



Viabilidad de la implementación del *Onboarding* Digital en entidades financieras no tradicionales: SOFIPO y SOCAP, enfoque regulatorio



implementada por:



Viabilidad de la implementación del *Onboarding* Digital en entidades financieras no tradicionales: SOFIPO y SOCAP, enfoque regulatorio

Francisco José Mier Sainz Trápaga
y Carlos Foncerrada Ramírez

D.R. © Este material fue encomendado por la Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe (DSIK) y realizado por los consultores Francisco José Mier Sainz Trápaga y Carlos Foncerrada Ramírez, en el marco del proyecto regional “Fomento de Servicios Financieros Digitales para Fortalecer las Instituciones Financieras Regionales y la Inclusión Financiera en México”, financiado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania.

Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio electrónico o mecánico, sin permiso por escrito del propietario.

Diciembre de 2021

CONTENIDO

Definiciones	4
Capítulo I. Introducción	6
Capítulo II. Desarrollo. Análisis legal y regulatorio del Onboarding digital	9
II.1 Breve descripción del sector de ahorro y crédito popular	9
II.2 Distinción entre SOCAP y SOFIPO	10
II.3 Implicaciones de las diferencias de los sectores en el <i>Onboarding</i> digital	10
II.4 Regulación, requisitos legales y obligaciones aplicables al <i>Onboarding</i> digital	11
II.4.1 Onbording presencial	11
II.4.2 Onboarding digital	13
II.4.3 Particularidades	18
II.5 Diferencias en la legislación y regulación entre banca tradicional y entidades SOFIPO o SOCAP, en materia de <i>onboarding</i> digital	20
II.6 Viabilidad de <i>Onboarding</i> digital desde el punto de vista legal	20
II.6.1 Desafíos del Onboarding digital	20
II.6.2 Formas de cumplir con la regulación en materia de Onboarding digital	23
Capítulo III. Conclusiones	24
Referencias	26
ANEXOS	27
ANEXO 1. Datos y documentos de los expedientes de identificación	27
ANEXO 2. Requisitos para solicitar la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para realizar el <i>Onboarding</i> digital	29
ANEXO 3. Características de una Firma Electrónica Fiable	31
ANEXO 4. Elementos de seguridad que deben verificarse en los documentos válidos de identificación	33
ANEXO 5. Requisitos para la contratación de proveedores	34
ANEXO 6 Diferencias en la regulación entre banca tradicional y entidades SOFIPO o SOCAP, en materia de <i>Onboarding</i> digital	36
ANEXO 7. Puntos a resaltar de las entrevistas realizadas en el estudio	39
ANEXO 8. Tipos de identificación emitidas por las autoridades mexicanas	41

DEFINICIONES

Para efectos del presente documento se entenderá, en forma singular o plural, por:

Cliente, a cualquier persona física, moral que a) Actúe a nombre propio o a través de mandatos o comisiones, que sea cuentahabiente de una Entidad, o b) Utilice, al amparo de un contrato, los servicios prestados por la Entidad o realicen Operaciones con esta.

CNBV o Comisión, a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores;

Dispositivo, al equipo que permite acceder a la red mundial denominada Internet, utilizado para abrir cuentas, celebrar contratos o realizar Operaciones a través de páginas de Internet o aplicaciones móviles, entre otros desarrollos tecnológicos, que las propias Entidades pongan a disposición de sus Clientes para llevarlas a cabo. Los Dispositivos no podrán: a) Ser propiedad de las Entidades. b) Ser controlados por las Entidades. c) Otorgarse bajo controles adicionales por las Entidades a sus Clientes para que puedan realizar Operaciones, o d) Encontrarse instalados en las sucursales de las propias Entidades o en sitios públicos;¹

Disposiciones, a las DISPOSICIONES de carácter general a que se refiere el artículo 124 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular y a las DISPOSICIONES de carácter general a que se refieren los artículos 71 y 72 de la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo;

Entidades o Sociedades, a las Sociedades Financieras Populares y las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo a que se refieren la Ley de Ahorro y Crédito Popular y la Ley para regular las actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo, respectivamente;

Firma Electrónica, a los rasgos o datos en forma electrónica consignados en un Mensaje de Datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo por cualquier tecnología, que son utilizados para identificar al suscriptor u originador de la instrucción de alguna Operación o servicio financiero e indicar que el firmante aprueba la información contenida en el Mensaje de Datos, y que produce los mismos efectos jurídicos que la firma autógrafa;²

Firma Electrónica Avanzada, al certificado digital con el que deben contar las personas físicas y morales, conforme a lo dispuesto por el artículo 17-D del Código Fiscal de la Federación;

Geolocalización, a la ubicación geográfica del Dispositivo utilizado para abrir cuentas, celebrar contratos o realizar Operaciones no presenciales, la cual consiste en obtener las coordenadas geográficas de latitud y longitud a través del sistema de posicionamiento global (GPS) en que se encuentre el Dispositivo;

¹ En caso de que, por las características de los dispositivos, no pueda proporcionar las coordenadas geográficas de latitud y longitud a través del GPS, las Entidades deberán obtener las coordenadas geográficas de latitud y longitud basadas en el emparejamiento de la dirección de protocolo de Internet que proporcione el Dispositivo del Cliente con una ubicación geográfica, para la obtención aproximada de dichas coordenadas.

² En términos del artículo 89 del Código de Comercio, la definición es la misma. Asimismo, el citado ordenamiento legal aclara que, en aquellas disposiciones que se refieran a Firma Digital, se considerará a ésta como una especie de la Firma Electrónica, aunque en las Disposiciones y para efectos del documento se hacen referencias únicamente a firma electrónica.

Infraestructura Tecnológica, a los equipos de cómputo, instalaciones de procesamiento de datos y comunicaciones, equipos y redes de comunicaciones, sistemas operativos, bases de datos, aplicaciones y sistemas que utilizan las Entidades para soportar sus operaciones;

Manual de Cumplimiento, al documento a que se refieren las Disposiciones y en el que se deben incluir las políticas, medidas, criterios, procedimientos y mecanismos que las entidades deben adoptar para el cumplimiento de las Disposiciones;

Mecanismo Tecnológico de Identificación, a alguno de los procedimientos a través de los cuales las Entidades lleven a cabo el cotejo del documento válido de identificación y la aplicación de pruebas de vida;

Mensaje de Datos, a la información generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología, conforme al Código de Comercio;

Operaciones, a las que realicen las Entidades conforme a lo dispuesto en los artículos 36 o 46 Bis 20 de la Ley, según sea el caso, cuando sean celebradas con Clientes o Usuarios e independientemente del nivel de operación de la Entidad, así como las operaciones activas, pasivas y de servicios que las Entidades puedan realizar conforme a las reglas de carácter general que expida la Comisión conforme a los artículos 36, 46 Bis y 46 Bis 20 de la Ley;

Riesgo, a la probabilidad de que las Entidades puedan ser utilizadas por sus Clientes o Usuarios para realizar actos u Operaciones a través de los cuales se pudiesen actualizar los supuestos previstos en los artículos 139 Quáter o 400 Bis del Código Penal Federal;

SOCAP, a las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo con niveles de operación de I a IV;

SOFIPO, a las Sociedades Financieras Populares;



CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La prestación de servicios financieros presenta dos caras de una misma moneda, definidas a través de los intereses de los involucrados. Por un lado, está la oferta de productos y servicios proveídos por las entidades financieras, las cuales buscan encontrar nuevos clientes, mantenerlos, fidelizarlos y utilizarlos para comenzar el ciclo con nuevos prospectos. Por otra parte, se encuentran las personas demandantes de productos y servicios financieros, que buscan instrumentos para satisfacer sus necesidades de ahorro, crédito, inversión que les ayuden a construir un patrimonio, hacer frente a emergencias económicas, prepararse para el futuro.

En ambos casos, se observa una brecha en el grado de alcance de los intereses. En muchas ocasiones la inversión en sucursales (adquisición o renta de un establecimiento, remodelación, equipamiento y contratación de personal para su operación), la obtención de permisos y trámites para lograrlo, así como su mantenimiento puede ser un obstáculo. Adicionalmente, la dispersión geográfica de muchas comunidades y localidades dificultan aún más este panorama.

Por lo anterior, no todas las personas tienen acceso a los servicios financieros. De acuerdo con la información más reciente publicada por la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI, por sus siglas en inglés), solo el 47.09% de los adultos en México tienen una cuenta de depósito en una institución regulada³.

El Gobierno Federal ha considerado muy relevante este tema, por lo que desarrolló una Política Nacional de Inclusión Financiera⁴. Dentro de esta política se considera que *"la inclusión financiera contribuye al crecimiento económico y al bienestar, ya que dota a la personas y empresas de herramientas para mejorar el manejo de su liquidez, prepararse y superar alguna emergencia económica, alcanzar*

³ <https://www.afi-dataportal.org/en/explore/countrysummary>

⁴ Política Nacional de Inclusión Financiera (www.gob.mx)

metas financieras y aprovechar oportunidades, y tener mayor control sobre sus finanzas; es decir, a lograr una mejor salud financiera”⁵.

La puerta de entrada para que una persona tenga acceso a los servicios financieros a través de una institución regulada implica que el proveedor del servicio realice un proceso de conocimiento del prospecto de cliente, con el fin de prevenir delitos de lavado de dinero y evitar el riesgo de fraude.

Este proceso se ha realizado tradicionalmente de manera presencial, lo que implica que las personas interesadas en abrir una cuenta en una institución financiera deben acudir a ella, presentar una serie de documentos y cumplir algunos requerimientos. El proceso conlleva a la persona costos de traslado y de oportunidad por el tiempo invertido en realizar este proceso, a la institución el tiempo del personal que brinda la atención personalizada.

La pandemia mundial de COVID-19 ha acelerado una tendencia de la población a buscar servicios en forma remota y el sector financiero no es ajeno a esta situación. En este sentido, el que las instituciones financieras puedan ofrecer a su probable clientela la opción de abrir cuentas en forma remota se vuelve más atractivo, tanto por una población que demanda este servicio como una opción por parte de las instituciones para llegar a clientes y zonas fuera de su zona tradicional de operación.

Dadas las características de los clientes de las sociedades del sector de ahorro y crédito popular (SACP) y las zonas en las que operan; es muy conveniente que estas sociedades puedan realizar la contratación remota de nuevos socios y clientes, así como ofrecer a los ya existentes la opción de contratar operaciones por este medio. De esta manera se logrará aumentar el porcentaje de personas con acceso a los servicios financieros, en especial de un segmento de la población que la banca comercial parece no estar muy interesada en atender.

