

INFORME SOBRE
EL ESTADO DEL
**FRAUDE EN
ESPAÑA**
2019-2020



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE EMPRESAS
CONTRA EL FRAUDE



Introducción

Para la elaboración del presente informe, la AEECF ha realizado una consulta entre los miembros de la asociación acerca del estado actual de sus departamentos de prevención del fraude, así como las tendencias, retos y evolución del fraude en España durante el último año.

Los datos que se muestran a continuación han sido recopilados entre empresas pertenecientes a 5 sectores: **Financieras de consumo (39%), Banca (22%), Telco (17%), Financieras de automoción (11%) y Empresas de micropréstamos (11%).**

El fraude, a día de hoy, es una de las mayores preocupaciones de estas empresas ya que en su mayoría suponen pérdidas anuales de más de 1 millón de euros para más de la mitad de los encuestados (61%). Para ello, los departamentos de fraude (89%) son los máximos responsables de evitar esta situación mientras que solo un 11% de los encuestados afirman que son los departamentos de operaciones los encargados de la lucha contra el fraude.

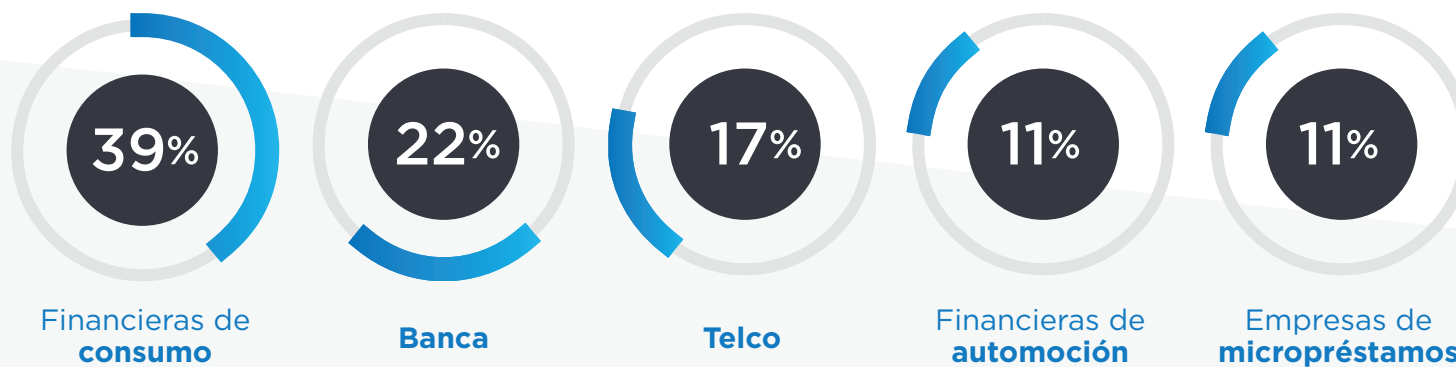
Las respuestas recogidas corresponden en su mayoría a Managers y directores de áreas de fraude (83%) y un 17% de cargos

intermedios. Estos directivos coinciden, un 67%, en que sus departamentos de prevención de fraude están compuestos por un máximo de 5 personas y sólo el 16% de las compañías destina a más de 10 trabajadores a la prevención del fraude.

Lo que se desprende de todas las respuestas recibidas, es que existe una preocupación por el incremento del fraude en 2019 que se estima seguirá en la misma línea en los próximos años, como consecuencia de la crisis económica y del aumento del consumo por Internet.

« En los últimos 3 años se ha incrementado la preocupación por el crecimiento del fraude online frente al tradicional »

Porcentajes por sectores que han respondido afirmativamente a esta afirmación



Situación actual del fraude

Desde la AEECF hemos realizado una serie de preguntas a los responsables de los departamentos que cada día velan por la lucha contra el fraude para dibujar un mapa sobre la situación actual de esta problemática.

