realizar sus pagos

- 1º Seguridad ante posibles robos, para no llevar dinero en efectivo.
- 2º La comodidad de no preocuparse por el efectivo
- 3º Crédito inmediato, sin tramites previos.
- 4º Gran cantidad de cajeros para sacar dinero.
- 5º Obtener puntos, descuentos, dev. de cuotas..
- 6º Extracto mensual con todos los detalles.
- 7º Cuota anual aceptable.
- 8º Cambio en la forma de pago.
- 9º Interés aceptable
- 10º Tarjetas aceptadas en comercios de España y del mundo.
- 11º Aplazamiento del pago.
- 12º Fraccionamiento del Pago.

El gasto mensual con tarjeta de los consumidores

- El 18,61% de los consumidores gasta mas de 600.
- El 23,50% de los consumidores gasta hasta 100.
- El 30,50% de los consumidores gasta de 100 a 300.
- El 27,40% de los consumidores gasta de 300 a 600.



Los motivos que hacen que los consumidores realicen sus pagos en efectivo son los siguientes:

| | |
|---|--------|
| 1º Temor a errores en los cobros o que le cobren dos veces. | 89,51% |
| 2º Temor a copia o dúplica de tarjeta. | 56,52% |
| 3º Costumbre de llevar dinero y pagar en efectivo. | 56,25% |
| 4º Pagar en efectivo para saber lo que van gastando. | 55,57% |
| 5º Temor a gastar demasiado. | 47,40% |
| 6º Pensamiento que pagando en efectivo es mas rápido. | 41,74% |
| 7º Temor a comprar por impulso cosas innecesarias. | 37,32% |
| 8º Incomodidad de controlar cada mes el extracto. | 35,22% |
| 9º Preocupación de perjudicar al comerciante. | 31,11% |
| 10º Pensar que pagando con tarjeta es mas caro que en efectivo. | 24,68% |

Tarjetas EMV.

Europa continúa situándose en el centro de la emisión y aceptación de las tarjetas chip EMV, con un número importante de comercios y cajeros donde ya se pueden utilizar. Gran parte del crecimiento experimentado en los últimos doce meses, se ha producido en otras regiones como Asia Pacífico, América Latina, Oriente Medio y África.

A nivel mundial, aproximadamente una de cada cinco tarjetas de MasterCard (MasterCard, Maestro, Cirrus), llevan ahora un chip EMV, con casi un 25% de los establecimientos que aceptan este tipo de tarjetas. La migración a Chip en distintas zonas del mundo durante 2007.

Es evidente que el uso de tarjetas esta teniendo un incremento importante, cada vez mas gente tiene tarjetas y cada vez mas gente usa las tarjetas con frecuencia, se esta convirtiendo en un objeto necesario para el día a día por que es una forma de tener siempre dinero encima.

Muchos consumidores siguen siendo reacios a utilizarlas por la poca información que dan las entidades.

Los consumidores no realizan pagos con tarjetas con chip EMV por los siguientes motivos:

| | |
|--|--------|
| 1º Mas lento. | 17,75% |
| 2º Mas complicado. | 5,45% |
| 3º A l les molesta marcar el PIN. | 5,40% |
| 4º Los clientes no pueden recordar el PIN. | 3,85% |
| 5º Es menos seguro. | 2,97% |
| 6º Incomodidad de tener que llevar el datáfono al cliente. | 1,76% |

4.2 Influencia del fraude en medios de pago en los hábitos de los consumidores

Según el último estudio sobre fraude en medios de pago llevado a cabo por ADICAE, en el que se pone de manifiesto la falta de seguridad de los medios de pago, el 16,7% de los españoles reconoce haber sido víctima de fraude en la red, causándoles en su mayoría daños superiores a 500 .

Esta es una de las causas por las que los consumidores españoles se siguen mostrando reticentes a comprar a través de Internet, dándose un número elevado de fraudes en la Red. El último informe publicado por la Comisión Europea sitúa a España por debajo del 32% de la media europea.

Diversos estudios certifican que el 52,99% no se sienten seguros al pagar con un medio de pago distinto del efectivo y el 53,76% han experimentado algún problema técnico al usar un medio de pago.

La desconfianza que suscita Internet en relación a los medios de pago y a los datos bancarios es bastante importante. La mayoría de los consumidores que han realizado compras online en anteriores ocasiones declaran que la clave para volver a comprar es una mejora en la seguridad de las transacciones, además reclaman una mayor información en los procesos de compra vía Internet.

