

Tendencias de Fraude - Análisis Trimestral

Fraude Omnicanal en 2022

TransUnion llegó a sus conclusiones con base en información obtenida de miles de millones de transacciones en su red global de inteligencia, y a una reciente encuesta global de consumidores.

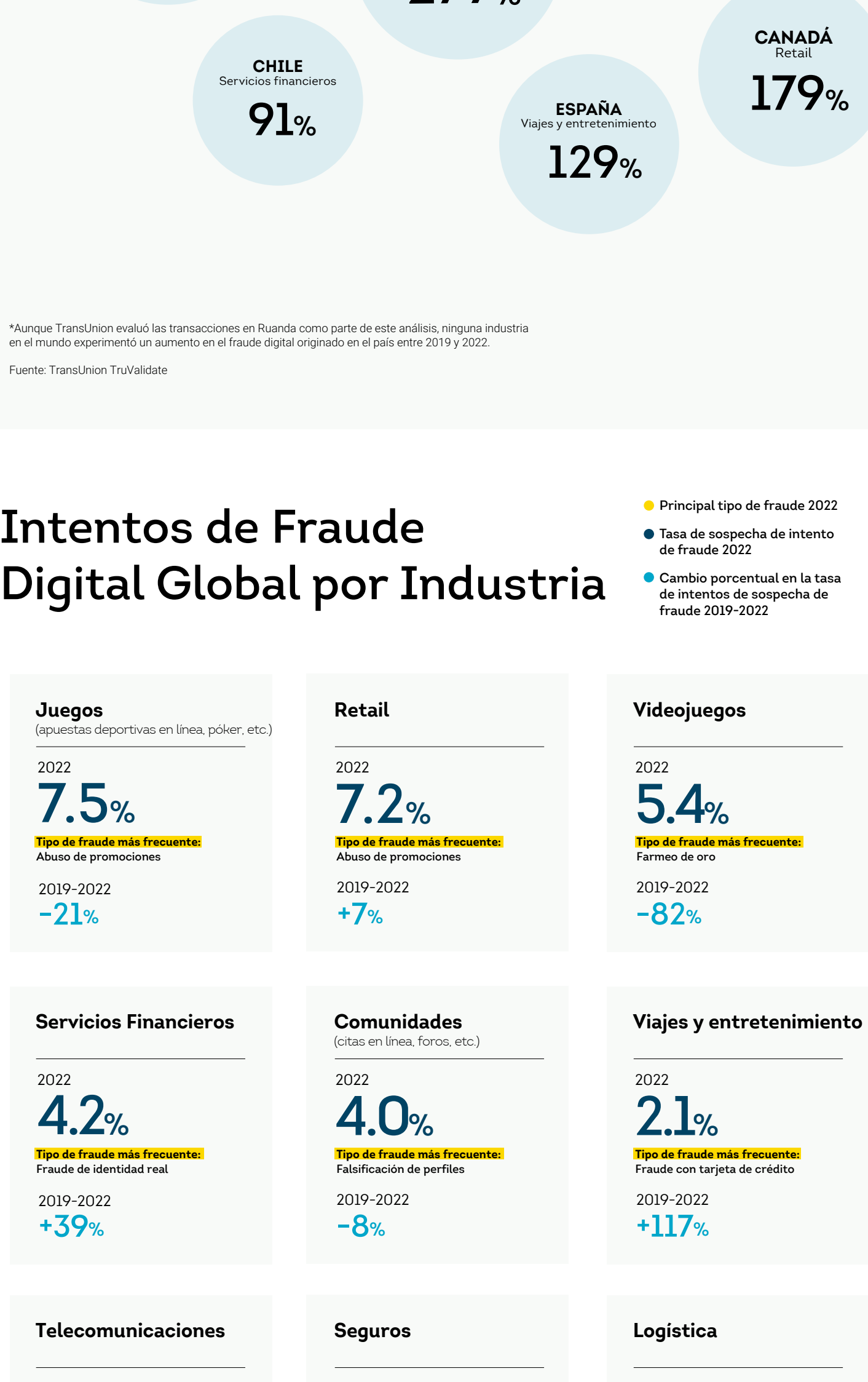
Tasa de Intentos de Fraude Digital Sospechosos en 2022¹



Fuente: TransUnion TruValidate*

Crecimiento del Fraude Digital por Industria

Industrias con la mayor tasa de crecimiento de intentos sospechosos de fraude digital en países y regiones seleccionados, al comparar 2019 con 2022.

