



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

DocuSigned by:

Presidencia Mesa Directiva, Congreso CDMX - I Legislatura

5318C6AE94DA4FD...

**DIP. MARGARITA SALDAÑA HERNANDEZ
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
I LEGISLATURA
P R E S E N T E**

Alfredo Pérez Paredes, Diputado Local integrante del Grupo Parlamentario del Partido MORENA, con fundamento en lo dispuesto por los Artículos; 29, apartado D, inciso K, de la Constitución Política de la Ciudad de México; 13, fracción IX de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5, fracciones I, VI y X, 100, del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de esta Soberanía el siguiente: **PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LA COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y A LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, A ALERTAR A LA POBLACIÓN MEDIANTE CAMPAÑAS Y BOLETINES INFORMATIVOS PARA NO DEJARSE SORPRENDER POR EMPRESAS GESTORAS DE CRÉDITOS QUE OFRECEN PRESTAMOS DE DINERO MEDIANTE PUBLICIDAD ENGAÑOSA E INTRUSIVA A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS Y DIGITALES, CON EL PROPOSITO DE PROTEGER Y ALERTAR A LA CIUDADANIA DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTAN Y ASÍ PROTEGER LA ECÓNOMIA DE LOS USUARIOS.**



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La publicidad es un medio eficaz para conseguir mayores ventas o clientes, pero cuando es usada de manera errónea puede producir como resultado negativo.

La publicidad engañosa es una modalidad de publicidad que suele incluir información equivocada o claramente falsa sobre un bien o servicio en particular, con intención de generar confusión en el público y alterar su comportamiento como consumidor.

A través del uso de la publicidad engañosa se persigue, como su propio nombre indica, el engaño del público para que este forme una idea del bien o servicio alejada de la realidad.

A la hora de llevar a cabo la campaña publicitaria se destacan determinados aspectos sobre el producto para llamar la atención del consumidor potencial y de esta manera aumentar el nivel de ventas. No obstante, esto se hace de manera desleal al poner de relieve ciertas características que no concuerdan con la realidad de lo que se ofrece en el mercado.

Uno de los ejemplos más simples y útiles a la hora de entender esta práctica es en la publicidad de los restaurantes de comida rápida. En estos, se presentan hamburguesas muy apetecibles a la vista, de gran tamaño y con múltiples ingredientes. Luego, al pedir este producto en el establecimiento, la comparación entre la realidad y lo anunciado a menudo es desigual.

También es entendida como publicidad engañosa la omisión de ciertos datos o características del producto. Un ejemplo es anunciar un coche destacando múltiples extras y servicios que por defecto no se incluyen al comprar dicho coche. En este sentido, publicidad engañosa, ya que esto no se ha indicado en el espacio publicitario.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

Es difícil determinar hasta qué punto los usuarios deben soportar tanta publicidad que no ha solicitado y que muchas veces en lugar de conseguir su objetivo terminan por conseguir ira y molestia además de mucho estrés.

Existen numerosas formas de realizar una publicidad que resulte engañosa, están son las principales:

Publicidad con términos que puedan significar diferentes cosas y lleven a confusión al comprador, alternando su percepción del producto.

Utilizar fechas engañosas en forma de promociones para apremiar al cliente a tomar su decisión de compra y que luego este periodo de tiempo no sea finalmente tan corto y sea necesaria tanta urgencia.

Omitir los costes adicionales del producto u otros datos importantes, o bien incluirlos de manera prácticamente oculta o ininteligible. Un claro ejemplo son aquellas ocasiones en las que no se incluye el importe del IVA en los precios finales de los productos, o no citar en contratos las cláusulas de permanencia, especialmente en telefonía móvil.

No informar de productos complementarios y necesarios para el disfrute del bien principal, como por ejemplo en el caso de un decodificador en los servicios de televisión de pago.

En el caso de préstamos personales, las gestoras de crédito engañan a los clientes al solicitarles adelantos o comisiones adelantadas para la apertura de cuentas o procesos ante instituciones bancarias.

A menudo el empleo de publicidad engañosa es también una forma del perjudicar a competidores y rivales en un mercado, haciendo que un producto en cuestión destaque sobre sus competidores aprovechando campañas publicitarias de carácter engañoso y que afectan al poder de decisión de los consumidores, que optan por



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

un producto que no se expone de manera sincera frente a otros equivalentes que probablemente se publicitan de forma leal y más cercana a la realidad.