¿Qué crees que debería mejorar para realizar más compras en Internet en el futuro?(%)



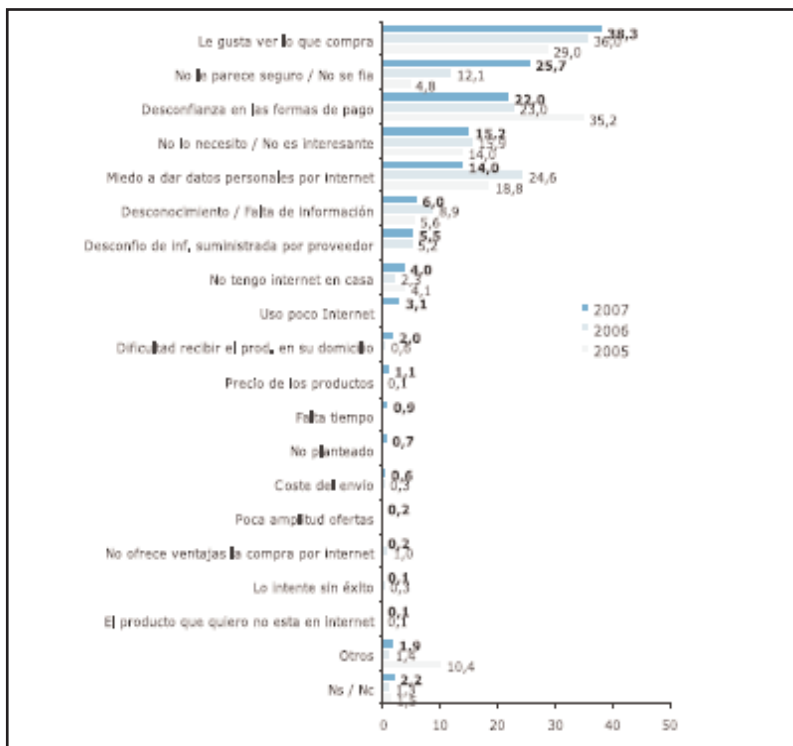
Fuente: ONTSI

A esto hay que sumarle que hay un 22% de usuarios de internet que no compran a través de este medio por desconfianza en las formas de pago y un 25,7% menos específico, no se fían de estos medios o no les parecen seguros, este último dato incrementándose estos últimos años un 20% desde 2005.

Un 15,8% de los usuarios de Internet que han tenido anterior-

mente experiencia de compra por ésta vía han dejado de hacerlo, como consecuencia de haber sido objeto de fraudes o estafas debido a la insuficiente protección de los mismos, y hay un 44,4% que no las ha realizado nunca por el temor a ser víctima de fraude. La cifra de consumidores que han dejado de comprar, cada año se hace mayor.

Razones por las que no compra por Internet



Fuente: ONTSI

La desprotección ante el fraude origen de la desconfianza

Es necesario recalcar que toda esta desconfianza en estos medios de pago no es simplemente una percepción del consumidor infundada, ya que el consumidor está en desprotección ante fraudes o estafas en estos medios. Si tenemos en cuenta que casi un 85% de los usuarios que realizan compras por este medio las realizan desde el hogar, con el riesgo que todo ello conlleva. En el hogar no tenemos la suficiente protección ante virus o fenómenos como el "phishing", teniendo el riesgo de que se tenga acceso a esa información debiendo ser confidencial.

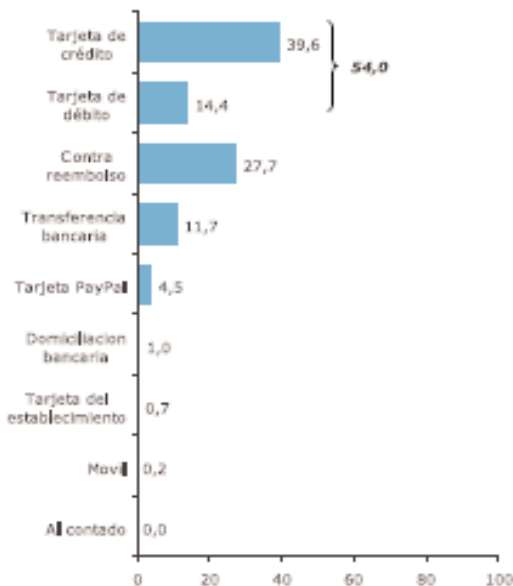


De todos estos usuarios que realizan sus compras desde el hogar, un 54% utiliza como medio de pago en sus compras online tarjetas de crédito o débito, con el riesgo de que puedan acceder a sus datos bancarios.