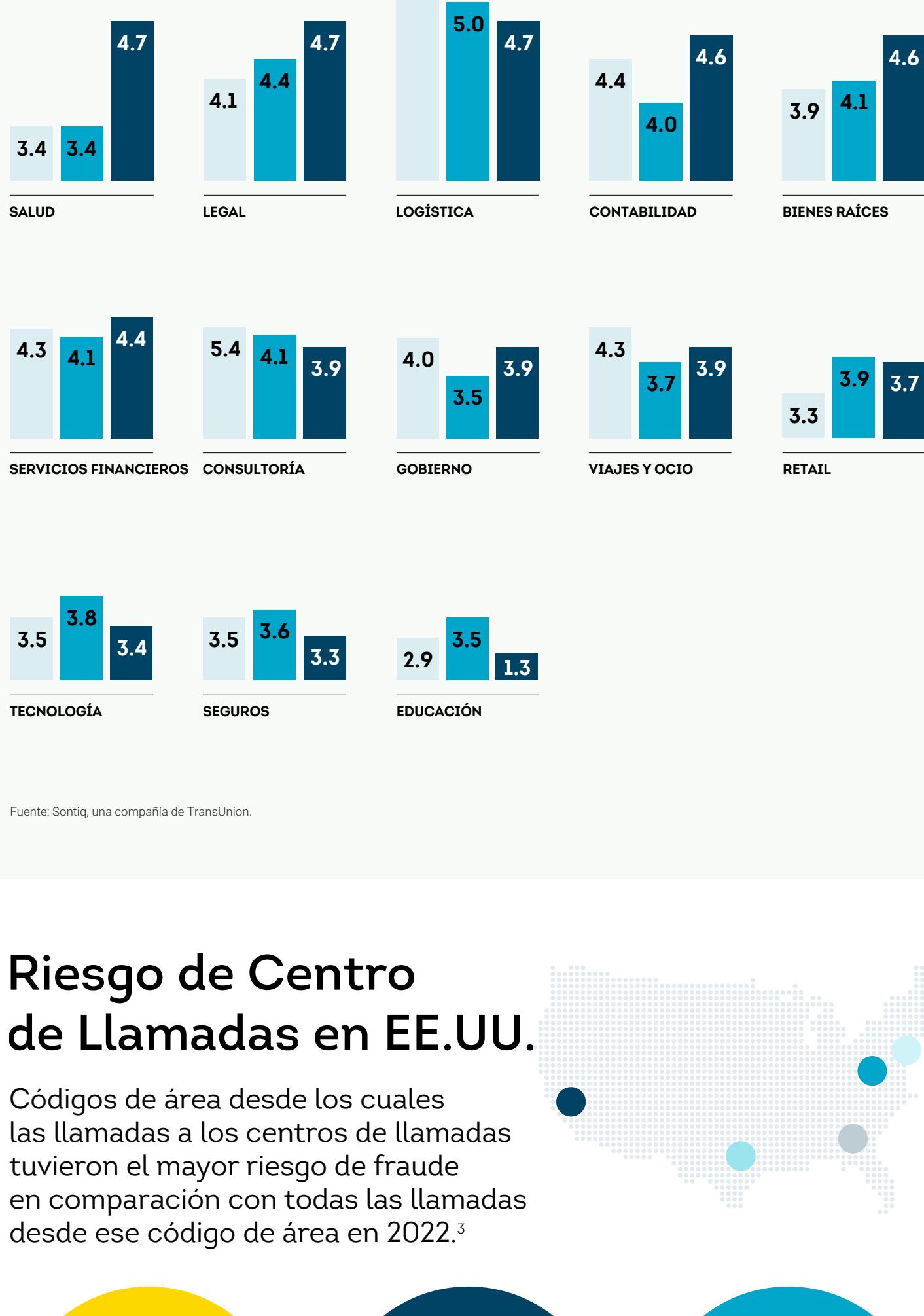


*Aunque TransUnion evaluó las transacciones en Ruanda como parte de este análisis, ninguna industria en el mundo experimentó un aumento en el fraude digital originado en el país entre 2019 y 2022.

Fuente: TransUnion TruValidate

