

**PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE LA COMISIÓN PERMANENTE DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LA COMISION NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS Y A LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR PARA QUE EN EL MARCO DE SUS ATRIBUCIONES IMPLEMENTEN UNA CAMPAÑA INFORMATIVA CON LA FINALIDAD DE PREVENIR FRAUDES FINANCIEROS EN COMPRAS A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITALES.**

La Suscrita Martha Tagle Martínez, diputada federal integrante del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano en la LXIV Legislatura del H. Congreso de la Unión, con fundamento en lo señalado en los artículos 78, párrafo segundo, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los artículos 116 y 122, numeral 1 de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, así como los artículos 58 y 60 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, someto a la consideración de la Comisión Permanente, la siguiente Proposición con Punto de Acuerdo al tenor de las siguientes:

### **CONSIDERACIONES**

El desarrollo de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (TIC) y su aplicación en la sociedad modifican la vida social, cultural y económica. En este sentido, la evolución de internet ha favorecido que el intercambio de información se realice de manera más rápida y eficiente; además, posibilita que los usuarios accedan de forma más fácil a bienes y servicios. <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. Revista electrónica, Scielo. Fecha de consulta 23 de julio del 2020. Disponible en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2227-18992018000300014](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014)

La adopción del comercio electrónico por parte del sector empresarial mundial crece continuamente, sin embargo, a medida que las organizaciones aumentan su tamaño, el comercio electrónico se vuelve más complejo y desafiante.

México se encuentra entre los países que en los que habrá un aumento estimado de 40 por ciento anual en las ventas en línea, debido a que la pandemia acelerará el afianzamiento del comercio electrónico.<sup>2</sup>

Desafortunadamente, de manera paralela, la delincuencia ha aprovechado el momento de la pandemia y de la parálisis de acción que atraviesan las instituciones gubernamentales, de justicia y bancarias para realizar todo tipo de fraude desde la compra de artículos con cheques sin fondos hasta los delitos cibernéticos, como la clonación de tarjetas de crédito, débito y *pay pal*.

En su mayoría estas asociaciones delictuosas han hallado sesgos en la legislación judicial y financiera; por ejemplo tienden a practicar el robo de identidad, delito que solo está penalizado tan solo en 16 entidades del país, y que a nivel federal no se ha legislado. Lo que ha derivado en un incremento sustancial de denuncias por este tipo de ilícitos en todo país.

En ese sentido, la Organización de las Naciones Unidas ha mencionado que “el robo de identidad, se ha convertido en la forma más común de fraude al consumidor en internet, y la manera más corriente es mediante el abuso de información de tarjetas

---

<sup>2</sup> Las ventas en línea en México se acelerarán 40% por el Covid. Revista digital, Expansión. Fecha de consulta 23 de julio del 2020. Disponible en: <https://expansion.mx/tecnologia/2020/04/26/ventas-en-linea-se-aceleraran-40-por-el-covid-19>

de crédito, esta actividad puede causar efectos depresivos en la economía, elevar los costes del crédito y reducir la confianza en el comercio electrónico.”<sup>3</sup>

Al respecto, el titular de la Unidad de Delitos Financieros (UIF) expuso que “en los meses de pandemia los delitos de fraude financiero, usurpación de identidad, trata y pornografía infantil, cometidos a través de internet, se han incrementado en el país” Asimismo, citó ejemplos y dijo que desde la UIF siguen generando modelos de riesgo para recibir denuncias vinculadas con varias cuestiones, como el incremento de fraudes financieros en los últimos meses, la usurpación de identidad en páginas de internet o redes sociales, así como los fraudes que se hicieron con la Secretaría del Bienestar, en los que se emitieron una serie de tarjetas falsas, pidiéndole a la gente que se registrara y diera una aportación a un número de cuenta para activar la tarjeta.<sup>4</sup>

Por otra parte, también el Instituto para la Estabilidad Financiera emitió un comunicado donde alerta que “la contingencia mundial a causa del coronavirus propicia un entorno favorable para los delitos financieros, por lo que las entidades del sistema financiero deben reforzar áreas específicas, tales como seguridad cibernética, de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo”.