Desde hace unos años, los pagos por Internet con tarjeta bancaria disponen de sistemas de seguridad que cuentan con una contraseña de uso exclusivo para comprar y realizar operaciones y transacciones en Internet, pero todavía existe un 47,1%, casi la mitad de los usuarios que no la utiliza.

Esta medida de seguridad sigue siendo insuficiente, la existencia de los “keylogger” y al realizar la mayoría de los usuarios estas compras desde el hogar, con la desprotección que acarrea, podrían seguir teniendo acceso a nuestros datos, y localizar nuestro PIN.

Quando compra por Internet, ¿qué forma de pago prefiere?(%)



Fuente: ONTSI

Otro medio utilizado son las tarjetas monedero, que presentan como limitante el hecho de que la compañía paga el valor acordado a la tienda virtual, pero únicamente utilizando políticas propias de estas compañías. Lo que significa una relación de total dependencia con ellas para el poseedor de las mismas.

Además la utilización de las mismas, con el agravante que se

suelen utilizar desde el hogar, es la mayor posibilidad de virus, además de las tasas bancarias asociadas con la tarjeta de crédito.

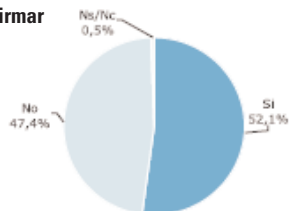
En el caso de la utilización del dinero electrónico como medio de pago, constituye un inconveniente el hecho de que el mismo puede falsificarse o perderse, y es más difícil la prueba del pago que con otros medios, por lo que necesita para su utilización de un sistema de encriptación y de procedimientos de seguridad instalados en el propio hardware del ordenador para prevenir posibles fraudes, con el coste adicional que todo esto conlleva. A todo esto hay que añadir que existen pocas tiendas virtuales que poseen estos programas con lo cual no se puede utilizar con toda la red, además de provocar la acumulación de pequeñas facturas.

El consumidor tiene una gran desconfianza ante estos medios y no es de extrañar, ya que se encuentra en una clara desventaja.

Su mayor preocupación es la seguridad y la autenticidad de la transferencia y el pago en este medio, apreciándose una sensación de desconfianza en que exista falsificación de dichos medios de pago y la exigencia de ver garantizada la privacidad de las operaciones de pago.

Parece lógica y evidente la existencia de una relación clara entre la percepción que los usuarios tienen respecto al fraude en medios de pago y la seguridad en su uso con el recurso a dichos medios de pago. Así, el 20 por ciento de los españoles ha realizado algún tipo de compra virtual en los últimos meses, frente al 32 por ciento de media en la Unión Europea, según datos de la Comisión Europea. Una de las principales razones es el miedo al fraude o a que sus datos de tarjeta de crédito o cuenta corriente puedan ser sustraídos. De este modo, en España el sector del comercio electrónico movió el año pasado 5.183 millones de euros, frente a los 138.100 millones de euros de Alemania, 84.900 millones de Reino Unido y 65.900 de Francia.

Si compra con la tarjeta de crédito o débito, ¿utiliza algún pin o número secreto personal para confirmar la operación?



Fuente: ONTSI

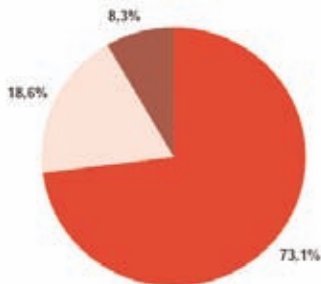
El Comercio electrónico y los hábitos de compra online

En el tercer trimestre de 2008, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 1.327,3 millones de euros, el 32,9% más que en el mismo trimestre de 2007; con un total de 17,1 millones de operaciones.

El montante económico generado en el tercer trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad: agencias de viaje y operadores turísticos (14,5%), transporte aéreo (12,2%), transporte terrestre de viajeros (6,7%), marketing directo (6,6%), juegos de azar y apuestas (5,6%), educación (5,1%), espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,9%), electrodomésticos, radio, televisión y sonido (3,9%), servicios legales, contabilidad y gestión (3,5%) y, por último, hoteles, apartamentos y camping (2,4%).

