

# Protección del consumidor en el comercio electrónico

C.P.C. DANIEL TREJO  
Socio de Meraz, Romero, Trejo y Asoc., S.C.  
dtrejo@mrtyasoc.com

## Síntesis

Muchas de las inquietudes de los consumidores que realizan operaciones en un ambiente virtual usando Internet recaen en la incertidumbre de posibles fraudes o conductas ilegales a las que pueden ser sujetos, mediante el uso de información falsa y sitios de dudosa procedencia. La base de datos personales representa información sensible que puede ser mal utilizada en perjuicio de los mismos consumidores.

**P**or lo anterior, el reto es crear políticas de mercado y un andamiaje legal que mitiguen los riesgos a que son sujetos los consumidores al utilizar sitios de Internet para realizar sus operaciones de compra y pago de diversos bienes y servicios. El hecho de contar, incluso, con un comprobante de la transacción o un comprobante fiscal brinda cierta tranquilidad al consumidor.

### Necesidad de un marco jurídico

Ante el enorme crecimiento del uso de Internet surge la necesidad de proteger los intereses de las personas físicas o morales que interactúan en la compra y venta de bienes y servicios mediante la implementación de un marco jurídico. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) hace suya esa preocupación y en el interior de su Comité de Política del Consumidor, en 1996 empieza a tratar el tema del comercio electrónico.

Un año más tarde, en 1997 se celebró en París el Foro Internacional “Caminos al mercado global: Los consumidores y el comercio electrónico” (*Gateways to the Global Market: Consumers and Electronic Commerce*), y con un nutrido grupo de expertos de Norteamérica, Europa y la región Asia-Pacífico se conformó un grupo de trabajo con el fin de proponer lineamientos enfocados en la protección del consumidor en el comercio electrónico, analizando los siguientes temas: 1) Opciones del consumidor en el mercado global, 2) Privacidad del consumidor y protección de datos, y 3) Jurisdicción en el ciberespacio: ¿Quién protege a los consumidores?

En México, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) consagra en el tercer párrafo del artículo 28 que la ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Son varias las leyes que amplían y especifican lo estipulado en el tercer párrafo del artículo 28 constitucional, entre otras, el Código de Comercio, que incluye un capítulo al comercio electrónico; por su parte, el Código Civil Federal en materia de contratos y en específico cuando se refiere al consentimiento de la voluntad, señala en su artículo 1803, que dicho consentimiento será expreso cuando la voluntad se manifieste por medios electrónicos. Asimismo, el artículo 210-A, del Código Federal de Procedimientos Civiles, reconoce como prueba la información generada o comunicada que conste en medios electrónicos.

En términos generales, diversos ordenamientos en los ámbitos fiscal, laboral, mercantil, civil y financiero abordan el tema del comercio electrónico y el uso de medios electrónicos.

Sin embargo, una ley que refiere directamente a promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores es la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), publicada el 24 de diciembre de 1992 en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF).

El 29 de mayo del año 2000 se incorpora el capítulo VIII BIS “De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología” en la LFPC. Estos cambios tomaron como base la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) en el comercio electrónico. Con la reforma legislativa que adiciona este capítulo se armonizan las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos.

No está por demás mencionar que la Ley Modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico y otros medios conexos de comunicación de datos fue aprobada por la CNUDMI de la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1996.

Casi 20 años tuvieron que transcurrir para que nuestra legislación local incorporara nuevas disposiciones, en atención a lo establecido en el artículo 76 BIS 1 de la LFPC, bajo este contexto, el 30 de abril de 2019, se publicó en el DOF 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*, la cual tiene por objeto establecer las bases fundamentales para el comercio electrónico, al señalar especificaciones y condiciones que hacen segura la compra y venta en línea.

Antes de comentar las medidas de protección para el consumidor, las cuales garantizan que una operación

efectuada en línea es segura, es necesario conocer los siguientes datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI):

### Conexión a Internet en el ámbito nacional

Mediante el comunicado de prensa núm. 252/19 de fecha 15 de mayo de 2019, el INEGI señaló:

- > En el año de 2018, 65.8% de la población de seis años o más en México es usuaria de Internet.
- > 18.3 millones de hogares (52.9% del total nacional) dispone de conexión a Internet.
- > 95.1% de los usuarios con estudios de nivel superior se conectan a la red, así como 54.9% de quienes tienen estudios de educación básica.
- > La relación de acceso a Internet por zona urbano-rural muestra una diferencia de 32.5 puntos porcentuales, ya que los resultados reflejan 73.1% en las zonas urbanas y 40.6% en las rurales.
- > Aunque las transacciones electrónicas (aquellas compras o pagos realizados por medio de la red) siguen siendo una actividad poco común entre los usuarios de Internet, su proporción continúa en aumento. De acuerdo con los resultados de la encuesta, en 2018, 23.7% señaló hacer transacciones de este tipo, lo que le sitúa 3.3 puntos arriba del resultado de 2017.

Si bien, el uso de Internet para actividades de compra y pago de bienes y servicios sigue siendo medido, esto no ha limitado el aumento de las transacciones electrónicas, las cuales cada día van ganando más terreno.

### Medidas adoptadas para proteger a los consumidores

Es importante recordar que la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) tiene funciones de autoridad administrativa y está encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor, procurando la equidad y seguridad jurídica en las relaciones “proveedor y consumidor”. Adicionalmente, entre los principios que establece el artículo 1 de la LFPC, se señala el respeto a los derechos y obligaciones derivados de las relaciones de consumo y las medidas que garanticen su efectividad y cumplimiento.