---

<sup>3</sup> ONU “Alerta del robo de la identidad online y el tráfico con pornografía infantil”. Fecha de consulta 23 de julio del 2020. Disponible en: [http://revista.cleu.edu.mx/new/descargas/1301/articulos/01\\_La\\_suplantacion\\_de\\_identidad\\_de\\_tipo\\_fisico\\_informatico\\_y\\_de\\_telecomunicaciones\\_como\\_nueva\\_manifestacion\\_de\\_conductas\\_antisociales.pdf](http://revista.cleu.edu.mx/new/descargas/1301/articulos/01_La_suplantacion_de_identidad_de_tipo_fisico_informatico_y_de_telecomunicaciones_como_nueva_manifestacion_de_conductas_antisociales.pdf)

<sup>4</sup> Los fraudes financieros en línea incrementaron durante los meses de confinamiento en México. Portal electrónico, Infobae. Fecha de consulta 23 de julio del 2020. Disponible en: <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/07/01/los-fraudes-financieros-en-linea-incrementaron-durante-los-meses-de-confinamiento-en-mexico/>

Además de los fraudes que se cometen en el comercio electrónico, otra de las plataformas que ha presentado debilidades es *Marketplace* de Facebook para muestra los siguientes casos:

1. *Mariana, quien decidió comprar a través de estos grupos boletos de avión, entregó el dinero, confió ciegamente en alguien y esa persona a pesar de darle dos números de reservas reales la engañó llevándose los ahorros de dos años de ella y su esposo.*

*“Fue terrible, contamos con realizar el viaje, trabajé duro por dos años sin comprarme nada, lo mismo que mi esposo, y al llegar al aeropuerto nos indicaron que esos vuelos si se reservaron pero que después se cancelaron. Por una alerta de fraude”, menciona.*

*Al no poder adquirir otros boletos Mariana perdió toda la inversión hecha en un viaje a Europa, su sueño se esfumó y su dinero también.*

2. *Las estafas laborales también están presentes en esta red social, pues en línea se ofrecen trabajos a cambio de ciertas sumas o para robar datos personales.<sup>5</sup>*
3. *En los anuncios de autos en Marketplace te contacta una persona interesada en adquirir el auto señalando que les urge comprar y que no tienen tiempo de ir al banco así que endosan un cheque, cuando este cheque se intenta cobrar en ventanilla, carece de fondos. Mientras tanto las personas que venden ya han entregado prácticamente la documentación y llaves del vehículo.*

Ante las situaciones anteriores, la Procuraduría Federal del Consumidor advirtió que al tratarse de una red, no puede hacer nada al respecto, en caso de que algún consumidor sea víctima de fraude al comprar un producto en dicha plataforma.

---

<sup>5</sup> Crecen las estafas a través de Facebook. Diario, Reporte Indigo. Fecha de consulta 23 de julio del 2020. Disponible en: <https://www.reporteindigo.com/reporte/crecen-estafas-a-traves-de-facebook/>

Volviendo, al uso de tarjetas de crédito y/o débito para compras en línea es necesario precisar que la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) señaló que el año pasado (2019) los tarjetahabientes de crédito y débito compraron en comercios en línea poco más de 246 mil millones de pesos.<sup>6</sup>

Compras autorizadas con tarjetas en sitios de Comercio Electrónico						
Año	Millones de operaciones			Millones de pesos		
	Tarjeta de crédito	Tarjeta de débito	Total	Tarjeta de crédito	Tarjeta de débito	Total
2015	24.1	13.8	37.9	43 623	8 402	52 025
2016	47.0	43.2	90.2	60 502	18 012	78 514
2017	76.9	96.8	173.7	90 619	39 581	130 200
2018	111.7	173.2	288.9	122 693	67 601	190 294
2019	145.0	277.6	422.6	147 814	98 223	246 037

**Fuente:** Micrositio de Comercio Electrónico de la Condusef.

Por ello, es importante señalar que, en tanto los tarjetahabientes toman las medidas preventivas necesarias para realizar sus compras en los sitios de Internet, el volumen de contracargos o reclamaciones se notará reducido.

Cabe señalar que existe el recurso del *contracargo* que es un mecanismo creado para solucionar aquellos cargos que se realizan a una tarjeta de crédito o débito que no son reconocidos. Es una manera de poder proteger al tarjetahabiente de cargos hechos sin su consentimiento. Se genera cuando un tarjetahabiente se pone en contacto directo con su banco para notificar que no reconoce un cargo hecho a su tarjeta de crédito o débito. Sin embargo, muchas de estas incidencias resultan improcedentes.