Es por eso que, la *Sparkassenstiftung* Alemana, con el objetivo de posibilitar el acceso de todas las personas a servicios financieros, apoyar la economía local y fomentar la educación financiera básica, busca apoyar a entidades del sector de ahorro y crédito popular en México, en este caso, proporcionando conocimientos prácticos adquiridos en experiencias en innovación y transformación digital de las cajas de ahorro alemanas (*Sparkassen*).

El esfuerzo busca apoyar a las referidas entidades en su camino hacia la innovación y transformación digital para que hagan uso de tecnologías digitales centradas en las necesidades de las personas, de modo que los grupos poblacionales desfavorecidos puedan acceder a mejores productos y servicios financieros.

Como parte de este esfuerzo, la *Sparkassenstiftung* Alemana busca como primer paso que la experiencia compartida permita a las entidades del sector de ahorro y crédito popular realizar actividades de contratación remota (*Onboarding* digital) de socios y clientes, contar con personas cada vez más digitales y atender a aquellas personas que buscan una alternativa remota considerando las restricciones a la movilidad causada por la actual pandemia de COVID-19.

En este contexto, se definió como objetivo del presente proyecto determinar la viabilidad de que las Sociedades Financieras Populares (SOFIPO) y Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo

⁵ Política Nacional de Inclusión Financiera (www.gob.mx), pág. 12.

(SOCAP) específicamente, puedan implementar un proceso de *Onboarding* digital en sus procesos de captación de clientes, desde un enfoque legal y regulatorio.

Para estos fines y para efectos del presente estudio, se considera como *Onboarding* digital al “proceso electrónico que permite la identificación remota de una persona frente a una institución financiera que conducirá a que se convierta en socio o cliente de la institución; cuyo resultado genera una confianza (sobre la identidad del cliente y el origen de sus fondos) equivalente a la de un proceso presencial”.

Con esa base destaca que, de acuerdo con el documento “*Onboarding* digital” escrito por Iván Nabalón, Diego Herrera y Sonia Vadillo y emitido por el Banco Interamericano de Desarrollo en 2021 este proceso puede integrarse por las siguientes etapas:

- Verificación de la identidad del cliente.
- Conocimiento sobre el origen de los fondos del cliente.
- Realización de chequeos antifraude.

Por otra parte, según el mismo documento existen 3 diferentes tipos de experiencias en el *Onboarding* digital, basadas en las tecnologías utilizadas, a saber:

1. Verificación de la identidad a través de soluciones basadas en imágenes/*selfies*, en donde se toman fotografías de los documentos de identidad tanto del anverso como del reverso.
2. Entrevista por videoconferencia, consistente en la grabación de una entrevista por videoconferencia, donde un agente guía al cliente para que muestre su documento de identidad y se pueda verificar su autenticidad y realiza algunas preguntas para validar la identidad de la persona.
3. Videoidentificación, la cual consta de 2 etapas: primero se realiza un registro, que graba un video de inicio a fin, en el que el cliente —guiado por el sistema—muestra su documento de identidad y su rostro para realizar una prueba de vida y una comparación biométrica con la imagen del documento de identidad y en un segundo paso, el video y los datos biométricos son enviados a una aplicación en la que un equipo humano calificado verifica las pruebas del registro.

Con esos antecedentes es que se llevó a cabo la revisión y el análisis de la regulación sobre el *Onboarding* digital en el sector de ahorro y crédito popular en México.

La presentación de los resultados del estudio se realizará mediante el desarrollo de 2 capítulos adicionales a la presente introducción. El segundo capítulo aborda el análisis de la regulación aplicable a las entidades, tanto a nivel general como aquella vinculada directamente al proceso de *Onboarding* digital, con el fin de establecer los elementos para determinar su contribución a la implementación del proceso o si por el contrario representa un obstáculo. La evaluación se complementa con el análisis de los requerimientos aplicables según el nivel de riesgo de los clientes/socios, así como con la comparación de la regulación aplicable a la banca tradicional, para finalmente con base en los aspectos analizados, determinar la viabilidad del *Onboarding* digital para las entidades. En el tercer capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones respectivas desde el punto de vista legal y regulatorio.



CAPÍTULO II. ANÁLISIS LEGAL Y REGULATORIO DEL ONBOARDING DIGITAL

II.1 Breve descripción del sector de ahorro y crédito popular

En 2001 se emitió la Ley de Ahorro y Crédito Popular, con el objeto, según la exposición de motivos respectiva, de crear un marco legal que, establezca mecanismos que faciliten la organización y expansión de la actividad económica del sector social fortaleciendo la confianza y credibilidad en las actividades financieras que desarrollan los organismos que captan ahorro popular y otorgan crédito al consumo o a la producción de micro y pequeñas empresas.

Aunque con posterioridad se realizaron modificaciones a la legislación que tuvieron como consecuencia la promulgación de la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo en la que se regula y establece los términos en los que el Estado mexicano ejercerá la rectoría de dichas entidades, dejando en la Ley de Ahorro y Crédito Popular la regulación correspondiente a las sociedades financieras populares, ambas figuras, se siguen considerando Entidades integrantes de lo que denominamos sector de ahorro y crédito popular, el cual tiene como principal característica, proporcionar productos y servicios financieros a la población del país con menores ingresos o que debido a sus circunstancias geográficas o culturales no han sido atendidos por otras entidades financieras tradicionales como los bancos comerciales.

II.2 Distinción entre SOCAP y SOFIPO

No obstante, la similitud de operaciones, en particular las de captación de depósitos de ahorro y el otorgamiento de préstamos o crédito, el origen y sector de la población objeto de atención en común que tienen las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo y las sociedades financieras populares, existen diferencias en su constitución y organización que es pertinente aclarar y considerar en el análisis del proceso de *Onboarding* digital, las cuales se resumen en la Tabla 1 a continuación:

Tabla 1

Diferencias en la constitución y organización de las sociedades financieras populares y las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo

Aspecto	Sociedad financiera popular (SOFIPO)	Sociedad cooperativa de ahorro y préstamo (SOCAP)
Figura jurídica	Sociedad anónima.	Sociedad cooperativa.
Forma de control	Principalmente, mediante la tenencia accionaria, a mayor participación o aportación en el capital más votos.	Se reconoce un voto por socio, independientemente de sus aportaciones.
Objetivo	Obtener beneficios económicos para sus socios o accionistas.	Satisfacer las necesidades de la población de las comunidades o zonas geográficas en donde operan.
Usuarios	Clientes	Las personas deben volverse socios de la institución para tener derecho a recibir los servicios de crédito y ahorro.

II.3 Implicaciones de las diferencias de los sectores en el *Onboarding* digital

Frente a este escenario y tomando en cuenta la definición de *Onboarding* digital considerada en el presente estudio, destaca que, mientras en las Sociedades Financieras Populares el *Onboarding* en general consistiría en identificar al cliente, verificar los datos y documentos proporcionados para asegurarse que el cliente es quién dice ser y llevar a cabo la contratación del producto o servicio, en las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo, se requiere cumplir el requisito de asociar al prospecto “cliente”, situación que se desprende del análisis del texto del artículo 33 de la Ley General de Sociedades Cooperativas que indica que, se entenderá como ahorro, la

captación de recursos a través de depósitos de ahorro de dinero de sus **socios** (énfasis añadido); y como préstamo, la colocación y entrega de los recursos captados entre sus mismos **socios** (énfasis añadido), además de lo establecido en el artículo 51, en el sentido de que, cada socio deberá aportar por lo menos el valor de un certificado.

En ese sentido, con independencia de los requisitos y procedimientos descritos para llevar a cabo el Onboarding digital, aplicable tanto a las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo como a las Sociedades Financieras Populares, se requiere de un proceso adicional para que las personas se asocien a las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, siendo esta la principal diferencia en el proceso que nos ocupa y que se alcanza mediante la emisión de un certificado de aportación, el cual deberá entregarse a los socios afiliados.

II.4 Regulación, requisitos legales y obligaciones aplicables al *Onboarding* digital

La regulación sobre las operaciones de las Entidades del sector de ahorro y crédito popular está definida en la Ley de Ahorro y Crédito Popular (para las SOFIPO) y la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (para las SOCAP), sin embargo, los requisitos sobre el proceso de identificación de los usuarios y de verificación de datos e información proporcionada por los mismos, antes de iniciar una relación comercial o proporcionar servicios o asociar a los mismos están contenidos en Disposiciones de carácter general emitidas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que establecen, entre otros aspectos, las medidas y procedimientos mínimos que las Entidades están obligadas a observar para prevenir y detectar los actos, omisiones u operaciones que pudieran favorecer, prestar ayuda, auxilio o cooperación de cualquier especie para la comisión de los delitos de lavado de dinero o financiamiento al terrorismo.

En particular, las Disposiciones en cuestión son:

- Para SOFIPO, las DISPOSICIONES de carácter general a que se refiere el artículo 124 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular.
- Para SOCAP, las DISPOSICIONES de carácter general a que se refieren los artículos 71 y 72 de la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo.

II.4.1 *Onbording presencial*

Antes de tratar el proceso de Onboarding digital, es pertinente conocer el proceso de Onboarding presencial o tradicional, ya que existen elementos en común a considerar.

Al respecto, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general referidas, el proceso de Onboarding lo deben realizar las sociedades antes de recibir aportaciones a su capital social y establecer una relación comercial con el cliente⁶, y constará de los siguientes pasos:

Identificación

Celebrar una entrevista presencial con la persona o su representante legal a fin de recabar diversos datos y documentos de identificación, según el tipo de cliente ([ANEXO 1](#)).

Verificación

Verificar los datos y documentos que los posibles Clientes proporcionen a las Entidades para acreditar su identidad.

Esta verificación podrá ser realizada por terceros sin que esto exima a las Entidades del cumplimiento a las obligaciones previstas en las Disposiciones.

El proceso de identificación del Cliente es un proceso clave, ya que permite a la Entidad garantizar que la persona es realmente quien dice ser. Una vez realizado, permite al Cliente, en ocasiones de forma casi inmediata, la contratación de diversos servicios con la Entidad.

Integración de expediente

Elaborar y observar una política de identificación del Cliente, que comprenderá, cuando menos, integrar y conservar un expediente de identificación de cada uno de sus Clientes y formará parte del Manual de Cumplimiento de la Entidad. La política implica integrar los expedientes de identificación de los Clientes, recabando datos de identificación y copia simple de diversos documentos, según el tipo de cliente ([ANEXO 1](#)).

Asentar de forma escrita o electrónica los resultados de la referida entrevista los cuales deben constar en los Archivos o Registros de la Entidad.

El expediente de identificación puede ser utilizado para todas las cuentas o contratos que un mismo Cliente tenga en la Entidad.

