

## PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

### ACUERDO por el que se dan a conocer los lineamientos para la solicitud, uso y registro del Distintivo Digital Profeco.

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 DAN A CONOCER LOS LINEAMIENTOS PARA LA SOLICITUD, USO Y REGISTRO DEL "DISTINTIVO DIGITAL PROFECO".

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 y 76 BIS 1 de la Ley Federal de Protección al Consumidor; 1 y 4 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; 9, primer y segundo párrafo, así como fracción III del Reglamento de la Procuraduría Federal del Consumidor, y

#### CONSIDERANDO

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 dentro de los principios básicos de las relaciones de consumo, se encuentra la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen, por lo cual, es importante que los consumidores adviertan en las páginas electrónicas un distintivo otorgado por esta Procuraduría, que les genere confianza para realizar las transacciones electrónicas en las páginas que cuenten con dicho distintivo institucional, ya que con tal herramienta también se corrobora la existencia física y legal de un negocio, e indica que la empresa que lo porta cumple con la legislación vigente;

Que de conformidad con el artículo 24, fracción VI, la Procuraduría Federal del Consumidor, tiene la atribución para orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores, por lo que el distintivo se implementará como un beneficio para aquellos proveedores que en cumplimiento de la normativa vigente, respeten los derechos humanos de los consumidores, la publicidad electrónica responsable, las buenas prácticas comerciales en las transacciones electrónicas y en general, el marco normativo en materia 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 he tenido a bien expedir el siguiente:

**ACUERDO POR EL QUE SE DAN A CONOCER LOS LINEAMIENTOS PARA LA SOLICITUD, USO Y REGISTRO DEL “DISTINTIVO DIGITAL PROFECO”**

**Capítulo I. Disposiciones Generales**

**Artículo 1.-** Los presentes lineamientos tienen por objeto establecer los requisitos para obtención y uso del Distintivo Digital Profeco, el cual 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.

**Artículo 2.-** Para efectos de los presentes Lineamientos, se entiende por:

- I. Código de Ética: Código de Ética en materia de Comercio Electrónico;
- II. Distintivo: Distintivo Digital Profeco;
- III. Ley: Ley Federal de Protección al Consumidor;
- IV. Lineamientos: Lineamientos para la solicitud, uso y registro del Distintivo Digital Profeco
- V. Norma Mexicana: 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);
- VI. Padrón: Padrón de Proveedores Responsables en Comercio Electrónico, y
- VII. Procuraduría: Procuraduría Federal del Consumidor.

**Artículo 3.-** El Distintivo es un beneficio con calidad de reconocimiento oficial, que podrá otorgarse a los proveedores de bienes, productos o servicios que se destaquen por promover y favorecer la seguridad, transparencia, confidencialidad, debida información, así como brindar mayor confiabilidad y certeza jurídica al consumidor en el comercio electrónico, así como por:

- I. Respetar y proteger los derechos del consumidor, además de cumplir con los principios básicos en las relaciones de consumo establecidos en la Ley;
- II. Cumplir con la Ley y sujetarse voluntariamente a la Norma Mexicana;
- III. Crear y difundir publicidad veraz, comprobable y clara, que cumpla con los requisitos contenidos en el artículo 32 y en el Capítulo VIII BIS de la Ley;
- IV. Crear, mantener e impulsar prácticas comerciales que no sean abusivas, coercitivas, desleales, engañosas o que lesionen los derechos e intereses de los consumidores, así como fomentar la confianza en el uso del comercio electrónico a través de las buenas prácticas;
- V. Implementar mecanismos internos eficaces para prevenir, atender y satisfacer las quejas y reclamaciones de los consumidores realizadas conforme a la normativa aplicable en materia de consumo.

**Artículo 4.-** Para la promoción y difusión de aquellos proveedores a quienes se les otorgue el Distintivo, la Procuraduría creará el Padrón que se hará público a través de la página de internet oficial del Distintivo <https://distintivodigital.profeco.gob.mx>, el cual se actualizará semestralmente.

**Artículo 5.-** Los proveedores reconocidos con el Distintivo, serán difundidos a través de los medios y redes sociales institucionales.

