

DOF: 26/02/2021

ACUERDO por el que se emite el Código de Ética en materia de Comercio Electrónico.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- ECONOMÍA.- Secretaría de Economía.- Procuraduría Federal del Consumidor.- Oficina del C. Procurador.

ACUERDO POR EL QUE SE EMITE EL CÓDIGO DE ÉTICA EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

FRANCISCO RICARDO SHEFFIELD PADILLA, PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 1, párrafo tercero, fracciones II, III, VIII, IX, 2, 7, 20, 24, fracciones I, II, IV, VI, IX, IX bis, 27, fracciones I, IX y XI, 32, 42, 48, 57, 76 BIS, 76 BIS 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; 1 y 4 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; 9, primer, segundo párrafo y fracción III del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, y

CONSIDERANDO

Que el artículo 28, párrafo tercero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que la ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Que el artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, establece que corresponde a la Secretaría de Economía, entre otras atribuciones, la de regular, orientar y estimular las medidas de protección al consumidor.

Que la Procuraduría Federal del Consumidor tiene funciones de autoridad administrativa, encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, así como procurar la equidad y certeza jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Que entre otras atribuciones, la Procuraduría Federal del Consumidor tiene la de promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado.

Que en los últimos años el comercio electrónico ha adquirido gran importancia, por las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

Que el artículo 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que la misma es de orden público, interés social y de observancia en toda la República, cuyas disposiciones son irrenunciables.

Que el 30 de abril de 2019, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la Declaratoria de vigencia de la Norma Mexicana NMX-COE-001-SCFI-2018 (Comercio electrónico-Disposiciones a las que se sujetarán aquellas personas que ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios), que establece las disposiciones a las que se sujetarán todas aquellas personas físicas o morales que en forma habitual o profesional ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios, mediante el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

Que de conformidad con el artículo 24 fracción IX BIS de la Ley Federal de Protección al Consumidor, el suscrito cuenta con la atribución de promover, en coordinación con la Secretaría de Economía, la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previstos por la Ley Federal de Protección al Consumidor, respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

Que de conformidad con el artículo 24, fracción IX BIS de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es necesario difundir un Código de Ética respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, a fin de fortalecer el derecho a la información y a la transparencia, así como crear nuevos y mejores sistemas, con mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado.

Que el presente Código de Ética enuncia una serie de principios y valores básicos con el propósito es orientar a los proveedores que ofrecen, distribuyen, venden, arriendan o conceden el uso o disfrute de bienes productos y servicios a través de medios electrónicos digitales mediante el establecimiento de principios rectores, estándares o directrices de conducta para que los proveedores del comercio electrónico presten sus servicios en el ámbito de las buenas prácticas a fin de lograr el óptimo respeto a los derechos en las relaciones de consumo.

Que con el propósito de dar cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 78 de la Ley General de Mejora Regulatoria, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de mayo de 2018, se realizan diversas mejoras en el trámite con Homoclave PROFECO-00-023 denominado: Inscripción y refrendo al Registro Público de Casas de Empeño de personas físicas y morales que de forma habitual o profesional realicen u oferten al público los servicios de mutuo con interés y garantía prendaria como una primera mejora en dicho trámite, se realiza la eliminación del requisito consistente en la solicitud de la Clave Única del Registro de Población y como segunda, la simplificación del requisito de la copia certificada del contrato de adhesión registrado ante la Procuraduría Federal del Consumidor por copia simple.

Por lo que tengo a bien, expedir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE EMITE EL CÓDIGO DE ÉTICA EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 1. Objeto

Este Código de Ética en materia de Comercio Electrónico establece los valores y principios que todo proveedor adherido deberá observar en las actividades relacionadas con el comercio electrónico, a fin de respetar y promover los derechos del consumidor, fomentar una cultura de consumo responsable, la promoción de los derechos humanos de los consumidores, la publicidad digital ética y responsable, la protección de grupos vulnerables y la autorregulación.

En este Código de Ética en materia de Comercio Electrónico se establecen los estándares mínimos, de manera enunciativa más no limitativa, tanto de las actividades comerciales que se realicen en medios electrónicos digitales, así como de los mecanismos de verificación de cumplimiento.