Esta posibilidad de utilizar el expediente en más de un contrato o cuenta es una facilidad; sin embargo, es posible que las entidades vuelvan a pedir información en caso de ser necesaria, en virtud del producto a contratar o por la necesidad de actualizar la información, por ejemplo, comprobantes de ingresos o consultas al historial crediticio, en el caso de solicitudes de crédito. No obstante, se ha observado que, muchas entidades actualizan el expediente o vuelven a requerir la totalidad de información y documentación cada vez que sus clientes solicitan un nuevo producto, retardando los procesos de contratación por no utilizar la facilidad, al no establecer políticas y procedimientos claros de identificación, que consideren supuestos específicos.

⁶ Las Disposiciones de ambos sectores hablan de Clientes, aunque en el caso de las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo estos son socios.

Es de destacar que, las Entidades tendrán prohibido recibir aportaciones al capital social de las mismas, celebrar contratos o mantener cuentas anónimas bajo nombres ficticios o en las que no se pueda identificar al Cliente o Propietario Real, por lo que únicamente podrán celebrar Operaciones con sus Clientes cuando hayan cumplido con los requisitos de identificación de estos.

II.4.2 Onboarding digital

Con independencia de los requisitos y obligaciones previstos en la regulación citada en el presente documento, se debe tener en cuenta que el Onboarding digital carecería de sentido si las entidades no cuentan con una aplicación móvil o una aplicación web a través de la cual se lleven a cabo las operaciones una vez que realizados los procesos de identificación y verificación.

Con base en el proceso anterior, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público dentro de las mismas Disposiciones permite que, las Entidades reciban aportaciones al capital social de la misma, abran una cuenta o celebren un contrato sujetos a ciertos límites de operación, a través de Dispositivos de forma no presencial a Clientes de nacionalidad mexicana y que, en lugar de recabar copia de los documentos de identidad, recaben las versiones digitales de la documentación de identificación, siempre que se cumpla lo siguiente:

Requisitos previos

- 1.** Obtener previa autorización de la Comisión (en el [ANEXO 2](#) se muestran los requisitos para solicitarla).

No será necesaria esta autorización si las Sociedades se sujetan a los siguientes umbrales y se utiliza el Mecanismo Tecnológico de Identificación consistente en la verificación de la información biométrica del solicitante, detallado en la Tabla 2:

- En el caso de aportaciones de capital social y apertura de cuentas de depósito que ofrezcan las Entidades a solicitantes, la suma de los abonos en el transcurso de un mes calendario no exceda del equivalente en moneda nacional a 30,000 Unidades de Inversión.
- En el caso de créditos al consumo, la línea de crédito o monto otorgado no exceda el equivalente en moneda nacional a 60,000 Unidades de Inversión.

En este caso sólo se deberá informar de manera previa a la Comisión los productos y la fecha en la que empezarán a ofrecerlos, a través de los medios electrónicos que esta última señale.

- 2.** El *Onboarding* digital será aplicable a personas físicas, personas físicas con actividad empresarial o personas morales, todos de nacionalidad mexicana.

Mecanismos tecnológicos válidos

Las Disposiciones consideran dos procedimientos de verificación o validación, denominados Mecanismos Tecnológicos de Identificación, los cuales consisten en cotejar el documento de identificación y aplicar una prueba de vida.

Las Sociedades podrán optar por alguno o ambos de estos Mecanismos; sin embargo, deberán observar los umbrales de operación^{7 8} señalados en la Tabla 2:

Tabla 2

Mecanismos tecnológicos de identificación que se pueden utilizar

Operación/ Mecanismo	A. Grabación	B. Información biométrica ⁹
Descripción	Tecnología que permita identificar al solicitante mediante una grabación que contenga imagen y sonido.	Verificar la coincidencia de la información biométrica del solicitante y asegurarse de que las aplicaciones o medios de que dispongan aseguren que la huella dactilar se obtenga directamente del solicitante.
Aportaciones de capital social y apertura de cuentas de depósito.	La suma de los abonos en el transcurso de un mes calendario no exceda del equivalente en moneda nacional a 30,000 Unidades de Inversión.	La suma de los abonos en el transcurso de un mes calendario no exceda del equivalente en moneda nacional a 60,000 Unidades de Inversión.
Créditos al consumo, así como créditos comerciales.	La línea de crédito o monto otorgado no exceda del equivalente en moneda nacional a 60,000 Unidades de Inversión.	La línea de crédito o monto otorgado no exceda del equivalente en moneda nacional a 100,000 Unidades de Inversión.

* Los límites se deberán pactar en los contratos respectivos y se deberá informar a los Clientes que no podrán realizar operaciones por encima del límite hasta que se concluya con el proceso de identificación que corresponda.

Si el nivel transaccional sobrepasa el monto máximo establecido para usar el Mecanismo de grabación, la Entidad deberá realizar la entrevista prevista en el proceso de *Onboarding* presencial o aplicar el Mecanismo de información biométrica, en caso de contar con la autorización correspondiente.

Si se sobrepasan los montos máximos señalados para usar el Mecanismo de información biométrica, la Sociedad deberá realizar la referida entrevista presencial mencionada en el párrafo anterior, así como cumplir con el proceso de manera presencial.

⁷ Se refiere a los procedimientos establecidos en las Disposiciones a través de los cuales las Sociedades llevan a cabo el cotejo del documento válido de identificación y la aplicación de la prueba de vida.

⁸ En el cálculo de los umbrales, las Entidades no están obligadas a considerar los importes relativos a intereses generados o cualquier otra bonificación que dichas Entidades otorguen por el uso o manejo de la cuenta respectiva que, en su caso, se efectúen en el período de que se trate. Asimismo, deberán tomar como valor de referencia de las Unidades de Inversión, aquel aplicable para el último día del mes calendario anterior a aquel en que se lleve a cabo el cómputo del nivel de contrato.

⁹ Con los registros del Instituto Nacional Electoral, la Secretaría de Relaciones Exteriores o con los de alguna otra autoridad mexicana que provea un servicio de verificación de información biométrica. Adicionalmente las Entidades deberán contar con una tecnología que permita identificar al solicitante mediante una grabación que contenga imagen y, en su caso, sonido.

En ambos casos, las Sociedades deben integrar el expediente de identificación del Cliente con la totalidad de la información y documentación que corresponda, en términos de lo previsto en el [ANEXO 1](#) del apartado denominado “Proceso de *Onboarding*” del presente estudio.

Asimismo, las Entidades deberán informar a sus Clientes que no podrán realizar operaciones por encima del límite hasta que se concluya con el proceso de identificación que corresponda.

Si se utiliza el Mecanismo de identificación biométrica, adicionalmente se tiene que realizar una grabación del solicitante.

Aplicación de los mecanismos tecnológicos

En el caso del primer mecanismo -grabación-, adicionalmente, las Entidades deberán observar los siguientes aspectos en su aplicación:

Aspectos técnicos

- a)** Registrar la hora y fecha de su realización obtenidas de un servidor de tiempo protegido.
- b)** Implementarlo a través de herramientas automatizadas que permitan su grabación y posterior reproducción.
- c)** Verificar que la calidad de la imagen y sonido permita la plena identificación del solicitante, según los parámetros que establezcan las propias Entidades para tal efecto.¹⁰
- d)** Utilizar tecnología especializada que les permita lograr una identificación fehaciente del solicitante, asegurándose de que exista coincidencia entre su rostro y el del documento válido de identificación previamente enviado.
- e)** Establecer mecanismos para identificar al Cliente, así como desarrollar procedimientos para prevenir el uso indebido de dichos medios o tecnologías, los cuales deberán estar contenidos en su Manual de Cumplimiento o en algún otro documento o manual elaborado por la propia Entidad.

Aspectos de identificación

- f)** Requerir al solicitante que muestre el documento válido de identificación que previamente envió junto con el formulario que más adelante se menciona, tanto por el lado anverso como por el reverso, verificando que contenga los mismos datos y fotografía que el documento válido de identificación previamente enviado.
- g)** Realizar una prueba de vida al solicitante, consistente en medir y analizar las características anatómicas o reacciones voluntarias e involuntarias del solicitante, a efecto de determinar si la biométrica está siendo capturada de un sujeto con vida presente en el punto de captura.

En caso de utilizarse la información biométrica, la huella dactilar se obtendrá directamente del solicitante y deberá contar con medidas de seguridad para proteger la información. Asimismo, se comparará la huella dactilar del solicitante, verificando que exista coincidencia, al menos, en un

¹⁰ No se establecen parámetros mínimos; sin embargo, se espera en la práctica que, la calidad de la imagen y, en su caso, la del sonido, permitan realizar una identificación plena del solicitante.

noventa por ciento con los registros de las bases de datos ya sea del Instituto Nacional Electoral, la Secretaría de Relaciones Exteriores o con los de alguna otra autoridad mexicana que provea un servicio de verificación de información biométrica.

Pasos para el *onboarding* digital

1. Para llevar a cabo el proceso de *Onboarding* digital, las Disposiciones establecen que las Entidades deberán requerir al solicitante que declare si ya es Cliente de la Entidad.
2. Requerir al solicitante que haya declarado no ser Cliente de la Entidad el envío de un formulario a través del medio electrónico que la Entidad establezca al efecto, en el cual se deberán incluir, al menos los datos de identificación señalados en el [ANEXO 1](#), así como la especificación del producto que se pretende contratar.
3. Requerir la siguiente información:

Tratándose de Clientes personas físicas

- Consentimiento que podrá obtenerse mediante la Firma Electrónica o Firma Electrónica Avanzada, el cual hará prueba para acreditar legalmente la apertura de la cuenta o celebración del contrato que realice con la Entidad de forma no presencial.¹¹

Es de aclarar que, aunque en términos de las Disposiciones la Firma Electrónica Avanzada se refiere a la prevista en la Ley del Impuesto sobre la Renta y esta se puede utilizar como firma electrónica, existen proveedores con la tecnología para proporcionar los servicios necesarios para generar una firma electrónica con las mismas características que la proporcionada por el Servicio de Administración Tributaria.

- Correo electrónico o teléfono celular.
- En su caso, Clave Bancaria Estandarizada (CLABE) de una cuenta abierta en alguna entidad financiera o Entidad Financiera Extranjera autorizadas para recibir depósitos, cuyo titular coincida con el nombre del cliente.
- La manifestación de la persona física en la que señale que actúa por cuenta propia.
- En sustitución de la entrevista prevista en el *Onboarding* presencial, las Entidades podrán establecer los Mecanismos Tecnológicos de Identificación a que se refieren la Tabla 2.

Tratándose de Clientes que sean personas morales de nacionalidad mexicana:

- Correo electrónico.