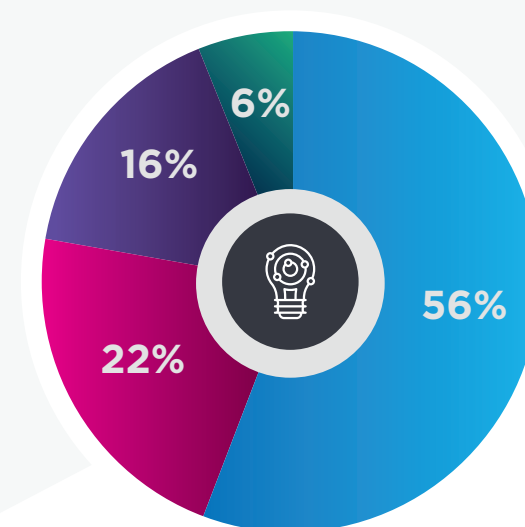
¿CUÁLES SON LAS **ESTRATEGIAS** DE LUCHA CONTRA EL FRAUDE ELEGIDAS POR LAS EMPRESAS?

Actualmente, más de la mitad de las empresas consultadas, el 56%, confirman que la mejora de las capacidades de detección de fraude mediante el uso de la tecnología es la estrategia que mejor describe las iniciativas que están siguiendo. La segunda medida más utilizada para la lucha contra el fraude reside en el enriquecimiento de la propia información que la compañía dispone de sus usuarios para así poder realizar un mejor análisis y valoración de cada cliente que permita acometer tareas preventivas (22%).

Otras estrategias que están adoptando algunas entidades es la implantación de nuevos procesos preventivos (16%) o el uso de tecnología analítica inteligente que permita descubrir patrones de fraude (6%).

Estrategias de lucha contra el fraude más elegidas

- **Uso de tecnología**
- **Información enriquecida de cliente**
- **Procesos preventivos del fraude**
- **Analítica inteligente**





61%

Datos de localización
o de la red



33%

Datos de
navegación



28%

Datos biométricos físicos
o de comportamiento

¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN SE RECOGE DE LOS CLIENTES PARA PREVENIR EL FRAUDE?

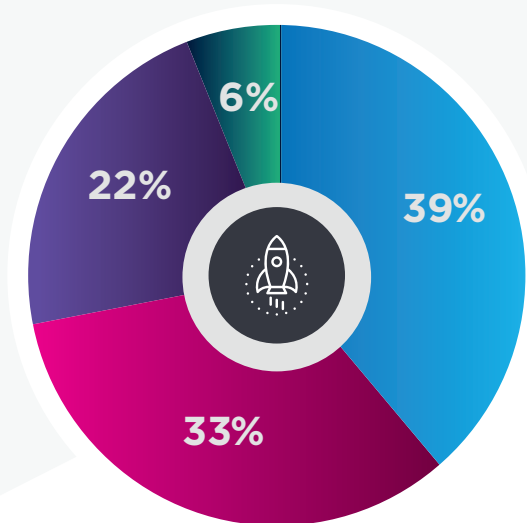
Todas las empresas consultadas por la AEECF coinciden en que la recopilación de datos personales de los clientes es fundamental para prevenir el fraude. Concretamente los datos de contacto junto a los financieros es el punto en el que más empresas coinciden con un 83% de los consultados.

Por otro lado, la recopilación de información sobre localización o datos de la red desde la que se esté conectando el usuario, es la segunda tipología de datos más utilizada, un 61%, afirma recoger dichos datos para prevenir el fraude, con un 17%.

Sin embargo, solo un 33% afirma recoger datos de navegación y un 28% datos biométricos tanto físicos como de comportamiento.

Principal reto en materia de prevención de fraude

- Procesos antifraude más sofisticados
- Validación eficiente identidad de cliente
- Mayor agilidad de implantación de medidas
- Nuevas fuentes de datos para prevenir el fraude



¿CUÁL ES EL PRINCIPAL **RETO** AL QUE SE ENFRENTAN LAS EMPRESAS EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE FRAUDE?

La mayoría de los encuestados, un 39%, opina que el principal reto está en diseñar procesos de prevención del fraude cada vez más sofisticados que no interfieran en la experiencia del cliente. Para el 33% de los encuestados el reto más importante al que se enfrentan es el de la validación eficiente de la identidad del cliente, mientras que para el 22% es ganar agilidad para la implantación de medidas de prevención del fraude a la velocidad que requiere el mercado.

« En el informe anterior de la AEECF el 77% de los encuestados señalaban que el principal impedimento a la hora de compartir información con otras empresas se encuentra en la nueva normativa RGDP. »

LA **COMPARTICIÓN DE DATOS** MULTISECTORIAL

La AEECF ha preguntado a los responsables de los departamentos de fraude acerca de la importancia de compartir datos, no competitivos, sobre fraude entre entidades del mismo sector o de diferentes sectores. La gran mayoría de los expertos (70%) indican que esta práctica reduciría la tasa de fraude entre un 25% y hasta un 50%.