Artículo 2. Ámbito de Aplicación

El Código de Ética en materia de Comercio Electrónico es de adopción voluntaria y aplicable a las personas físicas y morales, nacionales y extranjeras que ofrecen, distribuyen, venden, arriendan o conceden el uso o disfrute de bienes productos y servicios, en las transacciones, efectuadas a través del uso de medios electrónicos digitales en el territorio nacional.

Asimismo, de adoptar el Código de Ética en materia de Comercio Electrónico, será obligatorio su cumplimiento y tendrá efectos vinculantes hacia el proveedor, por lo que éste se compromete a respetar que en todas sus actividades de comercio electrónico se cumplan los principios establecidos en el presente Código.

Aquellas empresas que ya cuentan con un código de ética en la materia, podrán expresar su conocimiento de este código y tomarlo como referencia para igualarlo o ampliarlo.

El presente Código de Ética en materia de Comercio Electrónico no será aplicable a las incidencias o fallas técnicas derivadas que se susciten por caso fortuito o fuerza mayor.

De la misma forma, este Código no será aplicable para los proveedores de servicios financieros.

Artículo 3. Definiciones

Para efectos del presente Código de Ética en materia de Comercio Electrónico, se entenderá por:

- I. **Adolescentes:** Son adolescentes las personas de entre doce años cumplidos y menos de dieciocho años de edad;
- II. **Código:** El Código de Ética en materia de Comercio Electrónico;
- III. **Comercio Electrónico:** Toda transacción económica que implica el ofrecimiento, comercialización o venta, de bienes, productos o servicios utilizando medios electrónicos digitales, ópticos o de cualquier otra tecnología a través de un sistema de información digital;
- IV. **Consumidor:** La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final los bienes, productos o servicios. Se entiende también por Consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros, únicamente para los casos a que se refieren los artículos 99 y 117 de la Ley Federal de Protección al Consumidor;
- V. **Datos Personales:** Cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable. Se considera que una persona es identificable cuando su identidad pueda determinarse directa o indirectamente a través de cualquier información;
- VI. **Niñas, niños y adolescentes:** Son niñas y niños los menores de doce años, y adolescentes las personas de entre doce años cumplidos y menos de dieciocho años de edad. Para efectos de los tratados internacionales y la mayoría de edad, son niños los menores de dieciocho años de edad;
- VII. **Proveedor:** La persona física o moral, en términos del Código Civil Federal que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios, a través de plataformas electrónicas o de comercio electrónico. Lo anterior en términos de lo dispuesto en el artículo 2, fracción II de la Ley Federal de Protección al Consumidor;
- VIII. **Publicidad:** Cualquier forma de comunicación comercial realizada por un proveedor, que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión o transmisión de mensajes publicitarios con el fin de promover la venta o consumo de bienes, productos o servicios;
- IX. **Plataforma de comercio electrónico:** proveedor del servicio informático mediante el cual se ofrecen herramientas (software) para facilitar el ejercicio del comercio electrónico, y
- X. **Tienda virtual:** Es un espacio dentro de un sitio web, en el que se ofrecen artículos a la venta.

Capítulo II

Comercio Electrónico

Artículo 4. Normativa Constitucional, Convencional y Legal

Los proveedores deberán actuar de conformidad con lo aplicable y establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los tratados internacionales de derechos humanos de los que México sea parte, así como con la Ley Federal de Protección al Consumidor, además de guiarse por la Norma Mexicana de Comercio Electrónico (NMX-COE-001-SCFI-2018).

Tendrán en todo momento la disposición para adherirse y cumplir obligatoriamente con lo estipulado en lo establecido en el presente Código a fin de conducirse con respeto y ética a las normas que rigen el desarrollo de sus actividades particularmente aquellas que supongan conflicto que se generen con los consumidores.

Artículo 5. Disponibilidad y colaboración con las autoridades

Toda tienda virtual o plataforma de comercio electrónico tendrá la disposición de colaborar cuando los consumidores se vean afectados. Serán responsables por los servicios que ofrezcan, con el alcance especificado en sus términos y condiciones, los cuales deben ser claros, precisos y fácilmente accesibles.

Artículo 6. Mecanismos de identidad, pago y envío o entrega

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;

Artículo 7. Términos y condiciones

Los términos y condiciones estarán en idioma español y dentro de la tienda virtual o plataforma de comercio electrónico en un lugar visible y de fácil acceso para el Consumidor.