**Capítulo II. Requisitos para su obtención**

**Artículo 6.-** Podrá obtener el Distintivo cualquier proveedor, persona física o moral, que efectúe o celebre transacciones a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, siempre y cuando cumpla con los requisitos señalados en los artículos 3, 7 y 8 de los presentes Lineamientos.

**Artículo 7.-** Los proveedores interesados, deberán llenar el formato de solicitud de obtención del Distintivo disponible en la página oficial de la Procuraduría, proporcionando los siguientes datos:

- I. Nombre comercial;
- II. Marca;

- III. Denominación o razón social;
- IV. Domicilio físico en territorio nacional para quejas y reclamaciones;
- V. Registro Federal de Contribuyentes;
- VI. Número telefónico u otros medios de contacto;
- VII. Correo electrónico, página electrónica y portales electrónicos externos con los que opere;
- VIII. IP Pública de la página electrónica a través de la cual se realiza la transacción, y
- IX. Comprobante de pago.

Al enviar la solicitud a la Procuraduría, el proveedor deberá aceptar los términos y condiciones, así como la política de privacidad.

**Artículo 8.-** Además de contar con la solicitud de registro mencionada en el artículo anterior, el proveedor deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- I. Acreditar su personalidad jurídica;
- II. Ser proveedor con al menos un año de antigüedad, inscrito ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para ello deberá exhibir la Constancia de Situación Fiscal expedida por el Servicio de Administración Tributaria;
- III. No tener adeudos de pago de multas impuestas por esta Procuraduría, derivado de los procedimientos desahogados y por resolución definitiva dictada por esta Procuraduría o sentencia firme ante los órganos jurisdiccionales correspondientes;
- IV. Haber comparecido a los procedimientos conciliatorios a los que fue notificado, con el propósito de solucionar las desavenencias con los consumidores;
- V. Contar con registro de contrato de adhesión de carácter voluntario ante la Procuraduría;
- VI. Copia de la constancia vigente de su inscripción en el registro del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), de la Secretaría de Economía;
- VII. Copia de la constancia vigente de su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, en su caso;
- VIII. Haberse adherido al Código de Ética en materia de Comercio Electrónico implementado por la Procuraduría o, en su caso, presentar el código de ética que lo rige, el cual deberá cumplir estándares mínimos, similares al emitido por esta Procuraduría, y en los que se incluyan la publicidad digital y la protección a los derechos humanos de los grupos vulnerables;
- IX. Contar con certificado vigente de seguridad "https" para el sitio web de la tienda virtual.

### **Capítulo III. Vigencia y costo**

**Artículo 9.-** El Distintivo Digital Profeco tendrá vigencia anual.

**Artículo 10.-** El proveedor deberá pagar la tarifa autorizada por la autoridad correspondiente para la solicitud del Distintivo.

### **Capítulo IV. Características y uso de la Marca**

**Artículo 11.-** El Distintivo será una imagen digital, la cual contará con la resolución adecuada para su publicación, diseñada por la Procuraduría bajo los criterios de identidad gráfica aplicable.

**Artículo 12.-** El Distintivo contará con la siguiente información:

- a) Fecha de expedición;
- b) Número de serie, y
- c) Nombre de la entidad emisora (Procuraduría).

**Artículo 13.-** La imagen digital del Distintivo es propiedad exclusiva de la Procuraduría, única facultada para su modificación, y quien por conducto de las Subprocuradurías de Servicios o de Telecomunicaciones, en el ámbito de sus respectivas competencias, autorizarán y vigilarán su uso, en los términos que se les otorgue, a los proveedores que lo soliciten y cumplan con los requisitos precisados en estos Lineamientos.

**Artículo 14.-** La Procuraduría, otorgará el Distintivo a través de una liga electrónica de descarga única para cada empresa que cumpla con los requisitos señalados en estos Lineamientos para su obtención.

**Artículo 15.-** Dicho Distintivo deberá ser visible en la parte superior derecha de todas las páginas electrónicas de la empresa, así como en todos los hipervínculos asociados a ellas o en aquellos que se direccionen desde la página electrónica principal del proveedor.

**Artículo 16.-** En caso de que el consumidor decida realizar una compra, el Distintivo también debe de estar presente en todas las páginas que involucren el proceso de formalización de ésta, ya sea dentro de la misma página electrónica del proveedor o el sitio que éste utilice para hacer dichas transacciones.