¹¹ En términos del Código de comercio y la Ley Federal de la Firma Electrónica Avanzada, esta puede ser utilizada en documentos electrónicos y, en su caso, en mensajes de datos, los que producirán los mismos efectos que los presentados con firma autógrafa y, en consecuencia, tendrán el mismo valor probatorio que las disposiciones aplicables les otorgan a éstos. En el ANEXO 3, se indican las características de una firma electrónica avanzada o fiable.

- En su caso, Clave Bancaria Estandarizada (CLABE) de una cuenta abierta en alguna entidad financiera o Entidad Financiera Extranjera autorizadas para recibir depósitos, cuyo titular coincida con la denominación o razón social.
 - Consentimiento que podrá obtenerse mediante la Firma Electrónica o Firma Electrónica Avanzada del representante legal. Dicho consentimiento hará prueba para acreditar legalmente la apertura de la cuenta o celebración del contrato que realice con la Entidad de forma no presencial.
 - La información a que se refiere el [ANEXO 1](#).
 - La versión digital de los documentos de identificación a que se refiere [ANEXO 1](#).
4. El formulario mencionado deberá incluir una manifestación que señale que su envío a la Entidad de que se trate constituye la aceptación del solicitante para que su imagen y, en su caso, su voz, sean grabadas en alguno de los Mecanismos Tecnológicos de Identificación.
 5. Requerir y obtener de sus Clientes la Geolocalización del Dispositivo desde el cual estos abran la cuenta o celebren el contrato.
 6. Requerir la versión digital del documento válido de identificación personal oficial vigente de donde provengan los datos de identidad (la credencial para votar expedida por el Instituto Nacional Electoral en el país o a través de las oficinas consulares de la Secretaría de Relaciones Exteriores en el extranjero, el pasaporte y el certificado de matrícula consular).
 7. Requerir la versión digital del comprobante de domicilio, excepto cuando el domicilio manifestado coincida con el de la credencial para votar del Cliente expedida por autoridad mexicana, con la que se haya identificado en su caso, la cual funcionará como el comprobante de domicilio.
 8. Informar al solicitante el procedimiento que se seguirá en el Mecanismo Tecnológico de Identificación que corresponda.
 9. Requerir al solicitante que muestre el documento válido de identificación que envió junto con el formulario, tanto por el lado anverso como por el reverso, sobre la que las Entidades verificarán que contenga los mismos datos y fotografía que el documento válido de identificación previamente enviado.

Verificación

Las Entidades deberán verificar los elementos de seguridad de los documentos válidos de identificación, a fin de detectar si presentan alteraciones o inconsistencias ([ANEXO 4](#)).

Por otra parte, se establece que la validación de los datos de identificación podrá llevarse a cabo a través de procedimientos distintos a los señalados en el párrafo anterior, previa autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, con opinión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

II.4.3 Particularidades

Clientes clasificados como de riesgo bajo

Es de destacar que, en términos de la política de conocimiento del cliente prevista en las Disposiciones, la cual exige que las Entidades clasifiquen a sus clientes en alguna categoría con base en el riesgo, entendiendo como tal, a la probabilidad de que las Entidades puedan ser utilizadas por sus Clientes o Usuarios para realizar actos u Operaciones a través de los cuales se pudiesen actualizar los supuestos previstos en los artículos del Código Penal Federal que definen los delitos de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, las Disposiciones establecen tratamientos preferenciales a las cuentas consideradas como de bajo riesgo.

Las cuentas de depósito a la vista en moneda nacional que ofrezcan las Entidades serán consideradas de bajo riesgo, siempre y cuando, sean abiertas de forma presencial por Clientes personas físicas cuya operación se encuentre limitada a abonos iguales al equivalente en moneda nacional a tres mil Unidades de Inversión por Cliente, en el transcurso de un mes calendario, o en caso de abrirse de forma remota, se realicen las validaciones descritas en el apartado “Verificación” siguiente.

Asimismo, las condiciones y características establecidas para las cuentas de bajo riesgo descritas en el párrafo precedente podrán ser aplicables a créditos y microcréditos, así como los límites, los cuales aplicarán sobre la línea de crédito o monto otorgado a los Clientes.

Los beneficios y simplificación en el Onboarding digital se exponen a continuación:

Identificación

Respecto de las aportaciones al capital social de las mismas, cuentas abiertas o contratos celebrados de forma remota, las Entidades deberán integrar los expedientes de identificación de sus Clientes con los datos relativos al nombre completo sin abreviaturas, género, entidad federativa de nacimiento, fecha de nacimiento, así como domicilio de estos. Destaca que, para la contratación de este tipo de productos no se requiere autorización de la CNBV.

No obstante, en el supuesto de que el nivel transaccional de cualquiera de los productos o servicios sobrepase el monto máximo establecido por la Entidad para que sean considerados como de bajo riesgo, dicha Entidad deberá realizar la entrevista presencial o aplicar alguno de los Mecanismos Tecnológicos de Identificación previstos en la Tabla 2 e integrar el expediente de identificación del Cliente respectivo con la totalidad de la información y documentación que corresponda.

Las Entidades deberán informar a sus Clientes que no podrán realizar operaciones por encima del límite hasta que se concluya con el proceso de identificación que corresponda.

Verificación

Las Entidades podrán llevar a cabo la recepción o captura de los datos de forma remota, en sustitución de la entrevista, siempre y cuando verifiquen la autenticidad de los datos del Cliente, directamente o a través de un tercero, realizando una consulta al Registro Nacional de Población a fin de integrar la Clave Única del Registro de Población del Cliente y validar que los datos proporcionados de manera remota por el mismo, con excepción del domicilio, coincidan con los registros existentes en las bases de datos de dicho Registro.

La verificación podrá ser hecha con posterioridad a la celebración del contrato de que se trate. En tales casos, las Entidades deberán informar a sus Clientes, que no podrán realizar Operaciones hasta que se concluya con el proceso de verificación.

Para algunos de los procesos es posible que se requiera de la contratación de proveedores que proporcionen las tecnologías o plataformas necesarias para realizar intercambios de información, validación de datos o de biometrías, obtención de firmas electrónicas y transacciones con los clientes. En este caso, las entidades que contraten a proveedores para realizar algún proceso operativo, y dado que existe un intercambio de información de sus clientes, deberán considerar las obligaciones y requisitos establecidos por la CNBV para dichas contrataciones ([ANEXO 5](#)).

Adicionalmente, con independencia de que se utilicen proveedores o se desarrollen las aplicaciones o tecnologías necesarias para realizar las operaciones, las Sociedades que utilicen Medios Electrónicos para la celebración de operaciones y prestación de servicios, deberán implementar medidas o mecanismos de seguridad en la transmisión, almacenamiento y procesamiento de la información a través de dichos Medios Electrónicos, a fin de evitar que sea conocida por terceros, cumpliendo con lo siguiente:

- I.** Cifrar la información.
- II.** Asegurarse de que las llaves criptográficas y el proceso de Cifrado y descifrado se encuentren instalados en dispositivos de alta seguridad.
- III.** Contar con procedimientos seguros de destrucción de los medios de almacenamiento de las bases de datos y archivos que contengan Información Sensible de los Usuarios.
- IV.** Desarrollar políticas relacionadas con el uso y almacenamiento de información que se transmita y reciba por los Medios Electrónicos, estando obligadas a verificar el cumplimiento de sus políticas por parte de sus proveedores y afiliados.

- V. Aplicar el protocolo establecido por la CNBV para casos en las que información Sensible del Usuario sea extraída, extraviada o las Sociedades supongan o sospechen de algún incidente que involucre accesos no autorizados a dicha información.¹²

II.5 Diferencias en la legislación y regulación entre banca tradicional y entidades SOFIPO o SOCAP, en materia de *onboarding* digital

La legislación y regulación para temas de Onboarding digital entre la banca tradicional y las SOFIPO o SOCAP son muy similares, habiendo pocas diferencias en ella, las que se muestran en el [ANEXO 6](#). Por lo general se ha visto que para estos temas primero se emite la regulación para la banca y posteriormente se expide la correspondiente a otros sectores.

La regulación de Onboarding digital para la banca tradicional se encuentra en las Disposiciones prudenciales de la CNBV para este sector, en un apartado sobre identificación no presencial (artículos 51 Bis 6 a 51 BIS 9); así como en las Disposiciones que establecen obligaciones y medidas de prevención de operaciones con recursos de procedencia ilícita y financiamiento al terrorismo para bancos (Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito). En cambio, para los sectores de SOFIPO y SOCAP la regulación de este tema se encuentra exclusivamente en las Disposiciones que establecen obligaciones y medidas de prevención de operaciones con recursos de procedencia ilícita y financiamiento al terrorismo.

II.6 Viabilidad de *Onboarding* digital desde el punto de vista legal

II.6.1 Desafíos del *Onboarding* digital

Con las modificaciones que se han hecho a las Disposiciones de PLD en los últimos años se ha regulado el Onboarding digital para las Entidades, lo que permite a aquéllas interesadas desarrollar este proceso y otras operaciones en forma no presencial; sin embargo, existen varios retos o desafíos a considerar para que este proceso sea exitoso.

Es importante tener presente las necesidades de los posibles Clientes al desarrollar un proceso de Onboarding Digital, así como el proceso de digitalización en general. Se debe buscar una difícil combinación entre conseguir la mejor experiencia para el Cliente y cumplir con los estándares de seguridad, calidad y regulatorios que implica este proceso.

¹² I. Enviar por escrito a la Comisión y al Comité de Supervisión Auxiliar, dentro de los cinco días naturales siguientes al evento de que se trate, un reporte sobre la incidencia. II. Llevar a cabo una investigación inmediata para determinar si la información ha sido o puede ser mal utilizada. III. Notificar en los siguientes 3 días hábiles, a sus Usuarios afectados a fin de prevenirlos de los riesgos derivados del mal uso de la información que haya sido extraída, extraviada o comprometida e informarle las medidas que deben tomar. IV. Enviar a la Comisión y al Comité de Supervisión Auxiliar, el resultado de la investigación en un plazo no mayor a cinco días naturales posteriores a su conclusión.

Los procesos de atención a las solicitudes de autorización en la Comisión llevan tiempo, hay que considerar en la planeación que los beneficios de utilizar el Onboarding Digital se verán hasta tener las autorizaciones correspondientes (la del Onboarding Digital para abrir cuentas que no sean de bajo riesgo y probablemente para la contratación de algún proveedor), mientras que los gastos están desde el inicio y pueden ser considerables.

