

Referencia: Nota, acuerdos Profeco, ética comercio electrónico.

En México, son limitadas las regulaciones, específicamente, en materia de comercio electrónico. Sin embargo, el pasado 26 de febrero se publicó el “Acuerdo por el que se emite el Código de Ética en materia de Comercio Electrónico”¹, lo que tiene incidencia en las áreas de *compliance* y legales de empresas que comercialicen sus productos o servicios por vía electrónica, especialmente si encuadran en los conceptos de “tienda virtual” o “plataforma de comercio electrónico” adelante referidas.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor (Capítulo VII BIS, en dos artículos; 76 Bis y 76 Bis 1) se regula el derecho de los consumidores en transacciones efectuadas a través de uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, pero no regula directamente (o con énfasis en ello), los lineamientos éticos, como lo hace este acuerdo.

El mismo es voluntario (y no aplicable en servicios financieros) y, en su caso, aplicable para personas físicas o morales (nacionales o extranjeras) que ofrecen, distribuyen, venden, arriendan o conceden el uso o disfrute de bienes, productos y servicios en transacciones efectuadas por medios electrónicos digitales en México, lo que resulta muy importante derivado de que varias empresas han adoptado esta clase de medio de promoción o venta en la emergencia sanitaria.

Este Código es similar a una norma mexicana (no oficial), no es obligatoria, es voluntaria, pero de adherirse voluntariamente, será obligatoria. Empresas que ya tengan un Código en esta materia o, bien, un Código de Ética general pero que contemple el comercio electrónico, podrán tomarlo como referencia para igualarlo o ampliarlo.

El Código prevé dos términos muy importantes, que es “tienda virtual” o “plataforma de comercio electrónico”, la primera definida como un espacio dentro de un sitio web que ofrece artículos a la venta, el segundo un proveedor del servicio informático mediante el cual se ofrecen herramientas (software) para facilitar el ejercicio del comercio electrónico, los cuales, de adherirse, deben cumplir con ciertas obligaciones² (entre otras). La distinción entre ambos términos puede resultar ambigua, pero pudiera subsumir no sólo un medio en el que se ofrecen y venden servicios o bienes (en los que se efectúa la operación), sino incluso también aquéllos donde sólo se ofertan (lo que debe ser objeto de análisis y consulta a la autoridad).

¹ http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5612351&fecha=26/02/2021

² Toda tienda virtual o plataforma de comercio electrónico deberá poner a disposición de los consumidores al menos lo siguiente: a) Nombre comercial, marca, denominación o razón social, domicilio físico en territorio nacional, Registro Federal de Contribuyentes y números telefónicos, u otros medios de contacto; b) Información sobre el procedimiento para la adquisición del bien, producto o servicio, señalando los apartados donde puede encontrar características y restricciones de los mismos; c) Información al consumidor de su derecho a revocar su consentimiento respecto la transacción celebrada, sin responsabilidad ni justificación alguna; d) Mecanismos de devolución, reposición o cambio de los bienes, productos o servicios; e) Cuando ofrezcan garantías debe informar sobre el plazo de las mismas, el cual no puede ser menor al previsto en la Ley o las disposiciones jurídicas aplicables, así como las restricciones aplicables; f) Mecanismos de solución para las reclamaciones o aclaraciones, incluyendo los días y horarios de atención; g) Dar a conocer las restricciones de edad para hacer uso de la tienda virtual o plataforma de comercio electrónico; h) El tratamiento que le dará a sus datos personales; i) Términos y condiciones a que estarán sujetas las transacciones; j) Métodos de pago y facturación fáciles de usar, implementando medidas de seguridad proporcionales a los riesgos relacionados con los pagos, incluyendo los que derivan del acceso o el uso no autorizado de datos personales, prácticas comerciales engañosas y el robo de identidad; k) Costos totales en moneda nacional, incluyendo IVA, impuestos transfronterizos, costo de envío; l) Comprobante de la transacción comercial, el cual deberá ser facilitado al consumidor por el mismo medio en que se celebró la transacción; m) Los medios para obtener el comprobante fiscal o el comprobante de la transacción comercial y, en su caso, el procedimiento para solicitar la corrección de los mismos, cuando sea procedente y, n) La forma de entrega incluyendo los costos, plazos y opciones de envío.

El Código prevé (y reitera) principios básicos de la publicidad, como información veraz, comprobable, clara y responsable. También se refiere a la protección de datos personales y derechos “ARCO”. No se refiere a publicidad en materia de salud, lo que es también un tema objeto de consulta (en el sentido de si resulta aplicable de forma paralela al cumplimiento del RIS o del Reglamento de la LGS en materia de publicidad).

Importante. También se refiere a los grupos “vulnerables”, para que las personas que se adhieran adquieran un compromiso de respeto y protección a tales grupos (vulnerables o en “estado de vulnerabilidad” señalando, en nuestro concepto de manera ejemplificativa, adultos mayores, niñas, niños, adolescentes, personas con discapacidad, indígenas o personas sujetas a discriminación, con la finalidad adoptar medios que faciliten la solución de sus dudas y conflictos y que la publicidad a la que puedan acceder respete principios de dignidad, equidad, seguridad e inclusión.

Se deben adoptar mecanismos propios de solución de conflictos, conforme a la propia Ley Federal de Protección al Consumidor y la Norma Mexicana de Comercio Exterior NMX-COE-001-SCFI-2018 así como el Código.

Se deben adoptar mecanismos propios para vigilar el cumplimiento del Código de Ética, Profeco realizará monitoreos cuatrimestrales a los proveedores adheridos para revisar el cumplimiento.

La adhesión al Código implica un procedimiento simple, a través del requisitado de un formato y proporcionando ciertos datos (así como enviar el “proyecto” de Código de Ética de la empresa con estándares mínimos como los contemplados en el acuerdo) y, una vez recibida la solicitud, la PROFECO deberá resolver en 30 días (si es que no hay requerimiento previo) operando la negativa ficta ante la omisión de respuesta. La respuesta se enviará mediante correo electrónico.

Desde luego implica una revisión mayor por parte de la Profeco, pero también una oportunidad para refrendar y evidenciar el cumplimiento a las normas éticas relativas al comercio electrónico.

Cabe señalar que el mismo día, se publicó el diverso *“Acuerdo por el que se dan a conocer los lineamientos para la solicitud, uso y registro del Distintivo Digital Profeco”* el cual en términos de su artículo 1 es *“una herramienta para generar confianza en los consumidores, mediante una compra segura en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, que se otorga a los proveedores que respeten el marco jurídico de protección de los derechos de los consumidores, por lo que se crea un trámite para su obtención, mismo que podrá ser solicitado por los proveedores interesados en la obtención del Distintivo Digital Profeco”*³.

Esperamos que la información anterior resulte de utilidad.

Ciudad de México a 2 de marzo de 2020.

³ http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5612350&fecha=26/02/2021