En el siguiente gráfico extraído del “Estudio sobre usuarios y entidades públicas y privadas afectadas por la práctica fraudulenta conocida como phishing” realizado por INTECO en el año 2007, se analizan las variaciones de comportamiento respecto de los servicios de compra online de los usuarios españoles de Internet tras haber sido objeto de un intento de fraude. Sólo uno de cada cuatro usuarios modifican sus hábitos de compra tras haber sufrido un intento de fraude: en concreto, un 18,6% de los usuarios han reducido las compras tras el intento de fraude y un 8,3% han dejado de realizarlas.

Variación en los hábitos de compra on-line de los usuarios de Internet españoles que han sido objeto de un intento de fraude (%)

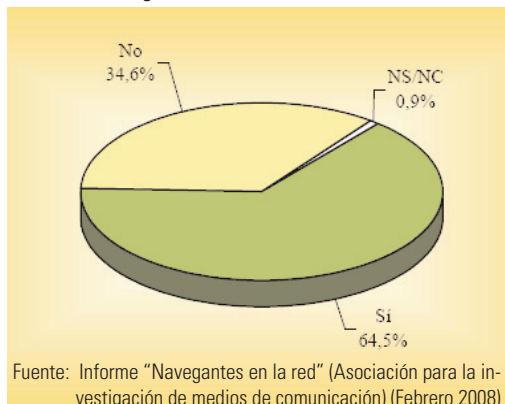


Fuente: INTECO

La banca online y los hábitos de uso de los internautas

El 64,5% de los internautas reconoce hacer uso de la banca online, como vemos en el siguiente gráfico extraído del informe “Navegantes en la red” realizado por la Asociación para la investigación de medios de comunicación (Febrero de 2008).

¿Utiliza banca on-line?

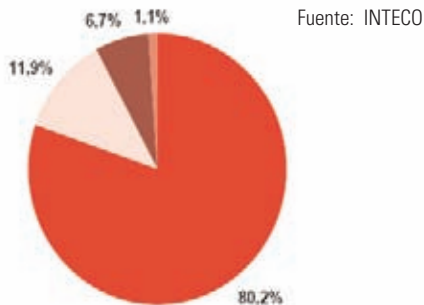


Fuente: Informe “Navegantes en la red” (Asociación para la investigación de medios de comunicación) (Febrero 2008)

La variación en los hábitos de uso de la banca a través de Internet tras haber sido víctima de un intento de fraude es similar a la que se produce respecto a las compras de comercio electrónico.

Así, menos de un 20% de los usuarios modifican su comportamiento tras haber sufrido un intento de fraude. Sólo el 6,7% dejan de usar el servicio de banca electrónica, y un 11,9% lo reducen.

Variación de los hábitos de compra online de los usuarios de Internet españoles que han sido objeto de un intento de fraude (%)



Fuente: INTECO

■ No modifican el uso de banca online
 ■ Reducen el uso de banca electrónica.
 ■ Suspenden el uso de servicios de banca electrónica.
 ■ Motivan un cambio de banco online.



Informes internacionales aportan datos muy reveladores sobre el sector financiero, el más sensible en relación al riesgo

- El 72% de los usuarios de Internet que no utilizan actualmente la banca online lo haría si hubiera mejoras en la seguridad.
- El 90% de los actuales usuarios de servicios de banca electrónica accedería a nuevos servicios si su identidad estuviera mejor protegida.
- La seguridad influye en un 65% de las personas a la hora de elegir con qué banco online operar.

Estos datos ponen de manifiesto que la seguridad y confianza de los consumidores se constituye como el elemento clave en el desarrollo y crecimiento de la banca electrónica.

4.3.1 Estudio-Encuesta sobre el fraude en medios de pago llevado a cabo por ADICAE.

Planteamiento del estudio

El análisis sobre el grado de conocimiento que los españoles tienen sobre el fraude en medios de pago distintos del efectivo así como la magnitud de los fraudes en la sociedad se ha realizado mediante un estudio de campo basado en una encuesta. Se realizó a todos los consumidores que acudían a la asociación y a sus actividades en las diversas delegaciones que ADICAE tiene ubicadas en todo el territorio nacional, además de realizar encuestas a través de la web y encuestas en la calle. A partir de esta recogida de datos se realizó el recuento y estudio estadístico.