Muchos de los asociados ya están participando en este sistema de compartición de datos que la Asociación lanzó hace más

de 6 años, por lo que sus respuestas están basadas en hechos reales y no solo en previsiones. Lo que sigue siendo cierto es el freno que muchas entidades ven es la regulación para poder compartir mayor variedad de datos, el año pasado, el 77% de los encuestados señalaban que el principal impedimento a la hora de compartir información con otras empresas se encuentra en la nueva normativa RGDP. La realidad es que la Agencia Española de Protección de Datos hace ya tiempo que contempla la compartición de datos dentro del marco del interés legítimo en este ámbito.

¿QUÉ OCURRIÓ EN **2019** EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE FRAUDE?

Durante 2019 el auge del canal online marcó la tendencia alcista de los fraudes. Como se ve en las respuestas recibidas, el incremento de los intentos de fraude vino acompañado de medidas destinadas a prevenirlo enfocadas a este canal.

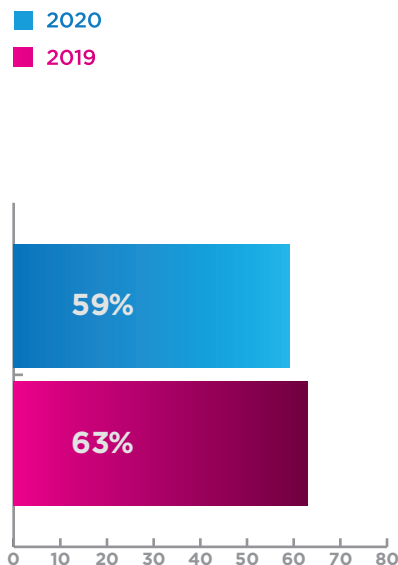
En este apartado, analizamos los tipos de fraude más habituales en 2019, así como la evolución y el impacto del mismo en las entidades.

EVOLUCIÓN DEL FRAUDE EN LAS EMPRESAS DURANTE EL 2019

Se observó un claro **incremento en los intentos de fraude** durante todo el 2019, el 59% de los encuestados así lo afirman, la buena noticia es que en el informe realizado por la Asociación el año anterior eran un 63% los que respondían afirmativamente a esta pregunta.

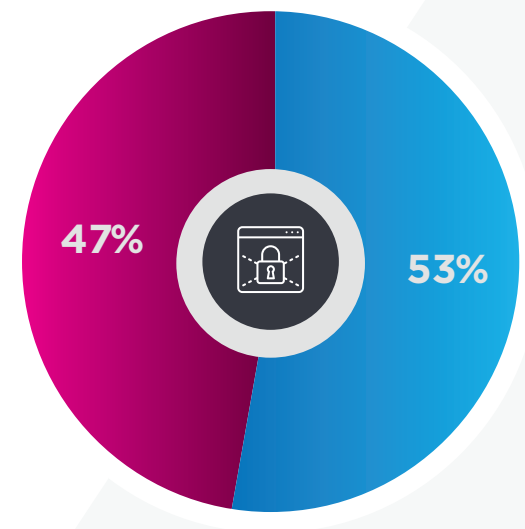
En lo que se refiere al **fraude evitado** se ha producido una división de opiniones, casi a la mitad, para el 53% de los encuestados se ha mantenido mientras que para un 47% ha aumentado. Buena noticia que se haya producido, para muchas entidades, un incremento del fraude que se ha conseguido parar.