Intentos de Fraude Digital Global por Industria

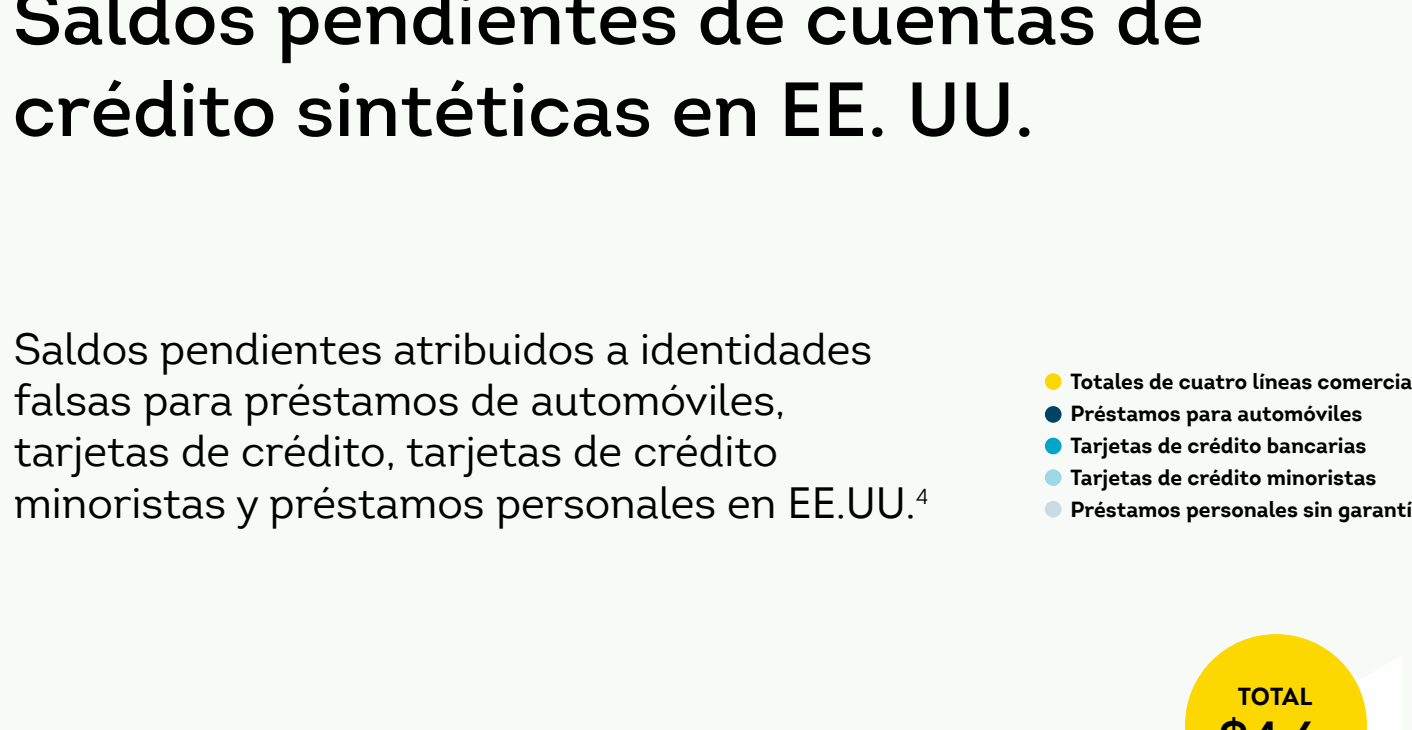
Principales tipos de fraude 2022, tasa de sospecha de intento de fraude 2022 y cambio porcentual en la tasa de intentos de sospecha de fraude 2019-2022.