Estructura del estudio de campo

El ámbito de realización de la encuesta es nacional puesto que buscamos extrapolar datos a todo el país. Para lograr este objetivo las encuestas se han realizado en varias provincias españolas. Cabe aclarar que el universo de la encuesta es la población residente en España, por lo que están incluidos los inmigrantes. Las encuestas se han realizado mediante dos técnicas distintas:

- A través de internet, mediante encuestas personales enviadas por correo electrónico.
- Encuestas hechas en persona a socios de ADICAE, además de otras realizadas a pie de calle

Objetivos perseguidos

Mediante el estudio desarrollado se perseguía lograr una visión global y altamente significativa del perfil de los usuarios de medios de pago distintos del efectivo. Por este motivo se incluyeron en el análisis diversas variables relativas a diferentes aspectos, que permiten evaluar entre otras cuestiones:

- Conocer la percepción que tiene el consumidor acerca de la seguridad en los medios de pago distintos al efectivo.
- Estudiar la información que se le facilita al usuario antes de efectuar la correspondiente transacción.
- Determinar el grado de satisfacción de los consumidores así como los principales motivos de quejas y reclamaciones.
- Estudiar la implantación de las nuevas tecnologías entre los usuarios, haciendo especial hincapié en el uso de Internet y la banca electrónica.
- Conocer los fraudes que más conoce la sociedad española.
- Conocer la realidad del fraude en España y su magnitud.

FICHA TÉCNICA

■ **Ámbito de la encuesta:** Nacional.

■ **Ciudades donde se ha realizado el muestreo:** Zaragoza, Barcelona, Madrid, Sevilla, Castellón, Valencia, Valladolid, Cáceres y La Coruña.

■ **Universo a encuesta:** Población residente en España.

■ **Tamaño de la muestra:** 1200 encuestados.

■ **Fecha de realización de la encuesta:** Del 1 de Enero de 2009 al 30 de Abril de 2009.

Datos Complementarios

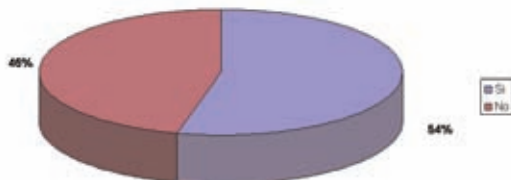
Con la finalidad de conectar algunos de los resultados obtenidos con otros existentes se han integrado en el estudio realizado algunos datos correspondientes a estudios desarrollados por INTECO.

Análisis de los resultados obtenidos

Problemas de los usuarios de medios de pago distintos del efectivo

La primera cuestión de relevancia que se le preguntó a los encuestados es si habían sufrido algún problema técnico con algún medio de pago. El 53,76% de los encuestados contestaron afirmativamente mientras que el 46,24% contestó que no.

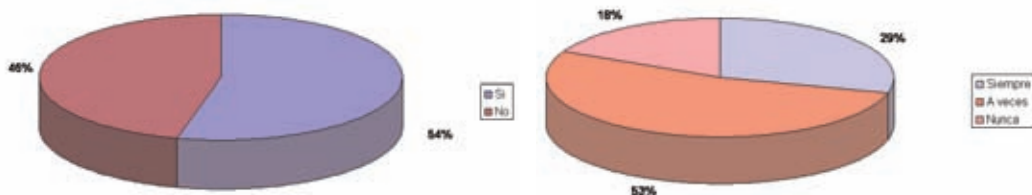
Problemas con un medio de pago



Seguridad en el uso de medios de pago.

Preguntando a los encuestados si se sentían seguros al emplear cualquier medio de pago distinto del efectivo, obtuvimos los siguientes resultados. El 29,27% dijo que siempre se sentía seguro, el 52,99% reconocieron sentirse seguros en algunas ocasiones y el 17,74% reconoció no sentirse seguro en ningún caso.

¿Se siente seguro al emplear un medio de pago?





¿Le informaron de los costes de uso del medio de pago?

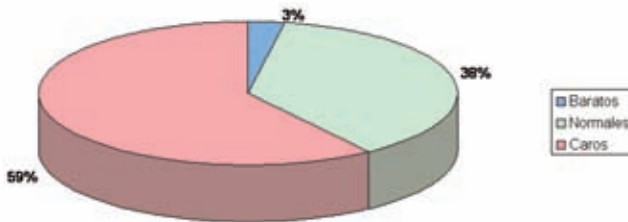
Las comisiones en medios de pago

Preguntando a los encuestados sobre el hecho de si suelen ser informados de las comisiones por uso de los distintos medios de pago distintos del efectivo, el 47,12% contestaron que si frente al 52,88% que contestaron negativamente.