Encuestados que afirman que los intentos de fraude se incrementaron



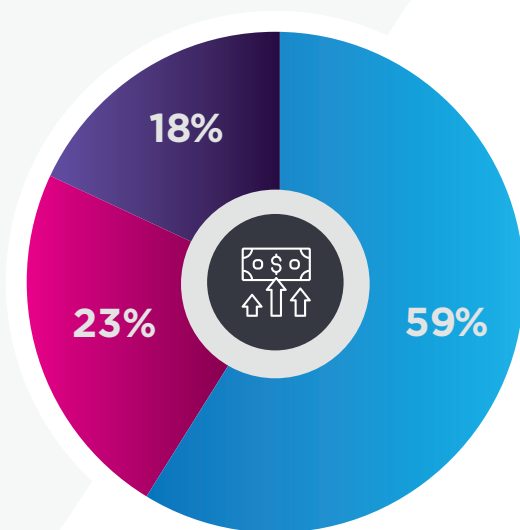
Fraude evitado

- Se ha mantenido
- Ha aumentado



Impacto económico del fraude

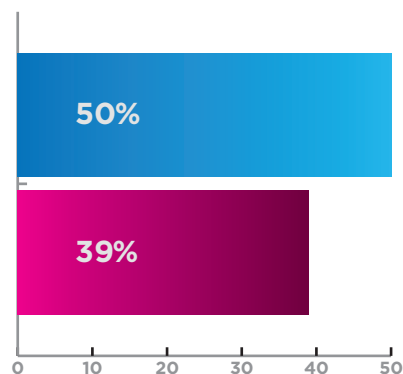
- Ha aumentado
- Ha descendido
- Se ha mantenido



El informe revela que el **impacto económico del fraude** sufrido se incrementó en 2019 con respecto al año anterior para un 59% y solo para el 23% de los encuestados se ha visto reflejado un descenso.

Importe medio defraudado

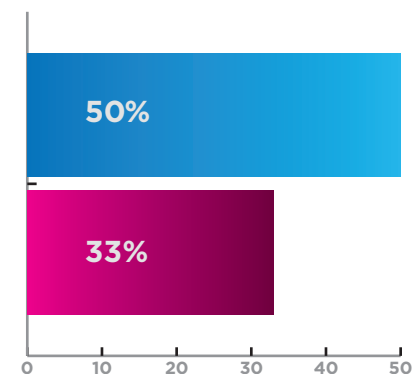
- Menos de 5.000€
- Entre 5.000 - 15.000€



En lo que a **importe medio de las cuantías defraudadas** en cada intento de fraude se refiere, el 50% de los encuestados afirman que fue de menos de 5.000€, mientras que un 39% aseguran que el importe medio se encontraba entre 5.000€ y los 15.000€.

Importe total pérdidas por fraude

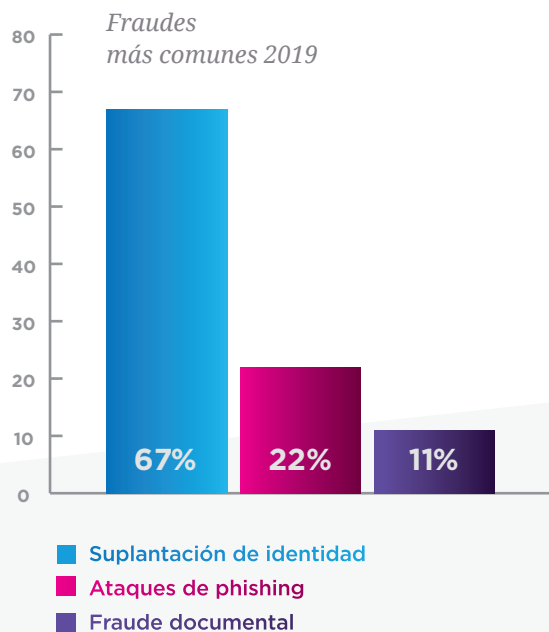
- 1 millón de €
- 100.000 - 300.000€



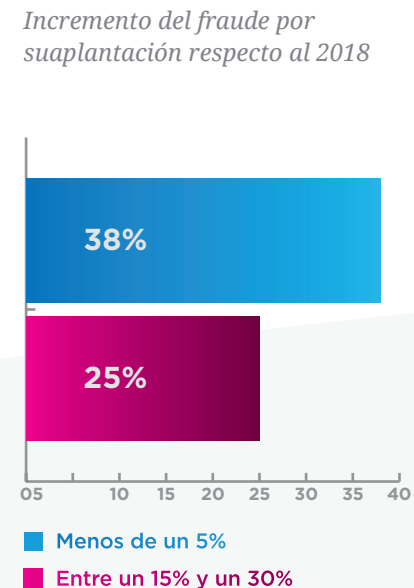
El **importe total** de pérdida por motivos de fraude en 2019 para los encuestados se encuentra en el millón de euros, según el 50% de los mismos, mientras que el 33% asegura perdieron entre 100 mil y 300 mil euros por este mismo motivo.