En relación con los procesos en los que interviene la CNBV y la regulación actual, con independencia de los desafíos que deben superar las Entidades, destaca el enfoque percibido por los consultores en las entrevistas sostenidas con diferentes participantes del sector ([ANEXO 7](#)). Para algunos, la regulación y sus obligaciones van acompañadas de una distinción entre empresas reguladas y no reguladas, lo que se traduce en una oportunidad. Asimismo, consideran que la regulación establece requisitos adecuados para el tipo de procesos y operaciones que se busca proporcionar, dadas las necesidades de seguridad, confianza, eficiencia y protección de datos que se requiere mantener en las mismas. Del mismo modo, opinan que, la pandemia provocada por el SARS-CoV-2 aceleró la implementación de procesos digitales y la prestación de servicios de manera no presencial que ya estaban planeando llevar a cabo.

Por otra parte, están quienes por el contrario, a raíz de la pandemia enfocaron sus esfuerzos en modificar sus políticas internas y sistemas para implementar los criterios de contabilidad especiales emitidos por la CNBV, otorgar facilidades de pago de los créditos a los clientes afectados, incrementar medidas de seguimiento y control de la cobranza de la cartera, así como emitir los reportes sobre el nivel de liquidez, estado de la cartera y otros indicadores requeridos por el mismo ente supervisor.

En ambos casos, existen coincidencias en una opinión alrededor de las necesidades siguientes:

- Emisión de guías por parte de la CNBV que establezca criterios claros acerca de la forma en que deben cumplirse los requisitos establecidos por la regulación;
- Procesos más ágiles por parte de la CNBV en el análisis, autorización o visto bueno de los procesos de *Onboarding* digital y contratación, así como sobre políticas y procedimientos de contratación de terceros; y
- Entendimiento de las características de las operaciones que se llevarán a cabo por medios electrónicos en las Entidades del sector en cuanto a complejidad, volumen, montos y riesgos a diferencia de las realizadas por la banca tradicional, con el fin de exigir medidas adecuadas a los mismos.

Adicionalmente, existen otras circunstancias a tomar en cuenta, relacionadas con la posibilidad de contar con los recursos humanos y financieros que permitan tener disponible la tecnología para llevar a cabo un proceso de Onboarding Digital, aspecto que han destacado como uno de los principales retos que enfrentan las Entidades interesadas en este proceso.

En principio, puede considerarse que un prerrequisito para poder realizar el Onboarding Digital, es contar con un core “bancario” robusto y moderno, que permita operar con altos estándares de seguridad, conectarse con otras aplicaciones y plataformas, así como realizar funciones automáticas.

Asimismo, se necesita primero desarrollar una aplicación móvil o página de internet donde se puedan llevar a cabo las operaciones que ofrece la Entidad. No hace sentido requerir que los Clientes acudan a las sucursales a abrir cuentas de depósito, contratar créditos o realizar otras operaciones, si ya se les atrajo a través de un Onboarding Digital.

Por otra parte, realizar el Onboarding Digital requiere varios procesos que deben estar automatizados en las etapas de identificación y verificación. Si bien las Entidades pueden desarrollarlos, lo más conveniente sería contratar a algún proveedor especializado en el tema, cuidando el tema en los casos que lo requiera, de solicitar la autorización a la Comisión. La adecuada selección de proveedores, su contratación y seguimiento requerirá de una vigilancia estrecha por parte de la Entidad.

Finalmente, en el caso de pretender utilizar los mecanismos tecnológicos que implican realizar grabaciones de imagen y/o sonido, obtener imágenes o tomar muestra de las huellas dactilares; debe considerarse que, las características de los dispositivos utilizados por los clientes, así como las conexiones de estos podrían no tener la calidad suficiente para poder realizar un reconocimiento adecuado.

Aunque legalmente existen obligaciones y requisitos que deben cumplirse, en general, no se aprecian que dichas medidas impuestas por la regulación sean obstáculos, toda vez que, estas tienen por objeto favorecer la eficiencia y privilegiar la seguridad de los recursos, operaciones e información de los clientes y de las propias Entidades. No obstante, considerando lo anteriormente descrito, se considera que previo a abocarse en implementar un proceso de Onboarding Digital, las Entidades deben:

- Reforzar y estructurar su plan de negocios, considerando las adecuaciones o desarrollo de los planes estratégicos u operativos que consideren los recursos, áreas y procesos involucrados, así como las actividades, entregables e indicadores para dar seguimiento a los mismos.
- Tener sistemas seguros, escalables, sencillos y de fácil interoperabilidad con otras aplicaciones, así como presupuestos y recursos humanos con preparación, experiencia y capacidad para gestionar las operatividad y riesgos asociados,
- Implementar marcos sólidos de control interno, ciberseguridad, gestión de fraudes, protección de datos y prevención de lavado de dinero.
- Desarrollar alianzas con empresas proveedores de tecnología, servicios digitales, FinTech y otras Entidades financieras para crear economías de escala.
- Contar con procesos de contratación, evaluación y gestión de riesgos de terceros (proveedores).

Sin embargo, el mayor reto que enfrentan las Entidades es mantenerse relevantes ante un entorno que se volverá cada día más competitivo en el que están entrando nuevos jugadores que ven en la tecnología una fuerte ventaja para su crecimiento y desarrollo. Así mismo, la población en su conjunto y en especial las nuevas generaciones, se han acostumbrado a utilizar muchos servicios en forma digital, los servicios financieros no serán la excepción.

II.6.2 Formas de cumplir con la regulación en materia de Onboarding digital

Para las entidades interesadas en realizar un *Onboarding* digital, se requiere primero definir las operaciones que desean realizar para cumplir con los requisitos relacionados con cada una de las diferentes alternativas previstas en la regulación, las cuales, de acuerdo con el contenido del presente documento se pueden resumir de la siguiente manera.

Tabla 3

Tipos de Onboarding digital y sus requisitos

Aspecto	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4
Aportaciones de capital social y apertura de cuentas de depósito	Hasta 3,000 Unidades de Inversión	Hasta 30,000 Unidades de Inversión	Hasta 60,000 Unidades de Inversión	Hasta 30,000 Unidades de Inversión
Créditos	Hasta 3,000 Unidades de Inversión	Al consumo o comerciales hasta 60,000 Unidades de Inversión	Al consumo o comerciales hasta 100,000 Unidades de Inversión	Al consumo o comerciales hasta 60,000 Unidades de Inversión
Medios de identificación o validación	Integrar los expedientes de identificación de sus Clientes con los datos relativos al nombre, género, entidad federativa de nacimiento, fecha de nacimiento y domicilio. Verificar la autenticidad de los datos, realizando una consulta al Registro Nacional de Población a fin de integrar la Clave Única del Registro de Población del Cliente y validar que los datos proporcionados de manera remota por el mismo, con excepción del domicilio.	Grabación y biometría Integrar los expedientes de identificación de sus Clientes con la versión digital de los mismos documentos previstos en el proceso presencial. Verificar los elementos de seguridad de los documentos proporcionados	Grabación y biometría Integrar los expedientes de identificación de sus Clientes con la versión digital de los mismos documentos previstos en el proceso presencial. Verificar los elementos de seguridad de los documentos proporcionados	Grabación Integrar los expedientes de identificación de sus Clientes con la versión digital de los mismos documentos previstos en el proceso presencial. Verificar los elementos de seguridad de los documentos proporcionados
Requisitos	No requiere aviso ni autorización. Cumplir con los aspectos relacionados en el ANEXO 5.	Avisar a la CNBV. Cumplir con los aspectos relacionados en el ANEXO 5.	Solicitar autorización. Cumplir con los aspectos relacionados en el ANEXO 5.	Solicitar autorización. Cumplir con los aspectos relacionados en el ANEXO 5.

En todas las alternativas se requiere de desarrollar una tecnología o contratar un proveedor que permita el intercambio de información o validar información; sin embargo, la alternativa 1 es la que menos requisitos necesita y que parece ser más viable considerando los montos de las operaciones realizadas por la mayoría de los clientes “típicos” de las Entidades del sector.

CAPÍTULO III. CONCLUSIONES

Si bien desde antes de 2021 la digitalización de los servicios financieros venía tomando auge, con la pandemia de CoViD 19 la necesidad de este cambio se aceleró fuertemente. Una proporción creciente de la población se siente cómoda utilizando medios digitales para realizar muchas actividades cotidianas, esta tendencia empieza a verse también en los servicios financieros.

Una etapa más avanzada en esta tendencia a la digitalización en las sociedades del sistema financiero es el Onboarding Digital, ya que antes se debe contar con un core “bancario” fuerte y moderno; así como una aplicación móvil o banca en línea para que los Clientes puedan hacer operaciones.

A través de diversas reformas que se han efectuado a las Disposiciones de PLD para las Sociedades Financieras Populares y las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo de 2019 a la fecha; estas Entidades ya cuentan con un marco regulatorio para la realización del Onboarding Digital.

Esta circunstancia permite que el Onboarding Digital para estas Entidades ya sea viable desde un punto de vista legal y regulatorio, habiendo ya algunos casos de implementación de estos procesos.

Un mayor reto está en contar con los recursos humanos y financieros que permitan acceder a la tecnología necesaria para realizar el Onboarding Digital, para lo que probablemente se requiera la contratación de terceros.

Para lograr lo anterior de manera más fácil, una opción puede ser la colaboración entre varias Entidades, o a través de alguna empresa de servicios que desarrolle la tecnología que permita cumplir con los requerimientos técnicos del Onboarding Digital. Así mismo, en el mercado existen

varios proveedores con experiencia en estos temas, que pueden proveer estos servicios. Las Entidades deberán seleccionar qué proveedor les proporciona una mejor solución.

El Onboarding Digital es un elemento que puede ayudar a aumentar la inclusión financiera en México, permitiendo a personas que no han tenido acceso a servicios financieros la apertura de una primera cuenta en una institución regulada.

Analizando la información y los pasos, en opinión de los consultores, es factible la implementación de Onboarding digital, desde el punto de vista legal o regulatorio; sin embargo, deben considerarse los siguientes aspectos:

- Contar con la tecnología que permita realizar el proceso;
- Superar los desafíos actuales;
- Tener una visión estratégica de largo plazo y recursos suficientes;
- Contar con las medidas de seguridad y eficiencia;

Asimismo, es recomendable comenzar con cuentas y productos de bajo riesgo y analizar si se requieren mayores umbrales de operación para ir migrando hacia modelos de *Onboarding* más completos.