Fuente: TransUnion TruValidate

Industrias con las brechas de datos más severas en EE. UU.

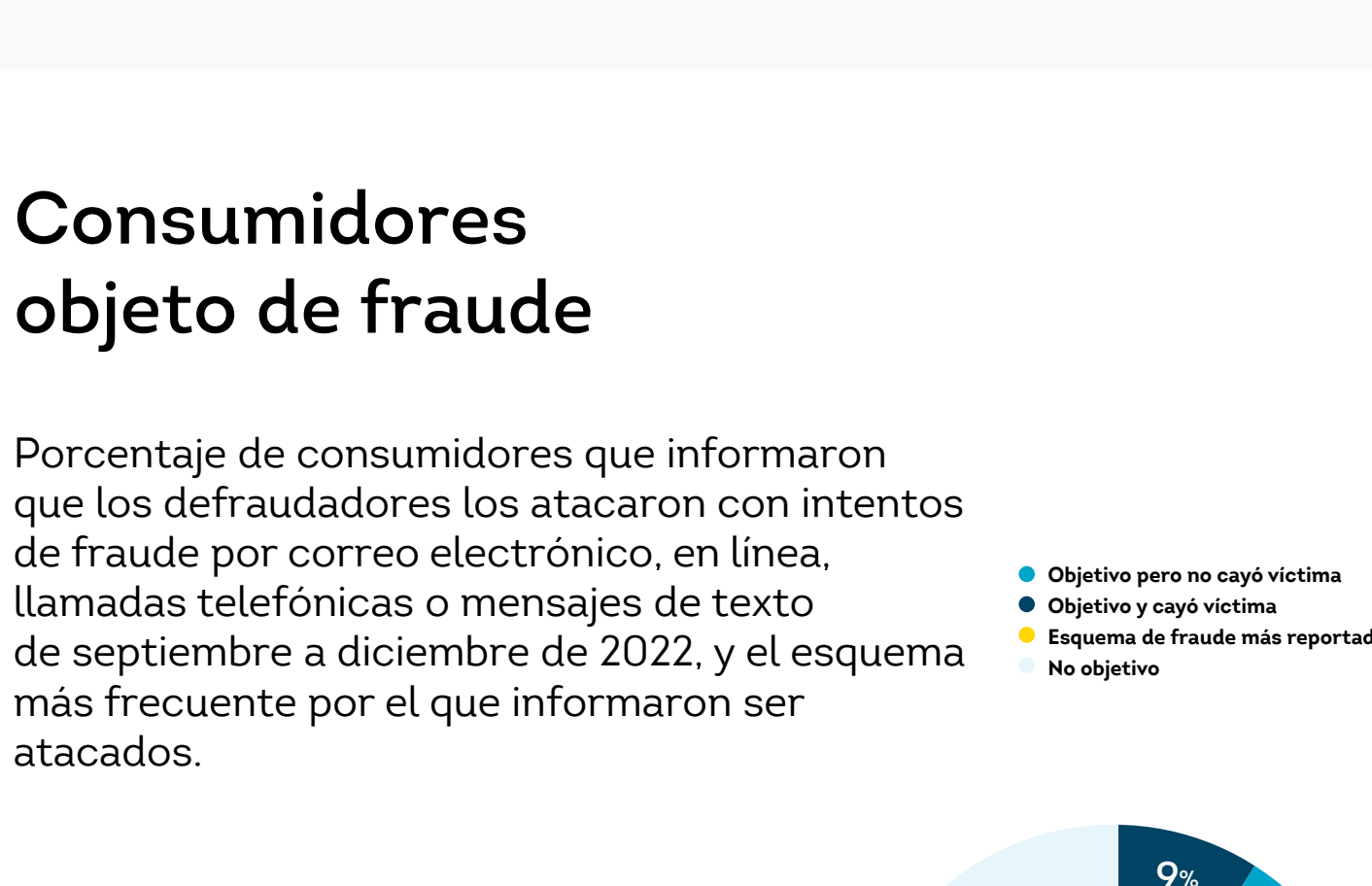
Puntuación de Riesgo Promedio de Brecha (BRS) según Sontiq, una compañía de TransUnion. El BRS utiliza una escala del 1 al 10, donde 1 representa la menos severa y 10 representa la más severa.