Los términos y condiciones serán aplicables en todas las compras y servicios que se contraten en el portal electrónico de la tienda virtual o plataforma de comercio electrónico respectivo mediante los sistemas de comercialización que utilice en su sitio web.

La tienda virtual o plataforma de comercio electrónico podrán dar acceso a hipervínculos cuya finalidad sea facilitar el acceso, archivo e impresión de la información a fin de mejorar la experiencia y otorgar certeza al consumidor al utilizar el sitio.

La aplicación de los términos y condiciones se sujetará a lo establecido en la Ley Federal de Protección al Consumidor. En consecuencia, el Consumidor gozará de todos los derechos reconocidos en la Ley, además de los que se le otorguen en esos términos y condiciones. Todos los derechos, deberes, beneficios y garantías contenidos en Ley Federal de Protección al Consumidor deben ser reconocidos y aplicados estrictamente por las empresas adheridas a este Código de Ética.

Los términos y condiciones contendrán al menos la siguiente información:

- I. Condiciones generales o particulares de contratación aplicables en cada caso;
- II. Plazo de vigencia de ofertas y promociones y,
- III. Restricciones de pago o entrega, condiciones necesarias para la utilización o entrega y penalidades por cancelación

El proveedor deberá proporcionar al consumidor la información adecuada y clara sobre los diferentes bienes, productos o servicios, pudiendo utilizar imágenes, audio y video, o cualquier otra herramienta que considere apropiada.

Capítulo III**Publicidad Digital****Artículo 8. Principio de legalidad**

Toda publicidad digital deberá ser veraz, comprobable, clara y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosas o abusivas.

Asimismo, debe apegarse a la normatividad aplicable y, de manera especial, respetar los derechos, obligaciones y principios reconocidos por La Ley Federal de Protección al Consumidor.

Artículo 9. Publicidad digital responsable

La publicidad que se desarrolle como estrategia de comercio electrónico deberá:

- a) Ser identificable adecuadamente como tal;
- b) Contener la identidad del anunciante y los datos de contacto, y
- c) La tienda virtual o plataforma de comercio electrónico deberá contar con un mecanismo que permita al consumidor elegir si desea dejar de recibir publicidad comercial directa.

Capítulo IV

Protección de datos

Artículo 10. Principios generales

Todos aquellos adheridos a este Código deberán apegarse a lo establecido en el Artículo 16 Constitucional, el cual reconoce el derecho que toda persona tiene a la protección de sus datos personales, el acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición en los términos que fije la normatividad aplicable.

En este sentido, el proveedor deberá contar con un Aviso de privacidad, como mecanismo accesible, seguro, fácil de entender, con un lenguaje sencillo y claro que permita al Consumidor acceder a toda la información inherente al tratamiento y protección que se dará a sus datos personales.

Los proveedores deberán incluir en su plataforma o tienda virtual, y en todo el proceso de compra, leyendas de advertencia para que las niñas, niños y adolescentes se abstengan de facilitar sus datos personales, sin la autorización de sus padres o tutores, para que la compra se realice directamente por estos últimos.

Asimismo, el proveedor está obligado a verificar lo siguiente:

- a) Deberá identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos;
- b) No deberá incitar directamente a las niñas, niños y adolescentes a la compra de un bien, producto o servicio, aprovechando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate;
- c) No deberá, sin motivo justificado, exponer a las niñas, niños y adolescentes en situaciones peligrosas;
- d) No publicarán en sus sitios web contenidos, declaraciones o presentaciones visuales ilícitas o que pudieran producir perjuicio mental, moral o físico a las niñas, niños y adolescentes;

Capítulo V

Derechos Humanos

Artículo 11. Grupos vulnerables

Los proveedores adheridos a este Código adquieren un compromiso con el respeto y protección de los derechos de personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, personas con discapacidad e indígenas, así como otras personas sujetas a discriminación, solucionando de manera ágil sus conflictos o dudas y cuidando que la publicidad que se dirija a ellos o la a que pudieran tener acceso fomente el respeto a la dignidad, equidad, seguridad e inclusión.