Referencias

Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Disposiciones de carácter general aplicables a las actividades de las sociedades cooperativas de ahorro y préstamo. <https://www.cnbv.gob.mx/Normatividad/Disposiciones%20de%20car%C3%A1cter%20general%20aplicables%20a%20las%20actividades%20de%20las%20sociedades%20cooperativas%20de%20ahorro%20y%20pr%C3%A9stamo.pdf>

Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Disposiciones de carácter general aplicables a las entidades de ahorro y crédito popular, organismos de integración, sociedades financieras comunitarias y organismos de integración financiera rural a que se refiere la Ley de Ahorro y Crédito Popular. <https://www.cnbv.gob.mx/Normatividad/Disposiciones%20de%20car%C3%A1cter%20general%20aplicables%20a%20las%20entidades%20de%20ahorro%20y%20cr%C3%A9dito%20popular,%20organismos%20de%20integraci%C3%B3n,%20sociedades%20financieras%20comunitarias%20y%20organismos%20de%20integraci%C3%B3n%20financiera%20rural.pdf>

Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Disposiciones de carácter general aplicables a las instituciones de crédito. <https://www.cnbv.gob.mx/Normatividad/Disposiciones%20de%20car%C3%A1cter%20general%20aplicables%20a%20las%20instituciones%20de%20cr%C3%A9dito.pdf>

Financial Action Task Force -FATF-. (2020). *Guidance on Digital Identity*. <https://www.fatf-gafi.org/publications/fatfrecommendations/documents/digital-identity-guidance.html>

Nabalón, Iván; Herrera, Diego y Vadillo, Sonia. (2021). *Onboarding Digital*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Onboarding-digital.pdf>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito. <https://www.gob.mx/shcp/documentos/uif-marco-juridico-disposiciones-de-caracter-general.aspx>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público; Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 124 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular. <https://www.gob.mx/shcp/documentos/uif-marco-juridico-disposiciones-de-caracter-general.aspx>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público; Disposiciones de carácter general a que se refieren los artículos 71 y 72 de la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo. <https://www.gob.mx/shcp/documentos/uif-marco-juridico-disposiciones-de-caracter-general.aspx>

The World Bank Group. (2018). *Digital Identity Onboarding*. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30484>

Visa Consulting & Analytics, How to Boost your Costumer´s Onboarding Experience. Sin fecha. <https://usa.visa.com/dam/VCOM/global/partner-with-us/documents/vca-how-to-boost-your-customers-onboarding-experience.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1. Datos y documentos de los expedientes de identificación.

Tipo de cliente	Datos	Documentos
Personas físicas de nacionalidad mexicana	i. Apellido paterno, apellido materno y nombre o nombres sin abreviaturas. ii. Género. iii. Fecha de nacimiento. iv. Entidad federativa de nacimiento, cuando corresponda. v. País de nacimiento. vi. Nacionalidad. vii. Ocupación, profesión, actividad o giro del negocio al que se dedique el Cliente. viii. Domicilio particular.¹³ ix. Número(s) de teléfono en que se pueda localizar. x. Correo electrónico, en su caso. xi. Clave Única de Registro de Población, clave del Registro Federal de Contribuyentes (con homoclave), número de identificación fiscal y/o equivalente, así como el país o países que los asignaron, cuando disponga de ellos. xii. Número de serie de la Firma Electrónica Avanzada, cuando cuente con ella	i. Identificación personal, que deberá ser, en todo caso, un documento original oficial emitido por autoridad competente, vigente a la fecha de su presentación, que contenga la fotografía, firma y, en su caso, domicilio del propio Cliente.¹⁴ ii. Comprobante de domicilio.¹⁵ iii. Declaración en la que conste que la persona actúa a nombre y por cuenta propia o por cuenta de un tercero, según sea el caso.¹⁶

¹³ Compuesto por nombre de la calle, avenida o vía de que se trate, debidamente especificada; número exterior y, en su caso, interior; colonia o urbanización; alcaldía, municipio o demarcación política similar que corresponda, en su caso; ciudad o población, entidad federativa, estado, provincia, departamento o demarcación política similar que corresponda, en su caso; código postal y país.

¹⁴ De acuerdo con las Disposiciones, para efectos de lo dispuesto por este inciso, se considerarán como documentos válidos de identificación personal los señalados en el [ANEXO 8](#).

¹⁵ Podrá ser algún recibo de pago por servicios domiciliarios como, entre otros, suministro de energía eléctrica, telefonía, gas natural, de impuesto predial o de derechos por suministro de agua o estados de cuenta bancarios, todos ellos con una antigüedad no mayor a tres meses a su fecha de emisión, contrato de arrendamiento vigente a la fecha de presentación por el Cliente, constancia de residencia emitida por autoridad municipal, el comprobante de inscripción ante el Registro Federal de Contribuyentes.

¹⁶ Podrá otorgarse por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, que podrá quedar incluida en la documentación de solicitud de apertura de cuenta o de celebración de Operación o en el contrato respectivo.

Tipo de cliente	Datos	Documentos
Personas morales de nacionalidad mexicana	i. Denominación o razón social. ii. Giro mercantil, actividad u objeto social. iii. Nacionalidad. iv. Clave del Registro Federal de Contribuyentes (con homoclave) v. Número de serie de la Firma Electrónica Avanzada. vi. Domicilio. vii. Número(s) de teléfono de dicho domicilio. viii. Correo electrónico, en su caso. ix. Fecha de constitución. x. Nombre o nombres y apellidos paterno y materno, sin abreviaturas, del administrador o administradores, director, gerente general o apoderado legal.¹⁷	i. Testimonio o copia certificada del instrumento público que acredite su legal existencia, inscrito en el registro público o de cualquier instrumento en el que consten los datos de su constitución y los de su inscripción en dicho registro, o bien, del documento que acredite fehacientemente su existencia.¹⁸ ii. Cédula de Identificación Fiscal expedida por la Secretaría y, en su caso, del documento en el que conste la asignación del número de identificación fiscal y/o equivalente, expedido por autoridad competente, y constancia de la Firma Electrónica Avanzada. iii. Comprobante del domicilio iv. Testimonio o copia certificada del instrumento que contenga los poderes del representante o representantes legales, expedido por fedatario público.¹⁹ v. Identificación personal de cada uno de dichos representantes.²⁰

¹⁷ Proveniente de un documento válido de identificación personal oficial vigente de los previstos en el [ANEXO 8](#).

¹⁸ En caso de que la persona moral sea de reciente constitución y, en tal virtud, no se encuentre aún inscrita en el registro público que corresponda de acuerdo con su naturaleza, se deberá obtener un escrito firmado por persona legalmente facultada que acredite su personalidad, en el que conste la obligación de llevar a cabo la inscripción respectiva y proporcionar, en su oportunidad, los datos correspondientes a la propia Entidad.

¹⁹ Cuando no estén contenidos en el instrumento público que acredite la legal existencia de la persona moral de que se trate.

²⁰ De los previstos en el [ANEXO 8](#).

ANEXO 2. Requisitos para solicitar la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para realizar el *Onboarding* digital.

Las Entidades, al solicitar la autorización para abrir una cuenta o celebrar un contrato a través de Dispositivos de forma no presencial, deberán presentar lo siguiente:

- I.** Descripción detallada del proceso de identificación no presencial, así como la Infraestructura Tecnológica utilizada, especificando la función de cada componente e incluyendo a todos los proveedores de tecnología que intervienen en la Infraestructura Tecnológica y, en su caso, las aplicaciones principales utilizadas para el referido proceso y su interrelación.

El proceso deberá ser aprobado por el responsable de riesgos o su equivalente, o, en caso de no contar con este, por el comité de auditoría, el consejo de administración o administrador único.
- II.** Descripción de los medios electrónicos utilizados para que los solicitantes envíen, en su caso, el formulario y documentos por un canal seguro considerando, al menos, el tipo de transmisión del dispositivo hacia el nodo que recibe la información del formulario, tales como *Hyper Text Transfer Protocol Secure*, o *Transport Layer Security* versión 1.2 o superior.
- III.** Nombre del prestador de servicios de certificación autorizado por la Secretaría de Economía utilizado para la conservación de la versión digital de alguno de los documentos válidos de identificación, conforme a la Norma Oficial Mexicana sobre digitalización y conservación de Mensajes de Datos aplicable²¹ o considerar una norma internacional siempre que el estándar de cumplimiento tenga al menos los requisitos de la norma oficial mexicana y no contravenga la misma.
- IV.** Diagrama de red que muestre todos los componentes de la Infraestructura Tecnológica que forman parte del proceso de identificación no presencial, incluyendo la segregación de redes de comunicaciones y equipos de seguridad perimetral, considerando esquemas de redundancia.
- V.** Información detallada sobre si las imágenes de los documentos válidos de identificación, grabaciones e información biométrica se mantendrán en instalaciones de proveedores de servicios o de la propia Entidad, describiendo los controles para la gestión de acceso y mecanismos para su almacenamiento.
- VI.** Evidencia de que los medios de verificación de la validez de los documentos de identificación tienen la efectividad aprobada por el responsable de riesgos o su equivalente o, en caso de no contar con este, por el comité de auditoría, el consejo de administración o administrador único de las Entidades.
- VII.** En su caso, evidencia de que los sistemas, herramientas o mecanismos utilizados para los reconocimientos de identificación de rostro o las verificaciones de cualquier

²¹ Norma Oficial Mexicana NOM-151-SCFI-2016 Requisitos que deben observarse para la conservación de mensajes de datos y digitalización de documentos.

otro elemento biométrico que se utilicen, tengan el nivel de fiabilidad determinado por el responsable de riesgos o su equivalente o, en caso de no contar con este, por el comité de auditoría, el consejo de administración o administrador único.

- VIII.** En su caso, información detallada sobre las pruebas de calibración a los sistemas, herramientas o mecanismos utilizados para los reconocimientos de identificación de rostro o las verificaciones de cualquier otro elemento biométrico que se utilicen. Dichas pruebas deben ser realizadas conforme a los umbrales establecidos por la Entidad, los cuales deberán contemplar los resultados de estas pruebas, y los ajustes del motor de validación derivado de ellos²².
- IX.** Los estándares de calidad de la imagen y, en su caso, de sonido.
- X.** Mecanismos a través de los cuales transmitirán y resguardarán de manera segura la información, datos y documentos generados en el procedimiento de identificación no presencial.
- XI.** Mecanismos utilizados para garantizar la integridad, correcta lectura, imposibilidad de manipulación y adecuada seguridad, conservación y localización de la información, datos y documentos.
- XII.** Mecanismos de cifrado en los canales de comunicación utilizados en el proceso de identificación no presencial, indicando la información que será transmitida por cada uno de dichos canales.
- XIII.** Mecanismos utilizados para la gestión de accesos a los sistemas, así como las políticas para la gestión de accesos, en las que se incluya el uso de contraseñas robustas.
- XIV.** Políticas y procedimientos de gestión de incidentes de seguridad de la información.
- XV.** Mecanismos o herramientas utilizadas para el monitoreo y bloqueo de contrataciones que cuando se presenten situaciones atípicas o riesgosas, o bien, la Entidad tenga dudas acerca de la autenticidad del documento válido de identificación o de la identidad del solicitante:
- XVI.** Realizar pruebas tendientes a detectar vulnerabilidades y amenazas, así como pruebas de penetración en los diferentes componentes de la Infraestructura Tecnológica utilizada en el proceso, ya sea propia o de terceros. Las pruebas de penetración mencionadas deberán realizarse por un tercero independiente que cuente con personal que tenga la capacidad técnica comprobable mediante certificaciones especializadas de la industria en la materia²³.