FRAUDES MÁS HABITUALES SUFRIDOS EN 2019

Los asociados de la AEECF indican que los **3 tipos de fraudes más habituales** que sufrieron en 2019 fueron el fraude por suplantación de identidad (67%), los ataques de phishing (22%) y el fraude documental en el que prima la modificación de los datos reales de los usuarios (11%).



Según el 38% de los encuestados, el **fraude por suplantación de identidad**, se incrementó en menos de un 5% en 2019 con respecto al año anterior. Sin embargo, existe otro 25% de empresas consultadas que han experimentado un aumento en esta tipología de fraude de entre un 15% y un 30% en un año. Está claro que no todas las entidades han sufrido en la misma medida el incremento en este tipo de fraude, ya que de las respuestas podemos desprender que entidades de diferentes sectores han sufrido de manera desigual el fraude por suplantación de identidad.



«Las empresas han sufrido de manera desigual el fraude por suplantación de identidad.»

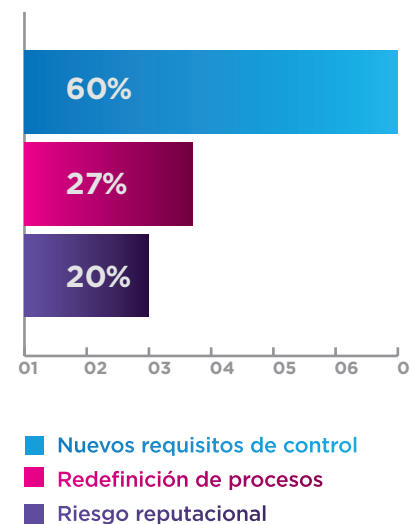
En lo que se refiere al fraude online, si hacemos una comparativa de lo que ocurría hace 3 años con respecto a lo que ocurre ahora, la amplia mayoría de los encuestados 78% indica que la **preocupación en su organización con respecto al fraude online** se ha incrementado. Una tendencia que seguirá en aumento a medida que los clientes y consumidores se decantan más por las transacciones online. Ya en el informe elaborado el año pasado la preocupación alcanzaba al 84,2% de los encuestados.

CONSECUENCIAS SUFRIDAS POR EL AUMENTO DEL FRAUDE

Como ya hemos señalado, la mayoría de las empresas, 59%, han experimentado un aumento de los **intentos del fraude** y este dato deriva en 5 consecuencias principales para las organizaciones, la más destacada ha sido la creciente necesidad de incorporar nuevos **requisitos de control** según indican el 83% de los encuestados.

Si nos centramos en el **impacto económico** sufrido por las empresas a consecuencia del fraude, vemos que el 71% de los encuestados coincide en que son las propias pérdidas de fraude las que han supuesto mayor impacto para ellos.