En ese sentido, es habitual en casi la totalidad de países del mundo una legislación consecuente y estricta con este tipo de prácticas de marketing y que se centran en la defensa de los intereses de los consumidores y rigen la competencia en los mercados.

En lo que respecta a la publicidad intrusiva la frecuencia con que llegan estos mensajes o llamadas también es sumamente molesta sobre todo si nos encontramos realizando alguna actividad en la cual necesitamos mucha atención, en este caso las llamadas son las que ocasionan mayor incomodidad porque podemos pensar que se trata de un familiar, asunto de trabajo o amistad y cuando contestamos resulta ser un anuncio publicitario el cual terminamos por cortar si se trata de una grabación y contestar molestos si se trata de una llamada realizada por una persona.

Se debe mencionar que es válido que las empresas aprovechen los recursos con que cuentan para obtener algún tipo de beneficio pero cuando sobrepasa los límites de la paciencia y utilizan los métodos equivocados para lograrlo terminan por conseguir quejas de los usuarios y que busquen otra empresa en lugar de conseguir el objetivo de todo anuncio publicitario que es conseguir mayores ganancias o clientes.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

PROBLEMÁTICA

Durante muchos años, tradicionalmente, las únicas entidades que concedían préstamos a particulares y a empresas eran los bancos y cajas de ahorros; aunque legalmente, pero con una regulación escasa, existía la posibilidad de créditos de consumo por empresas o particulares que no pertenecían a la jerarquía financiera propia de los bancos y cajas.

Para la mayor seguridad de las operaciones y con el objetivo de evitar riesgos innecesarios, estas entidades financieras solicitaban garantías que determinadas personas y pequeñas empresas no podían aportar; y de este hueco de mercado surgió la visión de algunas empresas, de ofrecer a particulares créditos con una serie de ventajas como rapidez, inmediatez, facilidad y simplificación de trámites, que pronto conllevaron la creación de un nuevo sector, en medio de las entidades financieras tradicionales y la posibilidad privada de créditos entre particulares.

Actualmente, cuando una actividad comercial o industrial es legal, se puede realizar publicidad de la misma con el fin de informar y persuadir acerca de las ventajas y beneficios de sus productos o servicios.

Pero en la publicidad analizada, y en buena parte de la publicidad relacionada con los servicios y productos financieros, se informa poco acerca de los aspectos económicos, limitándose a vender beneficios como la inmediatez para conseguir el crédito, la cuantía del préstamo que se puede obtener fácilmente, omitiendo, o dejando en segundo nivel, aspectos importantes y necesarios para poder tomar una decisión racional, puesto que la misma tiene consecuencias para el comportamiento económico de las personas, y una obligación ética y moral de la publicidad y las actividades económicas es no inducirles a error en sus decisiones de compra o adquisición de productos y servicios.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

La publicidad de los créditos de consumo al instante ofrece una serie de elementos para conseguir que las personas se interesen por estos productos. Estos elementos aportan valor para el emisor, y supuestos beneficios para las personas interesadas. Sin embargo, en la publicidad no aparece toda la información necesaria para que las personas puedan formarse una opinión y valoración correctas acerca de los aspectos positivos y negativos de los productos financieros, siendo la omisión uno de los aspectos más significativos.

El problema más usual que se encuentra en los anuncios es la falta de información, especialmente la información relativa a las condiciones económicas (tipo de interés, consecuencias del incumplimiento de los pagos, garantías, etc.) Se trata de elementos que el consumidor debe tener en cuenta en el momento de formar y tomar una decisión.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) ha alertado a la población en general de personas que se hacen pasar como empleados de alguna entidad financiera, para engañar y defraudar ante la necesidad de un crédito que buscan los usuarios para de esa forma obtener beneficios económicos indebidos.

Muchos son los casos que la Condusef ha identificado este tipo de práctica, en donde estos sujetos se aprovechan de la necesidad económica de las personas que finalmente son engañadas.

UNIFIN FINANCIERA, SOFOM E.N.R., hizo del conocimiento a esta Comisión Nacional que en días pasados, un usuario que caminaba en las cercanías del WTC de la Ciudad de México, fue víctima de los engaños que realizan diversas personas, que ofrecen que UNIFIN resolverá su situación financiera a través de créditos en 72 horas.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

Al usuario le fue entregada una publicidad engañosa en la que aparece el número telefónico de la supuesta SOFOM E.N.R. Una vez que se puso en contacto vía telefónica, se le invitó a acudir a las oficinas ubicadas en el WTC de la Ciudad de México, en la calle de Montecitos 38, piso 24 oficina 23, de la colonia Nápoles.