En cuanto a la cuantía de estas comisiones, el 2,67% de los encuestados las considera baratas, el 37,64% adecuadas y el 59,69% caras.

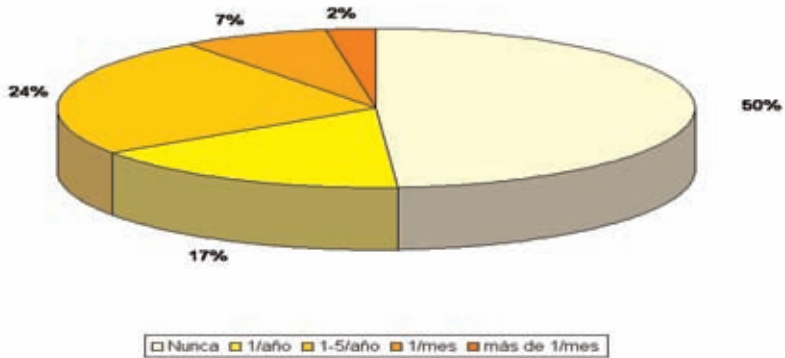
¿Considera que los precios de uso de estos medios de pago son...?



Implantación de Internet y de las compras online en la sociedad española.

Preguntamos a los encuestados sobre la asiduidad con la que emplean la Red, obteniendo como resultado que el 13,91% no emplea nunca Internet, el 4,42% lo hace una vez al mes, el 11,26% una hora a la semana, el 24,28% una hora al día y el 46,14% reconoce navegar por Internet más de una hora al día.

Compras por Internet

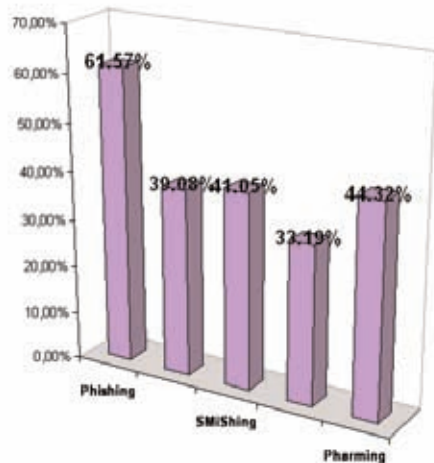


La siguiente cuestión que se planteó a los encuestados fue la frecuencia con la que realizan compras por Internet, obteniendo los siguientes resultados. El 48,9 % reconoció no realizar nunca compras por Internet, el 16,74% realiza compras por Internet una vez al año, el 24,45% de los encuestados dijo realizar compras por Internet de entre una a cinco veces al año, el 7,49% realiza compras por Internet una vez al mes y el 2,42% reconoció realizar compras por Internet más de una vez al mes.

Conocimiento del consumidor de los distintos tipos de fraudes.

Expusimos al encuestado los distintos tipos de fraude que más se están dando en la actualidad con objeto de conocer cuales son los fraudes más conocidos. El fraude más conocido es el Phishing, el 61,57% dice conocerlo. El siguiente más conocido es el Pharming con un 44,32%. El Smishing es conocido por el 41,05% de los encuestados, el Vishing por el 39,08% y el Scam por el 33,19% de la población encuestada.

¿Has oído hablar de los siguientes fraudes?

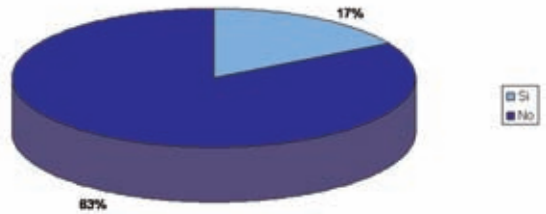




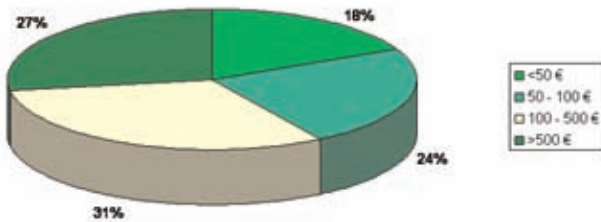
Magnitud del fraude en los medios de pago

Con objeto de conocer la dimensión que están tomando los fraudes en la actualidad preguntamos a los encuestados si habían sufrido algún fraude con medios de pago. El 16,7% de los encuestados respondió afirmativamente y el 83,3% dijo que no. Del total de encuestados que habían sido víctimas de fraude, el 18,02% sufrió algún perjuicio económico. En cuanto a la cuantía de éste, el 17,65% sufrió daños menores a 50 euros, el 23,53% de entre 50 a 100 euros, el 31,37% sufrió daños de cuantía comprendida entre 100 y 500 euros y el 27,45% sufrió daños de más de 500 euros.