**Artículo 17.-** El consumidor podrá comprobar la autenticidad del Distintivo haciendo click sobre él, con dicha acción se redireccionará al consumidor al micrositio <https://distintivodigital.profeco.gob.mx>, que estará alojado dentro de los servidores de la Procuraduría, en el que encontrará toda la información de la empresa que visita y de las empresas que cuentan con tal Distintivo.

#### **Capítulo V. Publicación de convocatoria, revisión de solicitudes y dictaminación**

**Artículo 18.-** La Procuraduría publicará una convocatoria cada seis meses para la obtención del Distintivo y se difundirá a nivel nacional, a través de los medios y redes sociales institucionales y en dos de los diarios de mayor circulación. La convocatoria estará abierta por quince días naturales.

**Artículo 19.-** Los proveedores que deseen participar deberán enviar la documentación señalada en los artículos 7 y 8 de los presentes Lineamientos en los plazos que para tal efecto sean fijados en la convocatoria semestral.

**Artículo 20.-** Una vez recibida la documentación, las Subprocuradurías de Servicios y de Telecomunicaciones, a través de la Dirección General de Procedimientos y la Dirección General de Protección al Consumidor de Telecomunicaciones, respectivamente según su competencia, procederán a su revisión para determinar si se cumple con los requisitos señalados en los artículos 3, 7 y 8 de los presentes Lineamientos, y si del análisis que realicen, se advierte la falta de algún requisito para su obtención, se 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.

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, 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 obtención del Distintivo, se hará del conocimiento del proveedor el registro correspondiente mediante el correo electrónico que señale en su solicitud, junto con las instrucciones paso a paso para incorporar el Distintivo en su página electrónica. El proveedor deberá conservar el registro para cualquier trámite posterior.

**Artículo 21.-** El proveedor podrá solicitar la renovación anual del Distintivo, previo pago de la tarifa correspondiente, para ello la Procuraduría procederá a la comprobación del cumplimiento de los requisitos establecidos en los artículos 7 y 8 de los presentes lineamientos, así como del uso adecuado del Distintivo.

#### **Capítulo VI. Cancelación**

**Artículo 22.** La cancelación del Distintivo procederá en los siguientes casos:

- I. Por el incumplimiento a los presente Lineamientos;
- II. De comprobarse que el Distintivo fue obtenido con evidencias documentales falsas o que no correspondan a la actividad comercial del proveedor;
- III. No haber informado a esta Procuraduría sobre el cambio de domicilio, o de la denominación o razón social, y
- IV. Por acreditarse el uso indebido del Distintivo o cuando éste se utilice alterando las características de identidad gráfica establecidas en el capítulo IV de los presentes lineamientos.

**Artículo 23.-** De configurarse alguna de las causales del artículo anterior, la Procuraduría podrá requerir al proveedor en términos del artículo 13 de la Ley y resolverá conforme a los plazos previstos en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

En caso de que detecte alguna contravención a la Ley, podrá iniciar los procedimientos administrativos establecidos en la Ley.

**Artículo 24.-** Durante la vigencia del Distintivo, la Procuraduría podrá monitorear, vigilar y verificar la página electrónica del proveedor, a efecto de comprobar el cumplimiento de lo estipulado en los presentes Lineamientos, así como ejercer las demás atribuciones que le otorga la Ley.

**Artículo 25.-** La cancelación del Distintivo, tendrá los siguientes efectos:

- I. Suspender el uso del Distintivo en la página electrónica del proveedor, a partir de la fecha de notificación de la cancelación del mismo.
- II. El proveedor no podrá solicitar el Distintivo en un plazo de un año, contado a partir de la fecha de su cancelación.

### **Capítulo VII. De la Vigilancia y Verificación**

**Artículo 26.-** La vigilancia y verificación del cumplimiento de los presentes Lineamientos por parte de los proveedores, estará a cargo de las Subprocuradurías de Servicios y la de Telecomunicaciones, en el ámbito de sus respectivas competencias, quienes serán las encargadas de vigilar el cumplimiento de los presentes lineamientos.

### **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.- 503526)**

### **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 de 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)**