



ESCARTÍN ABOGADOS

CONSUMER & ADVERTISING LAW



NOTA INFORMATIVA.

26 de febrero de 2021

NOTA INFORMATIVA SOBRE EL ACUERDO POR EL QUE SE EMITE EL CÓDIGO DE ÉTICA EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 26 DE FEBRERO DEL 2021.

Escartín Arciniega y Asociados, S.C



www.escartin.mx

Boulevard Manuel Avila Camacho número 118,
Piso 16, Oficina 1602, Colonia Lomas de
Chapultepec, C.P. 11000, Alcaldía Miguel
Hidalgo, Ciudad de México.

Teléfono: 555250 8343
888255 3502

El acuerdo de referencia se alinea con las reformas publicadas durante los últimos años en materia de Comercio Electrónico, que se han visto reflejadas en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y en la Norma Mexicana NMX-COE-001-SCFI-2018 (Comercio electrónico-Disposiciones a las que se sujetarán aquellos proveedores que ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios (excepto servicios financieros)) y busca incentivar que los proveedores que operan en el entorno electrónico digital, adopten de manera voluntaria principios adicionales básicos o estándares mínimos, en protección y beneficio de los consumidores digitales en el país.



Una de sus características principales es que es de **adopción VOLUNTARIA** y aplicable a cualquier persona física o moral, nacional o extranjera que ofrezca, distribuya, venda, arriende o ponga a disposición bienes o servicios en territorio nacional haciendo uso de plataformas electrónicas o digitales. Sin embargo, en caso de que un proveedor adopte dicho Código (y suponemos que así lo manifieste) será **OBLIGATORIO** y vinculante para dicho proveedor. En el mismo se incorporan nuevos principios en materia de Publicidad Digital que deberán de ser respetados en caso de desear aparecer en el denominado **Padrón de Proveedores Responsables en Comercio Electrónico**.

A continuación, les compartimos un breve **RESUMEN** de la citada publicación:

Se reitera la importancia de que los términos y condiciones de una plataforma digital sean claros, precisos y fácilmente accesibles, así como la disponibilidad de las plataformas de colaborar con los consumidores que resulten afectados por su uso (presupone que las plataformas tengan medios de contacto y mecanismos de solución de controversias con sus consumidores).

Se indican los puntos mínimos y esenciales que toda plataforma deben dar a conocer a los consumidores, incluyendo datos de identificación completa del proveedor en territorio nacional, información clara para adquirir el bien o servicio y el derecho del consumidor para cancelar la operación sin responsabilidad o justificación alguna, mecanismos de devolución o cambio de bienes, plazos de garantía conforme a la LFPC y mecanismos para solventar reclamaciones o aclaraciones, restricciones de uso por edad, explicar el tratamiento de datos personales, términos y condiciones, métodos de pago y facturación sencillos, costos en moneda nacional incluyendo los costos anexos, comprobante de la transacción y los medios para obtener la constancia fiscal y la forma de entrega con todos sus costos, plazos y opciones, entre otros.

PUBLICIDAD DIGITAL: Reitera los principios básico de la publicidad contenidos en el artículo 32 de la LFPC, al indicar que toda la publicidad digital deberá ser, veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por engañosa o abusiva, pero agrega el concepto de **publicidad digital responsable** indicando que la misma deberá “ser identificable adecuadamente como tal”, “contener la identidad del anunciante y los datos de contacto y” “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”.

PROTECCIÓN DE DATOS:

Los proveedores que decidan adherirse a dicho código deberán respetar lo indicado en el artículo 16 Constitucional y respetar los derechos ARCO contenidos en el mismo. Se indica que todo portal deberá contener una Aviso de Privacidad, pero de fácil comprensión, debiéndose incluir en todo el proceso de compra leyendas de advertencia para niños y niñas para que se abstengan



de proporcionar datos personales sin la autorización de sus padres y tutores, para que sean estos últimos quienes realicen la compra y en su caso, el proveedor deberá identificar los contenidos dirigidos solo para adultos. No se deberá incitar a niños o adolescentes a comprar un producto aprovechándose de su inexperiencia y credulidad, ni deberá exponerlos a situaciones peligrosas.

DERECHOS HUMANOS: Los proveedores que se adhieran, se comprometen a respetar los derechos humanos de los grupos vulnerables y a solucionar de manera ágil sus conflictos o dudas cuidando que la publicidad dirigida a ellos fomente la **equidad, dignidad, seguridad e inclusión.**

ADHESIÓN AL CÓDIGO.- Las empresas deben formular su propio Código de Ética y exhibirlo ante la autoridad al solicitar su adhesión a través del formato correspondiente que de no ser contestado favorablemente en 30 días, se entenderá como negado.

A los proveedores que cumplan, se les incluiría en una lista denominada **Padrón de Proveedores Responsables en Comercio Electrónico**, que será revisada cuatrimestralmente y será publicada en la página de la PROFECO.

Desde luego, en **Escartín Arciniega y Asociados S.C.**, nos encontramos a tus ordenes en caso de que busques profundizar más sobre el tema y cooperemos contigo para blindar a tu empresa ante cualquier contingencia ante las autoridades administrativas correspondientes.

Evita contingencias, protege tus productos, cuida de tu marca.

¡Estamos a tus órdenes!

Atentamente

Escartín Arciniega y Asociados, S.C.