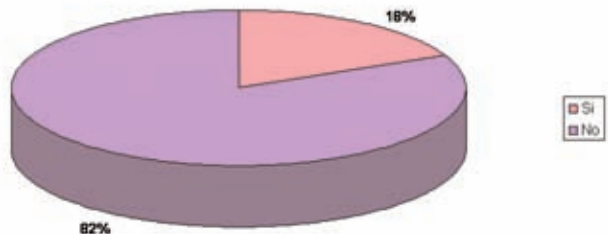
¿Has sido víctima de fraude en medios de pago?



¿A cuánto ascendió el fraud



¿Sufriste algún daño económico?



CONCLUSIONES

Tras analizar los resultados obtenidos, las conclusiones a las que llegamos son las siguientes:

■ Ha quedado de manifiesto a lo largo de este estudio el aumento en toda Europa tanto del número de tarjetas como su uso a lo largo de estos últimos años y también como las expectativas en el futuro son de una gran expansión. Prueba de ello es que el 70% de los consumidores españoles es titular al menos de una tarjeta de crédito o débito, y de éstos el 63,50% utiliza la tarjeta para realizar pagos aunque en ese momento lleven dinero en efectivo.

■ A pesar de este aumento en la utilización los consumidores siguen siendo reacios y temerosos a utilizar la tarjeta. Esto se debe a varios motivos, pero a parte del temor a errores en los cobros (lo piensa el 89,51%) el siguiente motivo es el temor a que le copien o dupliquen la tarjeta (56,52%).

■ A parte de estos temores, hay que sumar el descontento generalizado de los usuarios al utilizar sus medios de pago, puesto que el 52,88 % dice no haber sido informado de los gastos y comisiones que conlleva su utilización. Además, los usuarios que consideran caras estas comisiones alcanzan el 59,69%. No solo eso sino que a parte de considerar pagar mucho por este servicio el 53,76% de los usuarios de tarjetas ha tenido algún problema técnico al utilizarlos.

■ La magnitud que está tomando el fraude en medios de pago, al igual que la creciente utilización de éstos, es ya considerable. Un 16,7% de los encuestados por ADICAE dice haber sido víctima de un fraude. De éstos, un 31,37% sufrió daños económicos de una cuantía entre 100 y 500 euros.

■ Aunque estos tipos de fraude cada vez son más generalizados sorprende el nivel bajo de conocimiento que tiene la población española sobre éstos. Tan solo el phishing es conocido por más de la mitad de la población (61,57%), el resto de los fraudes son escasamente conocidos.

IV - CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Conclusión: La SEPA (Área Única de Pagos en Euros) va a propiciar un aumento de pagos y transacciones, puesto que su pretensión es fomentar ventajas y facilidades para los consumidores en el uso de los distintos medios de pago en la Unión Europea.

Propuesta: También sería conveniente armonizar las legislaciones nacionales en términos de prevención (una “SEPA del fraude”), con especial atención a las disposiciones por las que se rige la protección de datos dentro de la UE, al objeto de permitir el intercambio transfronterizo de información y represión del fraude.

Conclusión: Es preocupante el aumento de ataques, tanto en número como en diversidad, que los usuarios de internet europeos y españoles sufren año a año. Los principales objetivos de estos ataques es hacerse con datos personales, sobre todo los bancarios. El phishing sigue siendo una de las principales armas de los delincuentes, que sigue a la cabeza en lo que se refiere a fraudes on-line.

Propuesta: Es evidente la necesidad de crear en el seno de todos los entes nacionales competentes un archivo informatizado con información sobre elementos susceptibles de fraude, y que estos pudiesen ser compartidos entre órganos competentes de diferentes países.

Conclusión: El fenómeno del fraude en los medios de pago se ha globalizado, un mismo hecho delictivo puede cometerse en varios países (el ataque puede iniciarse desde un país, mientras que la compra con los datos del consumidor se realizan desde otro).