Consecuencias más importantes del fraude sufrido



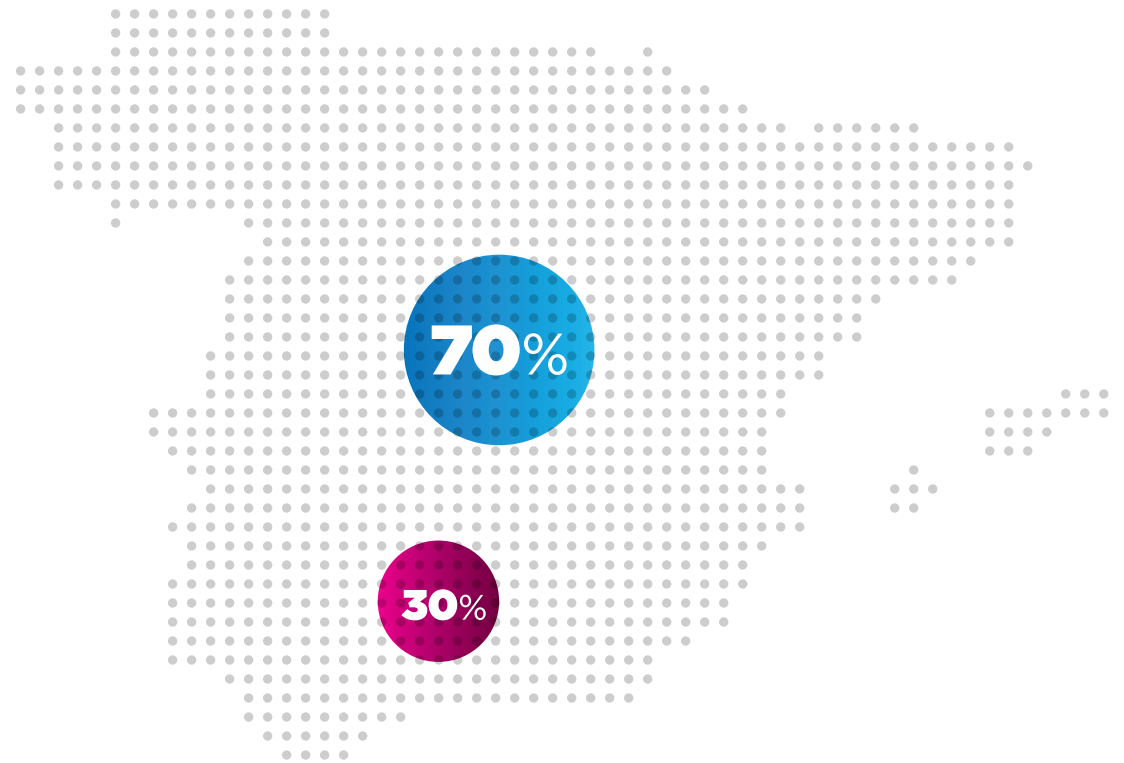
LOS FOCOS MÁS ACTIVOS DE ESPAÑA EN ACTIVIDADES FRAUDULENTAS

El foco más activo de fraude en España se centra en la capital. El 70% de los encuestados por la AEECF destaca **Madrid** como la Comunidad Autónoma con el mayor índice de fraude durante 2019.

Andalucía es la segunda comunidad que más tasa de fraude concentra de España, el 30% de las organizaciones consultadas la destacan en segundo lugar.

La amplia mayoría de los encuestados (80%) indica que se ha producido un mayor incremento de fraude durante 2019 con respecto al año anterior en la Comunidad de Madrid.

Se observa un segundo foco en la **Comunidad Valenciana** que también experimentó un importante aumento del 20%.



MADRID

Foco **más activo** para el 70% y el que **más aumenta**, para el 80% de los encuestados

ANDALUCÍA

Segundo foco **más activo** para el 30% de los encuestados

C. VALENCIANA

El segundo foco en cuanto al **incremento del fraude**

PLANES A FUTURO

Les preguntamos a nuestros encuestados por las iniciativas que están actualmente implantando o implantarán en los próximos 12 meses.

El 69% de los encuestados indican que actualmente están implantadas o tienen previsto implantar **soluciones** enfocadas al enriquecimiento de información con nuevas fuentes de datos como la geolocalización de los usuarios, el análisis del dispositivo móvil de cada cliente.

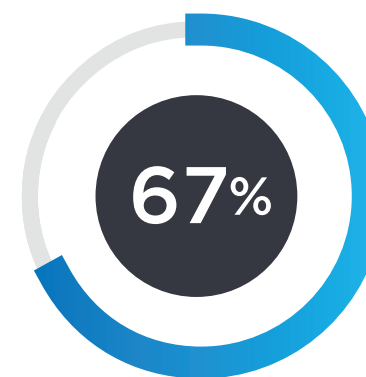
La tecnología es una gran aliada para la prevención del fraude y el 72% de los asociados consultados coinciden en implementar medidas relacionadas con tecnología avanzada para la verificación de identidad, como por ejemplo la biometría, que les ayude a prevenir el fraude.

Se encuentra también entre los planes de implantación o están ya en curso el uso de la analítica avanzada, la Inteligencia Artificial o el Aprendizaje Automático para el 56% de los encuestados.

En términos de **presupuesto para prevenir el fraude** de cara al 2020, la mayoría de los encuestados, un 67%, aseguraba que disponía de más de 50.000€ para invertir en este 2020.

Presupuesto prevención fraude

■ Más de 50.000 €



Medidas



- Geolocalización
- Análisis dispositivo móvil de cliente
- Verificación avanzada
- Biometría
- Inteligencia artificial
- Machine Learning



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE EMPRESAS
CONTRA EL FRAUDE

asociacioncontraelfraude.com