Será responsabilidad de las Entidades que contraten a terceros para almacenar, procesar y transmitir información en el proceso de contratación no presencial, la vigilancia del cumplimiento de lo aquí establecido, al menos una vez al año, así como la obligación de contar con la evidencia que lo sustente, la cual deberán tener a disposición de la Comisión en todo momento.

²² Las Entidades deberán proporcionar a la Comisión evidencia de la realización de las pruebas antes de implementar el esquema que se les haya autorizado.

²³ Las Entidades deberán proporcionar a la Comisión evidencia de la realización de las pruebas antes de implementar el esquema que se les haya autorizado

ANEXO 3. Características de una Firma Electrónica Fiable.

Las Disposiciones de carácter general emitidas por la CNBV para cada uno de los sectores prevén que para el uso de medios electrónicos para la realización de operaciones, se requiera el consentimiento expreso mediante firma autógrafa de sus Usuarios, previa identificación de estos, o bien, mediante Firmas Electrónicas Avanzadas o Fiables de los propios Usuarios, siempre y cuando éstas se sujeten a lo establecido en el Código de Comercio, el cual señala que, cuando la ley requiera o las partes acuerden la existencia de una Firma en relación con un Mensaje de Datos, se entenderá satisfecho dicho requerimiento si se utiliza una Firma Electrónica que resulte apropiada para los fines para los cuales se generó o comunicó ese Mensaje de Datos.

Asimismo, el citado Código establece que, la Firma Electrónica se considerará Avanzada o Fiable si cumple por lo menos los siguientes requisitos:

- I.** Los Datos de Creación de la Firma, en el contexto en que son utilizados, corresponden exclusivamente al Firmante;
- II.** Los Datos de Creación de la Firma estaban, en el momento de la firma, bajo el control exclusivo del Firmante;
- III.** Es posible detectar cualquier alteración de la Firma Electrónica hecha después del momento de la firma, y
- IV.** Respecto a la integridad de la información de un Mensaje de Datos, es posible detectar cualquier alteración de ésta hecha después del momento de la firma.

Para estos efectos, el propio código prevé la existencia de prestadores de servicios, definidos como la persona o institución pública que preste servicios relacionados con firmas electrónicas, expide los certificados (todo Mensaje de Datos u otro registro que confirme el vínculo entre un Firmante y los datos de creación de Firma Electrónica) o presta servicios relacionados como la conservación de mensajes de datos, el sellado digital de tiempo y la digitalización de documentos impresos.

En ese sentido, los Prestadores de Servicios de Certificación determinarán y harán del conocimiento de los usuarios si las Firmas Electrónicas Avanzadas o Fiables que les ofrecen cumplen o no los requerimientos dispuestos en las fracciones I a IV antes citadas.

Lo anterior, toda vez que, dichos prestadores realizan, entre otras las actividades siguientes:

- a)** Verificar la identidad de los usuarios y su vinculación con los medios de identificación electrónica;

- b)** Comprobar la integridad y suficiencia del Mensaje de Datos del solicitante y verificar la Firma Electrónica de quien realiza la verificación;
- c)** Llevar a cabo registros de los elementos de identificación de los Firmantes y de aquella información con la que haya verificado el cumplimiento de fiabilidad de las Firmas Electrónicas Avanzadas y emitir el Certificado.

Es de señalar que, podrán ser Prestadores de Servicios de Certificación, previa acreditación ante la Secretaría de Economía:

- I.** Los notarios y corredores públicos;
- II.** Las personas morales de carácter privado, y
- III.** Las instituciones públicas, conforme a las leyes que les son aplicables.

ANEXO 4. Elementos de seguridad que deben verificarse en los documentos válidos de identificación.

- 1.** Confirmar la existencia de la Clave Única de Registro de Población con el Registro Nacional de Población, así como que los datos de esta y los proporcionados en el formulario coinciden entre sí.
- 2.** Tratándose de la credencial para votar expedida por el Instituto Nacional Electoral en el país o a través de las oficinas consulares de la Secretaría de Relaciones Exteriores en el extranjero, las Entidades deberán verificar la coincidencia de los datos que a continuación se listan, con los registros del propio Instituto o con los de alguna otra autoridad mexicana que provea un servicio de verificación respecto a dicho documento de identificación:
 - a)** El Código Identificador de Credencial (CIC), que se encuentra impreso en la credencial para votar o, en su caso, el Código de Reconocimiento Óptico de Caracteres (OCR).
 - b)** Año de registro.
 - c)** Clave de elector.
 - d)** Número y año de emisión.
 - e)** Verificar que los apellidos paterno y materno y nombre o nombres, tal como aparezcan en la credencial para votar presentada, coinciden con los registros del Instituto Nacional Electoral o del Registro Nacional de Población o con los de alguna otra autoridad mexicana que provea un servicio de verificación de dicho documento de identificación.
- 3.** Tratándose del pasaporte mexicano expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores en el país o a través de sus oficinas consulares en el extranjero, las Entidades deberán verificar la coincidencia de los datos que a continuación se mencionan con los registros de la propia Secretaría o con los de alguna otra autoridad mexicana que provea un servicio de verificación respecto a dicho documento de identificación:
 - a)** El Código de Reconocimiento Óptico de Caracteres (OCR).
 - b)** Apellidos paterno y materno y nombre(s), tal como aparezcan en el pasaporte mexicano.
 - c)** Número de Pasaporte.
- 4.** En caso del certificado de matrícula consular expedido por las oficinas consulares de la Secretaría de Relaciones Exteriores en el extranjero, las Entidades deberán verificar la coincidencia de los datos que a continuación se mencionan con los registros de la propia Secretaría o con los de alguna otra autoridad mexicana que provea un servicio de verificación respecto a dicho documento de identificación:
 - a)** Apellidos paterno y materno y nombre(s), tal como aparezcan en el certificado de matrícula consular.
 - b)** Fecha de expedición y fecha de expiración.
 - c)** Número del documento.

ANEXO 5. Requisitos para la contratación de proveedores.

- I.** Cuidar en todo momento que las personas que les proporcionen servicios guarden la debida confidencialidad de la información relativa a los clientes.
- II.** Mantener los datos de los proveedores que les proporcionen los servicios mencionados, en un padrón que contenga el tipo y detalle de servicios y operaciones contratadas y datos generales de los prestadores de servicios.
- III.** Contar con un informe que especifique los procesos operativos objeto de los servicios, así como los criterios y procedimientos para seleccionar al tercero (orientados a evaluar la experiencia, capacidad técnica y recursos humanos del tercero con quien se contrate para prestar el servicio con niveles adecuados de desempeño, confiabilidad y seguridad, así como los efectos que pudieran producirse en una o más operaciones que realice la propia Sociedad).
- IV.** Prever en el contrato de prestación de servicios respectivo la aceptación incondicional de quien proporcione el servicio para:
 - a)** Recibir visitas domiciliarias por parte del auditor externo de la Sociedad, del Comité de Supervisión Auxiliar o de la Comisión o terceros que la propia Comisión designe, a efecto de llevar a cabo la supervisión correspondiente.
 - b)** Aceptar la realización de auditorías por parte de la Sociedad, en relación con los servicios objeto de dicho contrato, a fin de verificar la observancia de las disposiciones aplicables a las Sociedades.
 - c)** Entregar a solicitud de la Sociedad, al auditor externo de la propia Sociedad y a la Comisión o al Comité de Supervisión Auxiliar, libros, sistemas, registros, manuales y documentos en general, relacionados con la prestación del servicio de que se trate.
 - d)** Permitir acceso al personal responsable y a sus oficinas e instalaciones en general, relacionados con la prestación del servicio en cuestión.
 - e)** Informar a la Sociedad con por lo menos treinta días naturales de anticipación, respecto de cualquier reforma a su objeto social o en su organización interna que pudiera afectar la prestación del servicio objeto de la contratación.
 - f)** En su caso, guardar confidencialidad respecto de la información relativa a los clientes.
- V.** Contar con políticas y procedimientos para vigilar el desempeño del tercero o y el cumplimiento de sus obligaciones contractuales, incluyendo restricciones o condiciones, respecto a la posibilidad de que el tercero subcontrate, a su vez, la prestación del servicio;

confidencialidad y seguridad de la información de los clientes; obligaciones de las partes y los procedimientos para vigilar su cumplimiento, así como las consecuencias legales en el evento de incumplimiento; mecanismos para la solución de disputas relativas al contrato; planes de continuidad del negocio; uso y la explotación a favor de la Sociedad sobre las bases de datos producto de los servicios; lineamientos que aseguren que los terceros reciban periódicamente una adecuada capacitación e información, en relación con los servicios contratados.

- VI.** Contar con planes para evaluar y reportar al Consejo de Administración, al Comité de Auditoría, al Auditor Interno o al Director o Gerente General de la Sociedad, según la importancia del servicio contratado, el desempeño del tercero, así como el cumplimiento de la normativa aplicable relacionada con dicho servicio.
- VII.** Establecer los criterios que permitan a las Sociedades, a través de su Director o Gerente General, evaluar la medida en que las respectivas contrataciones pudieran afectar cualitativa o cuantitativamente las operaciones que realice la Sociedad.
- VIII.** Contemplar como medidas de evaluación respecto de los servicios, lo siguiente:
 - a)** La capacidad de los terceros para implementar medidas o planes que permitan mantener la continuidad del servicio con niveles adecuados de desempeño, confiabilidad, capacidad y seguridad.
 - b)** La integridad, precisión, seguridad, confidencialidad, resguardo, oportunidad y confiabilidad en el manejo de la información generada con motivo de la prestación de los servicios, así como el acceso a dicha información, a fin de que sólo puedan tener acceso a ella, las personas que deban conocerla.
 - c)** Los métodos con que cuenta la Sociedad para evaluar el cumplimiento al contrato correspondiente, o bien, la adecuada prestación de los servicios.
 - d)** Los criterios y procedimientos para calificar periódicamente la calidad del servicio.
 - e)** La capacidad de las Sociedades de mantener la continuidad en la prestación de los servicios que se hubieren contratado, o bien, las opciones externas con que se cuenta, en cualquier caso, a fin de disminuir la vulnerabilidad operativa de la Sociedad.
 - f)** La capacidad de las Sociedades, en la administración integral de riesgos para identificar, medir, vigilar, limitar, controlar, informar y revelar los riesgos que puedan derivarse de la prestación de los servicios.