Propuesta: Asignar a Europol funciones para el seguimiento de la acción de prevención y lucha contra el fraude, así como para la coordinación de las bases de datos disponibles en cada uno de los Estados miembros de la UE. A la vez que los Estados deberán impulsar los intercambios de información entre las instancias públicas y privadas del mismo y reforzar la cooperación entre las autoridades competentes de los Estados miembros.

Conclusión: El usuario de medios de pago diferentes del efectivo se siente inseguro al utilizar éstos, ya que conoce que existen peligros y fraudes, pero sorprende el nivel bajo de conocimiento que tiene la población éstos.

Propuesta: Las entidades financieras deben aumentar sus recursos destinados a la prevención del fraude, así como dotar de mejores medidas de seguridad sus medios de pago utilizados por sus clientes. Utilizando medios ya existentes que no se han generalizado. Además, es conveniente que tanto administraciones, entidades financieras y asociaciones de consumidores lancen campañas de gran difusión e iniciativas conjuntas para el fomento de una cultura de seguridad. De esta forma los consumidores son más conscientes sobre los peligros que corren y pueden ser más exigentes con ellos mismos en la prevención del fraude.

Conclusión: A parte de estos temores, hay que sumar el descontento generalizado de los usuarios al utilizar sus medios de pago, ya que no son informados de los gastos y comisiones que conlleva su utilización, y que consideran caras. A esta opinión generalizada hay que sumar los problemas técnicos que se tienen a la hora de utilizar las tarjetas.

Propuesta: Se debe exigir por parte de los organismos de control financiero en cada uno de los Estados y del propio Banco Central Europeo el establecimiento de unos máximos en las comisiones, razonables y acordes con el servicio prestado, y una publicidad y transparencia en éstas. Además, estos mismos organismos deberían velar por la efectividad y calidad de estos servicios que se han convertido en una parte esencial del día a día de cualquier ciudadano.

Conclusión: Las consecuencias económicas del fraude son asumidas principalmente por el consumidor, que se siente desprotegido. El usuario no es resarcido en el daño, ya que la persecución del delincuente se hace casi imposible y la entidad financiera se exime de toda culpa, derivando siempre la responsabilidad en el usuario.

Propuesta: Puesto que el uso de muchos medios de pago, sobre todo las tarjetas, se ha generalizado, es necesario el establecimiento de contratos tipo, revisados por un organismo de control que excluyan cualquier tipo de cláusula abusiva que ponga en una situación de inferioridad al usuario. A su vez, tras la comisión de un delito de fraude es necesaria una cooperación y colaboración efectiva entre Cuerpos Policiales y Administración competentes en la materia y la Administración de Justicia. Por último, se hace necesaria la creación de organismos judiciales específicos en materia de fraude, así como su formación continua sobre este tema a través de Escuelas Judiciales y Centros de Estudios Jurídicos.

ADICAE

al servicio de los usuarios en toda España

SEDES DE ADICAE

Servicios Centrales ADICAE
C/ Gavín, 12 local 50001 **Zaragoza**
Tfno. 976 390060 - Fax 976 390199
aicar.adicae@adicae.net

Madrid

Embajadores, 135 1º C int. - 28045 **Madrid**
Tfno. 91 5400513 Fax 91 5390023

Catalunya

c/ Entença, 30 entlo. 1º - 08015 **Barcelona**
Tfno. 93 3425044 Fax 93 3425045

Comunidad Valenciana

Av. Pérez Galdós, 97 pta.1 - 46018 **Valencia**
Tfno. 96 3540101 Fax 96 3540106

Andalucía

c/ Aparicio, 5 entlo. 5 - 03003 **Alicante**
Tfno. 96 5926583

Galicia

Avda. Gral. Sanjurjo, 119-1ª dcha
15006 **A Coruña**
Tfno. 981 153969 Fax 881 927603

Castilla y León

c/ Caridad, 1 - 2º C - 47001 **Valladolid**
Tfno/Fax. 983 373173

Extremadura

c/ Camilo José Cela, 1 3º - 06800 **Mérida**
Tfno/Fax. 924 387468

Extremadura

c/ Gómez Becerra, 25 3º - 10001 **Cáceres**
Tfno/Fax. 927 626336

Andalucía

Av. Eduardo Dato, 85 1ºB - 41005 **Sevilla**
Tfno/Fax. 954 652434

c/ Salvador Noriega, 7 entreplanta dcha
29006 **Málaga**

Tfno/Fax. 952 088955

... o pregunte por nuestras delegaciones en otras provincias