Fuente: Sontiq, una compañía de TransUnion.

Riesgo de Centro de Llamadas en EE.UU.

Códigos de área desde los cuales las llamadas a los centros de llamadas tuvieron el mayor riesgo de fraude en comparación con todas las llamadas desde ese código de área en 2022.³

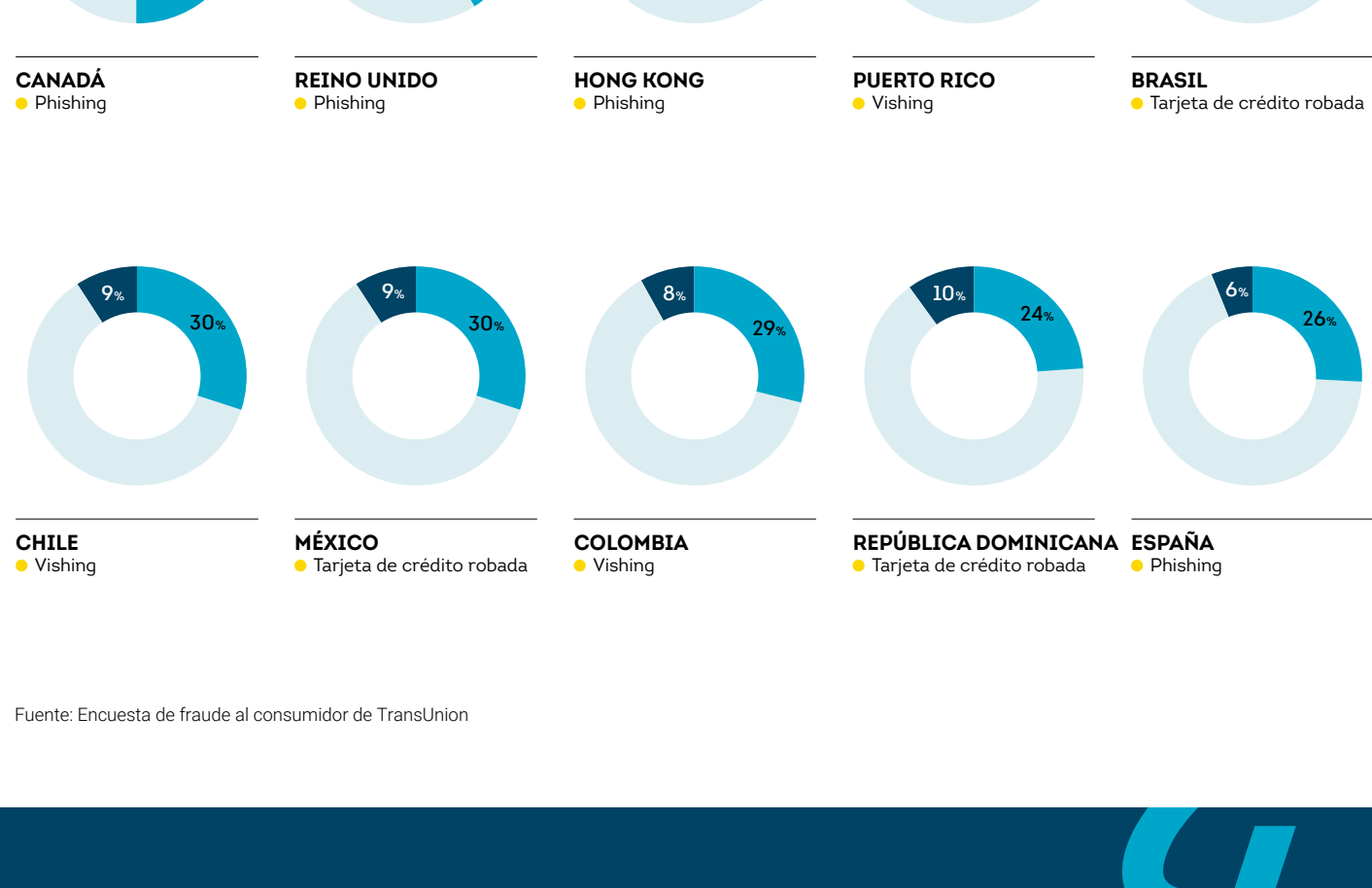


*Los porcentajes son la tasa de llamadas arriesgadas a centros de llamadas desde cada código de área.

Fuente: TransUnion TruValidate.

Saldos pendientes de cuentas de crédito sintéticas en EE. UU.

Saldos pendientes atribuidos a identidades falsas para préstamos de automóviles, tarjetas de crédito, tarjetas de crédito minoristas y préstamos personales en EE.UU.⁴



Fuente: TransUnion TruValidate

Consumidores objeto de fraude

Porcentaje de consumidores que informaron que los defraudadores los atacaron con intentos de fraude por correo electrónico, en línea, llamadas telefónicas o mensajes de texto de septiembre a diciembre de 2022, y el esquema más frecuente por el que informaron ser atacados.

Fuente: Encuesta de fraude al consumidor de TransUnion

Descargue el informe de TransUnion sobre el estado del fraude omnicanal 2023. Diríjase a transunion.co/lp/Informe-sobre-el-fraude-omnicanal-2023

¹ La tasa o porcentaje de intentos de fraude digital sospechoso refleja aquellos que los clientes de TransUnion negaron en tiempo real debido a indicadores fraudulentos o determinaron que eran fraudulentos después de revisar la transacción. La estadística excluye todos los casos de fraude por correo electrónico y fraude por teléfono.