<sup>6</sup> Condusef informa sobre las medidas a considerar al realizar compras en comercio electrónico. Institución Gubernamental, Condusef. Fecha de consulta 23 de julio del 2020. Disponible en: <https://www.gob.mx/condusef/prensa/condusef-informa-sobre-las-medidas-a-considerar-al-realizar-compras-por-comercio-electronico>

A continuación, acorde a datos extraídos del portal de Condusef, se muestra como han incrementado los fraudes y cuál ha sido la métrica porcentual de la institución para resolver estos asuntos a favor de las y los usuarios que realizaron alguna compra en línea. Como se puede observar, la efectividad de alcance de la Condusef e instituciones bancarias por compras en internet apenas supera el 50 por ciento en resoluciones favorables. Lo cual es alarmante, y más en esta etapa de confinamiento en la que las personas no pueden salir de casa a darle seguimiento a sus reportes financieros.



#### FRAUDES CIBERNÉTICOS Y TRADICIONALES:

Al cuarto trimestre de 2019, las quejas por fraudes cibernéticos crecieron 36% respecto de 2018 y representan cada año una mayor proporción.

	2015	2016	2017	2018	2019	VAR. (2019 vs 2018)
<b>TOTALES</b>	3,922,913	5,297,588	6,605,074	7,300,575	9,028,024	
<b>CIBERNÉTICOS</b>	790,936	1,765,654	3,443,605	4,313,844	5,887,729	36%
	20%	33%	52%	59%	65%	-
<b>TRADICIONALES</b>	3,131,666	3,525,246	3,134,353	2,961,218	3,140,283	6%
	80%	67%	47%	41%	35%	-
Por definir	311	6,688	27,116	25,513	12	-

El monto reclamado de los fraudes cibernéticos ascendió a \$11,171 mdp; se bonificó sólo el 45% y 86 de cada 100 fraudes cibernéticos se resolvieron a favor del usuario.

Como puede verse, este tipo de delitos ha ido al alza, como se ha señalado en líneas anteriores, el fraude cibernético está siendo uno de los métodos más usados para mermar la economía de las personas. Aunado a ello, señalar que estos delitos impactan también en las micro y pequeñas empresas, debido a que por los sobrecargos generados por fraudes éstas sufren daños económicos que impactan directamente en la solvencia del negocio, lo cual los pone en riesgo de sobrevivir.

En México contamos con dos instancias cruciales para la prevención de este tipo de fraudes, Profeco y Condusef; ambas tienen facultades para difundir información que sea útil a los usuarios en la toma de decisiones de consumo.

La Ley Federal de Protección al Consumidor establece que:

*Artículo 1. Son principios básicos en las relaciones de consumo:*

*II. La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones;*

*IV. La efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales o colectivos;*

*VI. El otorgamiento de información y de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos;*

*VIII. La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados;*

*Artículo 8 Bis. La Procuraduría deberá **fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente**, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.*

*Para este propósito, elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por los medios a su alcance...*

Además de que contempla un Capítulo VIII bis específico para los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

Por su parte la Ley de protección y defensa al usuario de servicios financieros señala en su artículo 5 que *la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros tendrá como finalidad **promover, asesorar, proteger y defender los derechos e intereses de los usuarios frente a las Instituciones Financieras**, arbitrar sus diferencias de manera imparcial y proveer a la equidad en las relaciones entre éstos, así como supervisar y regular de conformidad con lo previsto en las leyes relativas al sistema financiero, a las Instituciones Financieras, a fin de procurar la protección de los intereses de los Usuarios.*

*La Comisión Nacional procurará **el establecimiento de programas educativos, y de otra índole en materia de cultura financiera**, para lo cual los elaborará y propondrá a las autoridades competentes.*

Además, en la fracción XV del artículo 11 establece que la Comisión debe proporcionar información a los Usuarios relacionada con los servicios y productos que ofrecen las Instituciones Financieras, y elaborar programas de difusión con los diversos beneficios que se otorguen a los Usuarios.

En suma, el fraude en el comercio electrónico es un problema que seguirá en aumento si no se mejoran sustancialmente las acciones preventivas que mejoren la efectividad de las medidas de seguridad y verificación de identidades en las operaciones electrónicas.

Finalmente, se vuelve imprescindible que los sectores público y privado fomenten una mayor educación financiera a través de programas y campañas informativas con la finalidad de elevar el conocimiento de las graves consecuencias del fraude y así la ciudadanía pueda prevenirlo.

Por lo anteriormente expuesto se somete a consideración la siguiente proposición con:

### **PUNTO DE ACUERDO**

**Único.** La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta respetuosamente a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros y la Procuraduría Federal del Consumidor para que en el marco de sus atribuciones implementen una campaña informativa con la finalidad de prevenir fraudes financieros en compras a través de plataformas digitales.

**Diputada Martha Tagle Martínez**

Dado en la Comisión Permanente, a 28 de julio del 2020