Después de las ofertas: los fraudes que pueden aparecer tras el Buen Fin

- *Mensajes falsos sobre entregas, cargos adicionales y supuestos reembolsos pueden extender los riesgos digitales más allá de los días de promociones.*

Ciudad de México, 19 de noviembre de 2026.- Con el cierre de una de las temporadas de mayor actividad comercial del año terminan los descuentos, pero no necesariamente los riesgos asociados con las compras digitales. Después del pago comienza una etapa de confirmaciones, entregas, devoluciones y reembolsos que también puede ser aprovechada para obtener información personal o financiera mediante engaños.

Ante este escenario, **Zurich México** destaca que la protección no termina cuando se autoriza una compra. Para los consumidores, implica mantener la atención hasta recibir el producto y revisar sus movimientos bancarios; para las empresas, requiere identificar vulnerabilidades, preparar una respuesta y contar con herramientas que les permitan mantener la operación ante un incidente.

De acuerdo con la **Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2026**, elaborada por el INEGI, **durante 2025 se estimaron 8.1 millones de fraudes en México y 80.6% involucró internet o medios electrónicos**. Cerca de la mitad estuvo relacionada con tarjetas, cuentas bancarias o instrumentos financieros, mientras que 46.7% correspondió al pago de productos o servicios que finalmente no fueron entregados.

La presión continúa después de las ventas

El cierre de la temporada de descuentos no reduce de inmediato la carga operativa. Mientras continúan las entregas, devoluciones y aclaraciones, una falla en los sistemas o en la red de proveedores puede interrumpir la atención, exponer información y afectar la confianza de los clientes.

Esta etapa permite revisar alertas, detectar puntos vulnerables y fortalecer los protocolos de respuesta. Zurich México acompaña a las empresas en este proceso mediante soluciones enfocadas en la identificación y evaluación de riesgos, la preparación ante amenazas cibernéticas y la continuidad del negocio.

Si ocurre un incidente, el apoyo puede extenderse, de acuerdo con la solución y las condiciones contratadas, a la investigación forense, asesoría legal, recuperación de información, manejo de crisis y atención de posibles afectaciones a terceros. El objetivo es contener el impacto, recuperar la operación y reducir las consecuencias financieras y reputacionales.

Porque una campaña comercial no termina con la última venta: continúa hasta completar las entregas, resolver las aclaraciones y conservar la confianza de cada cliente.