La capacidad del Sistema de control interno para cumplir con las políticas y procedimientos que regulen y controlen la prestación de los servicios.

ANEXO 6. Diferencias en la regulación entre banca tradicional²⁴ y entidades SOFIPO²⁵ o SOCAP²⁶, en materia de *Onboarding* digital.

Tema	SOFIPOS / SOCAPS	Bancos
Celebren operaciones en forma no presencial	4ª Bis Contempla aportaciones al capital social, abrir una cuenta o celebrar un contrato Procedimiento se realiza conforme al Anexo 2 de las Disposiciones de PLD	4ª Ter Solo contempla abrir una cuenta o celebrar un contrato Procedimiento se realiza conforme a Disposiciones de la CNBV
Requerir y obtener de personas físicas	4ª Bis No se pide la clave de elector Se solicita versión digital del comprobante de domicilio	4ª Ter Se pide clave de elector, en su caso No se solicita la versión digital del comprobante de domicilio
Entrevista presencial	7ª Habla de aportaciones al capital social, cuentas abiertas o contratos celebrados conforme a la 4ª Bis	7ª No menciona aportaciones al capital social
Mecanismos tecnológicos si es en forma no presencial en sustitución de la entrevista	7ª Se podrán establecer los Mecanismos Tecnológicos de Identificación (MTI) del Anexo 2 de Disposiciones de PLD	7ª Refiere a Disposiciones de CNBV, donde se detallan los MTI en los mismos términos que en las Disposiciones de PLD de SOFIPOs/ SOCAPs
Productos considerados por la sociedad de bajo riesgo	13ª (SOCAP), 14ª (SOFIPO) Si se sobrepasa el monto máximo establecido por la Sociedad debe hacerse entrevista presencial o aplicar alguno de los Mecanismos Tecnológicos de Identificación	14ª Si se sobrepasa el monto máximo debe integrarse expediente con toda la documentación (no se mencionan entrevista ni MTI)

²⁴ SHCP Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito y CNBV Disposiciones de carácter general aplicables a las instituciones de crédito (CUB).

²⁵ SHCP Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 124 de la Ley de Ahorro y Crédito Popular.

²⁶ SHCP Disposiciones de carácter general a que se refieren los artículos 71 y 72 de la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo.

Tema	SOFIPOS / SOCAPS	Bancos
	13ª (SOCAP), 14ª (SOFIPO)	14ª
	Las Sociedades deberán informar a sus clientes que no podrán realizar Operaciones por encima del límite hasta que se concluya con el proceso de identificación que corresponda.	No se menciona
Requisitos identificación cuentas de bajo riesgo definidas en las Disposiciones	14ª (SOCAP), 15ª (SOFIPO) Cuentas con abonos mensuales 3,000 UDIS (datos apellidos, nombres, fecha de nacimiento y domicilio) Si es en forma remota, adicionalmente datos de género y entidad federativa de nacimiento.	14ª Bis • Cuentas nivel I²⁷ abonos mensuales 750 UDIS, saldo máximo 1,000 UDIS (datos apellidos, nombres y fecha de nacimiento) • Cuentas nivel II abonos mensuales 3,000 UDIS (datos de cuentas nivel 1 más domicilio) Si es en forma remota, adicionalmente datos de género y entidad federativa de nacimiento. • Cuentas nivel III abonos mensuales 10,000 UDIS (datos señalados en Disposición 4ª)
Requisitos identificación cuentas de bajo riesgo	14ª (SOCAP), 15ª (SOFIPO) Si se sobrepasan los límites hay que realizar entrevista o aplicar algún MTI	14ª Bis No se menciona
Identificación no presencial		

²⁷ Los niveles de cuentas de depósito a la vista para instituciones de crédito se establecen en el artículo 14 de la Circular 3/2012 del Banco de México.

Tema	SOFIPOS / SOCAPS	Bancos
Requerir autorización	Art. 7, fracción I del Anexo 2 Disposiciones PLD Obtener previa autorización de la CNBV al menos que se aplica MTI biométrico y los umbrales sean: cuentas de depósito cuyos abonos mensuales no excedan de 30,000 UDIS, o líneas de crédito o créditos otorgados que no excedan de 60,000 UDIS. Adicionalmente, deberá confirmar la existencia de la CURP con el RENAPO y que haya coincidencia de los datos proporcionados por el solicitante; verificar datos del INE.	Art. 51 Bis 6 CUB Obtener previa autorización de la CNBV al menos que sean: • créditos hasta por 3,000 UDIS • aplica MTI biométrico y sea para apertura de cuentas Nivel 4 abonos mensuales no excedan de 30,000 UDIS o créditos de consumo o comerciales que no excedan de 60,000 UDIS. Adicionalmente, deberá confirmar la existencia de la CURP con el RENAPO y que haya coincidencia de los datos proporcionados por el solicitante; verificar datos del INE y realizar una grabación.
Autorización de otros mecanismos de identificación por parte de la CNBV	No se contempla	Art. 51 Bis 8 CUB La CNBV podrá autorizar mecanismos distintos de identificación

ANEXO 7. Puntos que resaltar de las entrevistas realizadas en el estudio.

Confederación de Cooperativas de Ahorro y Préstamo de México

- El tema del Onboarding digital lo consideran de gran importancia, pero hay un fuerte desconocimiento sobre cómo hacerlo, lo que se requeriría de inversión en recursos financieros, humanos, tecnológicos y los riesgos y obligaciones que asumirían las sociedades.
- La pandemia de CoViD 19 los hizo volcarse a atender aspectos de la operación en circunstancia de confinamiento, dejando a un lado los temas de realización de operaciones en forma remota.
- Han detectado que algunos socios están demandando la realización de operaciones en forma remota, principalmente los jóvenes y socios asalariados.

Asociación Mexicana de Sociedades Financieras Populares

- Algunas sociedades ya realizan Onboarding digital y varias más están interesadas en hacerlo. Lo están enfocando principalmente a la contratación de cuentas de bajo riesgo, que no requiere autorización de la CNBV.
- Es necesario la contratación de proveedores y el proceso de selección de ellos no es sencillo.
- Han comentado a la autoridad áreas de mejora en la regulación de Onboarding digital: permitir puedan operar con clientes que no cuenten previamente con una cuenta bancaria (CLABE); no considerar dentro del monto de operaciones para efectos de los umbrales para realizar una integración del expediente de identificación del cliente de cuentas de bajo riesgo, el monto de los créditos que se desembolsen a través de las cuentas de ahorro de la misma entidad; y facilitar la operación con terceros.
- La clientela es cada vez más exigente, buscan ofrecer un modelo de omnicanalidad para que los clientes decidan de qué forma quieren transaccionar en las Sociedades. Consideran que, si no ofrecen canales no presenciales corren el riesgo de quedarse fuera del mercado.
- Algunas sociedades están buscando alianzas con empresas Fintech para ofrecer productos más específicos.

Caja Popular Mexicana, S.C. de A.P. de R.L. de C.V.

- Buscan ofrecer a sus socios todo un ecosistema de omnicanalidad, el cual están integrando, toda vez que ya cuentan con cajeros automáticos, tarjeta de débito, aplicación móvil y aplicación web por internet; sin embargo, las zonas en las que operan no siempre tienen las condiciones de conectividad para que su público objetivo pueda utilizar todos los medios que pretenden ofrecer en su modelo de omnicanalidad.

- No obstante lo anterior, aún no integran a nuevos clientes de manera no presencial, por lo que están muy interesados en poder realizar este proceso de Onboarding digital, aunque lo ven como un proceso paulatino.
- Tienen autorización de la CNBV para otorgar créditos y abrir contratos de inversión en forma remota a socios que ya realizaron el proceso de identificación en la sucursal.
- Han trabajado con proveedores para implementar los canales digitales. Para algunos procesos se requieren inversiones fuertes que tardan en empezar a utilizarse hasta contar con la autorización de la CNBV.

Cooperativa Acreimex, S.C. de A.P. de R.L. de C.V.

- Han desarrollado un proceso para que los prospectos de socios puedan iniciar el proceso de Onboarding a través de su página de internet en donde se llenan algunos formatos y cargan sus documentos de identificación, después hacen una cita para ir a una sucursal donde se cotejan los documentos y se termina el proceso. Esto ha hecho sus procesos más eficientes.
- Les gustaría tener el Onboarding digital a mediano plazo para atraer como clientes a jóvenes entre 18 y 35 años.
- Consideran que existen el proceso tiene los siguientes retos: 1) conseguir al personal o al aliado para hacer el desarrollo; 2) buscar herramientas de acuerdo con el presupuesto disponible; 3) regulación; y 4) resistencia por parte del personal.

Kubo Financiero, S.A. de C.V., S.F.P.

- La entidad se concibió como un proyecto digital desde el inicio por lo que nunca ha tenido sucursales.
- Han tenido que ir adecuando algunos puntos de su operación conforme a las modificaciones en la regulación de *Onboarding* digital.
- Consideran el ser una empresa regulada como una ventaja competitiva.
- En su perspectiva, uno de los factores relevantes en su proceso es haber implementado su *Onboarding* digital y contar con un equipo multidisciplinario para operar en forma remota, el cual resulta difícil de integrar y coordinar.
- Para la implementación de sus procesos, la entidad ha utilizado tanto recursos humanos y materiales propios y contratados por proveedores.
- Consideran muy importante proporcionar la mejor experiencia para el usuario y continuamente mejorarla, por lo que observan que, es complicado explicarles a los clientes por que se les piden determinadas cosas, pero a la vez esto les ha ayudado a que los vean como una empresa profesional, regulada y seria.

ANEXO 8. Tipos de identificación emitidas por las autoridades mexicanas.

En términos de las Disposiciones, se considerarán como documentos válidos de identificación personal los siguientes expedidos por autoridades mexicanas, las siguientes:

- a)** Credencial para votar.
- b)** Pasaporte.
- c)** Cédula profesional.
- d)** cartilla del servicio militar nacional.
- e)** Certificado de matrícula consular.
- f)** Tarjeta única de identidad militar.
- g)** Tarjeta de afiliación al Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores.
- h)** Credenciales y *carnets* expedidos por el Instituto Mexicano del Seguro Social, por el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, por el Instituto de Seguridad Social para las Fuerzas Armadas Mexicanas o por el Seguro Popular, sustituido por el INSABI.
- i)** Licencia para conducir.
- j)** Credenciales emitidas por autoridades federales, estatales y municipales.



Viabilidad de la implementación del *Onboarding* Digital en entidades financieras no tradicionales: SOFIPO y SOCAP, enfoque regulatorio



implementada por:

