

## News Release

For Immediate Release

### **Los consumidores no relacionan las infecciones de bot con una conducta de riesgo**

#### **La MAAWG 2010 Email Security Consumer Survey se expande a Norteamérica y Europa occidental**

**SAN FRANCISCO, March 25, 2010/PRNewswire/** -- Un porcentaje importante de consumidores continúan interactuando con el spam a pesar de su concienciación sobre cómo los bots y virus se propagan mediante una conducta de e-mail de riesgo, según el Grupo de Trabajo contra el Abuso en Mensajería (MAAWG) basándose en una nueva encuesta que ha emitido hoy para Norteamérica y Europa occidental. Aunque más del ochenta por ciento de los usuarios de e-mail conocen la existencia de bots, decenas de millones responden al spam de forma que podrían dejarles vulnerables a una infección de malware, según la 2010 MAAWG Email Security Awareness and Usage Survey. En la nueva encuesta, la mitad de los usuarios dijeron que habían abierto spam, haciendo clic en un enlace de spam, abriendo un adjunto de spam, respondiendo o reenviándolo - actividades que dejan a los consumidores susceptibles al fraude, phishing, robo de identidad e infección. Aunque la mayoría de los consumidores dijo que conocían la existencia de bots, sólo un tercio creyó que eran vulnerables a una infección.

"Los consumidores deben entender que no son testigos sin capacidad. Pueden desempeñar una función de ser resistentes a los spammers no abriendo sus e-mails o marcándolos como basura", dijo Michael O'Reirdan, presidente de MAAWG.

"Cuando los consumidores responden al spam o hacen clic en los enlaces en correo basura, a menudo se exponen al fraude o a que sus ordenadores se vean comprometidos por criminales que los utilizan para propagar más spam, virus y lanzar ciberataques", dijo O'Reirdan.

Los descubrimientos de la investigación sobre concienciación de bots, prácticas de seguridad de e-mail, actitudes hacia el control del spam fueron generalmente consistentes con la primera encuesta de consumo de MAAWG en 2009 que cubre Norteamérica. La nueva encuesta 2010 se expandió para cubrir Europa occidental y observa las actitudes de los consumidores en Canadá, Francia, Alemania, España, Reino Unido y Estados Unidos.

#### **Síndrome de a mí no me pasará**

Menos de la mitad de los consumidores encuestados se vieron a sí mismos como la entidad que debería ser más responsable para detener la propagación de virus. Sin embargo, sólo el 36% de los consumidores cree que podría tener un virus y el 46% de los que abrieron el spam lo hicieron intencionadamente.

Esto es un problema porque el spam es uno de los vehículos más comunes para propagar bots y virus. El malware se instala a menudo sin saberlo en los ordenadores de los usuarios cuando abren un adjunto en un e-mail basura o haciendo clic en un enlace que les lleva a un sitio web envenenado, según O'Reirdan.

Los consumidores más jóvenes tienden a considerarse más conocedores de la seguridad, posiblemente porque han crecido con Internet, aunque también asumen más riesgos. Entre los descubrimientos clave de la encuesta están:

- Casi la mitad de los que abrieron spam lo hicieron intencionadamente. Muchos quisieron eliminar su suscripción o quejarse al remitente (25%), para ver qué ocurriría (18%) o estuvieron interesados en el producto (15%).
- En general, el 11% de los consumidores ha hecho clic en un enlace en spam, el 8% ha abierto adjuntos, el 4% los ha reenviado y el 4% ha contestado al spam.
- En general, el 44% de los usuarios se considera "en parte experimentado" en seguridad de email. En Alemania, el 33% de los usuarios se ve como "experto" o "muy experimentado", seguidos por un 20% en España, Reino Unido y Estados Unidos, el 16% en Canadá y sólo el 8% en Francia.
- Los hombres y los usuarios de email menores de 35 años, los mismos grupos demográficos que tienden a considerarse más experimentados con la seguridad de e mail, son más propensos a abrir o hacer clic en enlaces o a reenviar spam. Entre los usuarios de e mail menores de 35 años, el 50% notificó haber abierto spam en comparación con el 38% de los mayores de 35. Los usuarios jóvenes también fueron más propensos a haber hecho clic en un enlace en spam (13%) en comparación con menos del 10% de los consumidores mayores.
- Los consumidores son más propensos a que su proveedor de Internet o email sea más responsable de detener virus y malware. Sólo el 48% se ven como los más responsables, aunque en Francia esta cifra cae al 30% y al 37% en España.
- Sin embargo, en términos de efectividad antivirus, los consumidores se calificaron a sí mismos por delante de todos los demás, excepto los vendedores de antivirus: el 56% de los consumidores calificaron su propia capacidad para detener el malware y el 67% calificó la de los vendedores de antivirus como muy o bastante buena. Las agencias gubernamentales, agencias de defensa de consumidores y sitios de redes sociales estuvieron entre los de calificación más baja.

La encuesta se realizó online entre el 8 y el 21 de enero entre más de mil usuarios de e-mail en Estados Unidos y más de 500 usuarios de e-mail en cada uno de los otros cinco países. Los participantes fueron consumidores generales responsables de gestionar la seguridad de su dirección de e-mail personal.

Tanto los descubrimientos de la encuesta como el informe completo están disponibles en el sitio web de MAAWG, <http://www.MAAWG.org>. La investigación de 2010 se realizó por Ipsos Public Affairs, y el informe completo incluye comparaciones para muchas de las cuestiones junto con los cuadros detallados.

### **Acerca del Grupo de Trabajo contra el Abuso en Mensajería (MAAWG)**

El Grupo de Trabajo contra el Abuso en Mensajería (MAAWG) es el punto donde la industria de la mensajería se reúne para luchar contra el spam, virus, rechazo de los ataques al servicio y otras formas de explotación online. MAAWG ([www.MAAWG.org](http://www.MAAWG.org)) es la única organización que trata el abuso en mensajería holísticamente abarcando sistemáticamente todos los aspectos del problema, incluyendo tecnología, colaboración con la industria y regulación pública. Ofrece la profundidad y experiencia de sus miembros globales para abordar el abuso en las redes existentes y nuevos servicios emergentes. Con sede en San Francisco, California, MAAWG es un foro abierto conducido por las necesidades del mercado y respaldado por los principales operadores de redes y proveedores de mensajería.

**Contacto para medios:** Linda Marcus, APR, +1-714-974-6356, [lmarcus@astra.cc](mailto:lmarcus@astra.cc), Astra Communications

---

**Junta directiva de MAAWG:** AOL; AT&T (NYSE: T); Cloudmark, Inc.; Comcast (Nasdaq: CMCSA); Cox Communications; Eloqua; France Telecom (NYSE y Euronext: FTE); Goodmail Systems; Openwave Systems (Nasdaq: OPWV); Time Warner Cable; Verizon Communications; y Yahoo! Inc.

**Miembros de derecho de MAAWG:** 1&1 Internet AG; Apple Inc.; Bizanga LTD; Cisco Systems, Inc.; Constant Contact (CTCT); e-Dialog; Experian CheetahMail; Genius.com; Internet Initiative Japan, (IIJ Nasdaq: IIJI); McAfee Inc.; NeuStar, Inc.; PayPal; Return Path, Inc.; Spamhaus; Sprint; y Symantec

Una lista de miembros completa está disponible en <http://www.maawg.org/about/roster>.

---