Los estafadores, le hicieron creer que le otorgarían un crédito por la cantidad de \$550,000.00, por lo que celebró un ?CONTRATO DE SERVICIOS? (NO por el crédito que solicitaba) y fue condicionado a entregar la cantidad de \$36,000.00 por concepto de una apertura de cuenta. Además, le pidieron suscribir un pagaré de \$550,000.00 en favor de una empresa denominada ?CONFINCOR, S. DE R.L. DE C.V.?

Una vez que el usuario cumplió con todo lo solicitado, le manifestaron que el crédito de \$550,000.00 estaba a su disposición en cualquier sucursal BANAMEX con una clave de liberación que se le otorgó y resultó falsa, ya que en dicho banco así se lo hicieron saber.

La CONDUSEF te recomienda que antes de solicitar algún tipo de crédito, tomes en cuenta las siguientes recomendaciones:

Si requieres financiamiento, cerciórate de la identidad y registro de la institución ante la CONDUSEF; es mucho más seguro acudir con instituciones debidamente autorizadas.

Verifica si el asesor, promotor de crédito o ejecutivo que te atiende, trabaja o presta sus servicios en la institución con la que deseas adquirir tus productos financieros.

No te dejes engañar por la aparente rapidez para el otorgamiento del crédito que ofrecen algunas empresas, y no pagues por adelantado cuota alguna.

No entregues documentos personales o datos de tarjetas de crédito o débito, si no estás seguro de que sea una empresa seria.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

No compartas información personal, contraseñas, NIP o cualquier otro dato de tus cuentas, ni realices transferencias electrónicas o depósitos bancarios, si no estás seguro de la correcta identificación de la entidad que te otorga el crédito.

Acudir a instituciones financieras debidamente registradas te da la seguridad de que si tienes algún problema o inconformidad, puedes presentar tu queja ante la CONDUSEF.

Fuente: Condusef

Por su parte la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) ha advertido a los consumidores de posible publicidad engañosa de múltiples gestoras de créditos que tratan de captar e inducir a clientes para la contratación de préstamos económicos que se caracterizan en el mejor de los casos por no cumplir por un lado con el contrato que firman con el consumidor y por otro lado con los servicios que prometen, ya que como se mencionó anteriormente algunas de estas entidades financieras se establecen de forma temporal para solicitar montos de dinero a los usuarios necesitados para supuestas comisiones bancarias y después de defraudarlos desaparecen de la noche a la mañana.

Las supuestas firmas ofertan créditos inmediatos con pocos requisitos y solicitan depósitos previos de dinero con la finalidad de "apartar el crédito", por comisiones por apertura o como fianza en garantía, la que en la mayoría de las ocasiones es el 10 por ciento del monto del crédito.

El *modus operandi* de estas empresas falsas es contactar a la víctima vía telefónica, en anuncios clasificados, en volantes que se reparten en cruceros viales en donde publicitan créditos fáciles, sin aval, sin consulta al Buró de crédito, sin límite en el monto del préstamo y en poco tiempo, haciéndose pasar por una entidad financiera



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

y ofrecer créditos con mensualidades pequeñas, una vez convencida la víctima le solicitan el depósito de garantía a una cuenta bancaria.

Cada vez son más los casos en que las personas son sorprendidas en razón de alguna urgencia económica y caen en los engaños de estas empresas que garantizan préstamos y que finalmente defraudan a los clientes.

Cuando los usuarios realizan los depósitos para supuestamente obtener el crédito y se quieren poner en contacto con la presunta entidad financiera, no lo logran y recurren a la Condusef para verificar su existencia, sin embargo, se confirma el fraude y suplantación de una entidad financiera.

Un microempresario restaurantero, quien pidió el anonimato, narró que en su búsqueda para sanear su pequeña empresa buscó apoyo en una financiera de las que operan en la ciudad, pero resultó timado con más de 29 mil pesos.

“Me siento defraudado en este momento, ya que lo que decían en el anuncio no es verdad; me prometieron un préstamo de 500 mil pesos en un máximo de siete días, y el dinero nunca llegó”, explicó.

El pequeño empresario fue timado por una empresa cuyo domicilio fiscal está en la Ciudad de México; ahora se animó a denunciar porque vio un anuncio de la misma empresa circular en un diario local.

Fuente: Diario de Yucatán 2015



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México



NECESITAS DINERO?

SOLUCIONES PARA TODO, ¡¡¡VIVE MEJOR!!!

PRESTAMOS

NO HURO DE CREDITO NO CON. DE INGRESOS

MONTOS

\$ 100,000
\$ 200,000
\$ 300,000
\$ 400,000
\$ 500,000
\$ 1,000,000
\$ 2,000,000

AYUDAS AUTO CASA NEGOCIO LIQUIDEZ

Te prestamos hasta \$80,000

Crédito Inmediato

No cobramos

-Hasta 3 años rescuentos fijos



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

La proliferación de fraudes a través de préstamos de dinero fácil y sin trámites, ha alertado autoridades federales y de la Ciudad de México por lo que ya investigan a empresas que se anuncian como instituciones financieras que otorgan créditos, sin embargo muchas de ellas no se encuentran en el Sistema de Registro de Prestadores Financieros (Sipres), son las empresas gestoras de préstamos que enganchan a los clientes bajo la promesa de liberar líneas crediticias sin revisar el buró de crédito.

Es a través de la publicidad engañosa que estas empresas prometen a los usuarios créditos con montos atractivos y a largo plazo y una vez firmado el contrato es cuando les solicitan dinero para trámites y el primer abono, pero nunca liberan los créditos.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

FUNDAMENTO JURÍDICO

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Artículo 32.- *La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables, claros y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.*

Párrafo reformado DOF 13-05-2016

Para los efectos de esta ley, se entiende por información o publicidad engañosa o abusiva aquella que refiere características o información relacionadas con algún bien, producto o servicio que pudiendo o no ser verdaderas, inducen a error o confusión al consumidor por la forma inexacta, falsa, exagerada, parcial, artificiosa o tendenciosa en que se presenta.

La información o publicidad que compare productos o servicios, sean de una misma marca o de distinta, no podrá ser engañosa o abusiva en términos de lo dispuesto en el párrafo anterior.

Queda prohibido incluir en la información o publicidad en la que se comercialice un producto o servicio, toda leyenda o información que indique que han sido avalados, aprobados, recomendados o certificados por sociedades o asociaciones profesionales, cuando éstas carezcan de la documentación apropiada que soporte con evidencia científica, objetiva y fehaciente, las cualidades o propiedades del producto o servicio, o cualquier otro requisito señalado en las leyes aplicables para acreditar las mismas.

Párrafo adicionado DOF 11-01-2018

La Procuraduría podrá emitir lineamientos para el análisis y verificación de dicha información o publicidad a fin de evitar que se induzca a error o confusión al consumidor, considerando el contexto temporal en que se



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

difunde, el momento en que se transmite respecto de otros contenidos difundidos en el mismo medio y las circunstancias económicas o especiales del mercado.

En el análisis y verificación de la información o publicidad, la Procuraduría comprobará que la misma sea veraz, comprobable, clara y apegada a esta Ley y a las demás disposiciones aplicables.

Párrafo adicionado DOF 13-05-2016

Previo a su difusión, los proveedores de manera voluntaria, podrán someter su publicidad a revisión de la Procuraduría, a fin de que la misma emita una opinión no vinculante.

Párrafo adicionado DOF 11-01-2018

Artículo reformado DOF 04-02-2004, 15-12-2011

Por lo anteriormente expuesto someto ante este H. Congreso de la Ciudad de México la siguiente Proposición con Punto de Acuerdo que busca que las autoridades competentes identifiquen y sancionen a estas empresas gestoras de créditos que lucran con la necesidad económica de las personas e informen y adviertan a la ciudadanía mediante campañas informativas para no dejarse sorprender.



I LEGISLATURA

ALFREDO PÉREZ PAREDES

Diputado del Congreso de la Ciudad de México

RESOLUTIVO

PUNTO DE ACUERDO

UNICO.- PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LA COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS Y A LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, A ALERTAR A LA POBLACIÓN MEDIANTE CAMPAÑAS Y BOLETINES INFORMATIVOS PARA NO DEJARSE SORPRENDER POR EMPRESAS GESTORAS DE CRÉDITOS QUE OFRECEN PRESTAMOS DE DINERO MEDIANTE PUBLICIDAD ENGAÑOSA E INTRUSIVA A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS Y DIGITALES, CON EL PROPOSITO DE PROTEGER Y ALERTAR A LA CIUDADANIA DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTAN Y ASÍ PROTEGER LA ECÓNOMIA DE LOS USUARIOS.

ATENTAMENTE

DocuSigned by:

Alfredo Pérez Paredes

EDCB72A6A1A5473...

DIP. ALFREDO PEREZ PAREDES