Capítulo VI

Solución de Conflictos

Artículo 12. Autorregulación y medios propios para solucionar conflictos

Las tiendas virtuales o plataformas de comercio electrónico deberán contar con mecanismos propios para solucionar los conflictos con los consumidores cuando exista algún incumplimiento a las obligaciones que se establecen en la Ley Federal de Protección al Consumidor, en la Norma Mexicana de Comercio Electrónico (NMX-COE-001-SCFI-2018) y en este Código.

Se reconoce a la autorregulación como un mecanismo confiable, imparcial, eficiente y seguro para la solución de conflictos relacionados con actividades o prácticas comerciales que se lleven a cabo a través de medios electrónicos digitales.

Artículo 13. Medios Alternativos de Solución de Conflictos

Las tiendas virtuales o plataformas de comercio electrónico procurarán solventar las disputas con los consumidores a través de medios alternativos de solución de conflictos. La mediación, conciliación y arbitraje serán primordiales para llegar a acuerdos rápidos que se encontrarán en la tienda virtual o plataforma de comercio electrónico o mediante los procedimientos establecidos por la Procuraduría Federal del Consumidor.

Artículo 14. Vinculación con la Procuraduría Federal del Consumidor

Las tiendas virtuales o plataformas de comercio electrónico que se encuentren adheridos a este Código cumplirán con lo estipulado en la Ley Federal de Protección al Consumidor y actuarán diligentemente en los procedimientos conciliatorios para llegar a acuerdos con el propósito de beneficiar a los consumidores.

Artículo 15. Adhesión al Código.

Los proveedores que deseen adherirse al Código de Ética en materia de Comercio Electrónico deberán llenar el formato de solicitud de obtención del Código disponible en la página oficial de la Procuraduría, proporcionando su nombre comercial, Registro Federal de Contribuyentes y correo electrónico; asimismo deberá enviar su proyecto de Código de Ética, el que deberá contener como estándares mínimos los establecidos en este acuerdo.

Una vez recibida la solicitud y documentación, se procederá a su revisión para determinar si se cumple con los requisitos señalados en el presente acuerdo, y si del análisis que realice la Procuraduría, advierte la falta de algún requisito para obtener el Código de Ética, notificará mediante correo electrónico de esta circunstancia al proveedor, a efecto de que éste lo subsane en un plazo máximo de 15 días **hábiles** por la misma vía, asimismo, una vez que haya transcurrido el plazo previamente señalado sin que se subsane el requisito o requisitos faltantes por parte del proveedor, se entenderá por negada la solicitud, pudiendo el proveedor iniciar una nueva solicitud.

Una vez subsanadas las omisiones señaladas en el párrafo anterior, la Procuraduría tendrá un plazo máximo de 30 días **hábiles para resolver respecto de la solicitud**, transcurrido dicho plazo sin que hubiere dado respuesta la Procuraduría, se entenderá que la solicitud fue negada.

De ser aprobada la adhesión, se hará del conocimiento del proveedor mediante el correo electrónico que señale en su solicitud, otorgándose el registro correspondiente al proveedor el cual deberá conservar para cualquier trámite posterior.

Artículo 16. Vigilancia y Cumplimiento del Código

Las tiendas virtuales o plataformas de comercio electrónico tendrán mecanismos propios para vigilar el cumplimiento de este código de ética, así como procedimientos de seguimiento ante su incumplimiento.

La Procuraduría Federal de Consumidor realizará monitoreos cuatrimestrales a los proveedores adheridos, con el propósito de revisar su cumplimiento. Dicho listado se publicará en el Padrón de Proveedores Responsables en Comercio Electrónico publicado en la página oficial de la Procuraduría.

Artículo 17. Compromiso de cumplimiento del Código

Las tiendas virtuales o plataformas de comercio electrónico que manifiesten su adhesión al presente Código se comprometen a respetar y cumplirlo en materia de comercio electrónico, publicidad, protección de datos y derechos humanos. De no cumplir con este Código, se solicitará la cancelación a su adhesión.

TRANSITORIO

Único. El presente Acuerdo entrará en vigor al siguiente día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Ciudad de México, a 16 de febrero de 2021.- El Procurador Federal del Consumidor, **Francisco Ricardo Sheffield Padilla**.-
Rúbrica.

(R.- 503529)