En este contexto, y como previamente se había comentado, se incorpora el capítulo VIII BIS “De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología” en la LFPC, sumándose a estas medidas la norma mexicana NMX-COE-001-SCFI-2018,

## Las medidas de protección para el consumidor garantizan que una **operación** efectuada **en línea** sea **segura**

con lo cual surge una serie de elementos que protegen y dan certeza jurídica a las operaciones de compra y pago llevadas a cabo por los consumidores.

Es importante mencionar que la norma mexicana en comento no es aplicable para los servicios financieros, los cuales tienen otro tipo de regulación. En este sentido, las personas físicas o morales que realicen transacciones comerciales por medios electrónicos se sujetarán, entre otras, a las siguientes disposiciones:

Será necesario que el proveedor brinde la siguiente información:

- > Nombre comercial;
- > en su caso, marca;
- > denominación o razón social;
- > domicilio físico en territorio nacional;
- > registro federal de contribuyentes;
- > número telefónico, u otros medios de contacto (en su caso, redes sociales);
- > correo electrónico, página electrónica y portales externos con los que opere;
- > declarar el número de registro del contrato de adhesión, cuando sea obligatorio ante la PROFECO;
- > además de información sobre los derechos del consumidor previstos en las disposiciones jurídicas aplicables, incluido el procedimiento señalado en el artículo 56 de la LFPC, el cual estatuye que dentro de los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o producto o de la aceptación del servicio lo último que suceda durante ese lapso, el consumidor pueda revocar su consentimiento sin responsabilidad, ni justificación alguna.

Con el fin de conocer las prácticas comerciales y brindar certeza y seguridad, la PROFECO pone a disposición del público en general una herramienta denominada “Monitoreo de tiendas virtuales”, la cual permite a los consumidores revisar si los sitios de los proveedores que realizan transacciones por medio del comercio electrónico

cumplen con las disposiciones contenidas en la LFPC; asimismo, en el sitio se muestra información adicional de los proveedores en la que se señala el domicilio y teléfonos para reclamaciones y posibles facilidades de conciliación con la PROFECO.

Tiendas virtuales con mayores ventas en diciembre de 2019										
Nombre comercial	Dirección electrónica	Domicilio en México	Medios de contacto	Aviso de privacidad	Características	Monto a pagar	Formas de pago	Seguridad	Envío	Cancelación
Mercadolibre	www.mercadolibre.com.mx/	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Amazon	www.amazon.com.mx	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Walmart	www.walmart.com.mx/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Coppel	www.coppel.com/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No
Liverpool	www.liverpool.com.mx/tienda/hom	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Aliexpress	mx.aliexpress.com/	No	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si
Cinemex	cinemex.com/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	No
Chedraui	www.chedraui.com.mx	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Home Depot	www.homedepot.com.mx/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Farmacias del hogar	www.fahorro.com/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Uber	www.uber.com/mx/es/	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Sams	www.sams.com.mx/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Ebay	mx.ebay.com/	No	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si
Ticketmaster	www.ticketmaster.com.mx/	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	No	No
Seas	www.seas.com.mx	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Linio	www.linio.com.mx/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No
Bestbuy	www.bestbuy.com.mx/	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	Si
ClaroShop	www.claroshop.com/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No
Wish.Com	www.wish.com/	No	Si	Si	Si	No	Si	Si	Si	No
Farmacias San Pablo	www.farmaciasanpablo.com.mx/	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si

Fuente: eCommerce Institute. op eCommerce Ranking Reports, Mexico (December, 2019). Disponible en: <https://ecommerce-institute-mexico.rankings.netquest.digital/#/>

Dentro de las recomendaciones de la PROFECO para realizar compras en línea están las siguientes:

- > Leer las políticas de privacidad para saber si el sitio compartirá información con otras empresas y cuál sería su fin.
- > Al momento de registrarse, estar consciente de autorizar o no la recepción de avisos comerciales o boletines de publicidad.
- > Revisar que la página o sitio cuente con un candado SSL para proteger los datos personales y financieros en caso de pagar con una tarjeta bancaria.
- > Revisar cuidadosamente la descripción del producto o servicio, condiciones de envío, entrega, devolución o cambio.
- > Conservar el número de identificación de la compra, del vendedor y los correos electrónicos que se intercambiaron en la operación.

Las infracciones contenidas en la LFPC, por el incumplimiento de disposiciones relacionadas con los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas por el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, incluyen multas de un mínimo de \$807.27 y un máximo de \$3,157,358.71.

## Conclusión

El Internet trajo consigo una nueva forma de hacer negocios entre proveedores y consumidores, dando nacimiento a una serie de controversias, las cuales tuvieron que ser atendidas por legislaciones nacionales e internacionales, cuyo fin ha sido proteger los derechos del consumidor procurando la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones con sus proveedores.

Sin embargo, ante un mundo global con rápido crecimiento en avances tecnológicos, observamos que se acortan las distancias entre todos los países, originando la internacionalización cada vez más acentuada de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos político culturales, los cuales tendrán que ser resueltos por diversos ordenamientos jurídicos que deberán atender las nuevas modalidades de negocios que hoy en día se están presentando. ☞