² Fuente BRS se basa en la cantidad y gravedad de las violaciones de identidad reportadas que la entidad afectada determinó que se reportaron. De entre las posibles opciones de violaciones de identidad, cada una se asigna a través de BRS de 1 a 10, donde 1 es el nivel de riesgo más bajo y 10 es el nivel de riesgo más alto. El BRS se calcula como el promedio de los puntajes de riesgo de cada violación reportada.
³ Los hallazgos del centro de llamadas de TransUnion se basaron en datos de más de medio millón de transacciones en 2022, tanto de grandes como de pequeñas instituciones financieras con sede en Estados Unidos. La tasa o porcentaje de llamadas de alto riesgo de fraude se calcula como el número de llamadas de alto riesgo de fraude dividido por el número total de llamadas.
⁴ Esta encuesta se basa en 13,303 adultos de EE.UU. a cabo del 8 al 23 de diciembre de 2022 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación de mercado Dynata. Se encuestó a adultos mayores de 18 años que residen en 15 países: EE.UU., Canadá, Chile, Colombia, República Dominicana, Hong Kong, India, Kenia, México, Namibia, Ruanda, Reino Unido, Sudáfrica, España, el Reino Unido, los Estados Unidos, Zambias y Filipinas. El método de investigación se basa en una combinación de dispositivos de escritorio, móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se administraron en otros idiomas (chino, francés, alemán, italiano, japonés, portugués, ruso y español). Resultados por país: México, Puerto Rico y España. Para garantizar la representatividad en la demografía de los consumidores, la encuesta incluyó copias para equilibrar las respuestas en los grupos demográficos como edad, género y raza.