

**DEL SEN. RICARDO MONREAL ÁVILA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO DEL TRABAJO, LA QUE CONTIENE PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA Y ADICIONA EL ARTÍCULO 76 BIS, FRACCIONES IV Y VII DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.**

**INICIATIVA COMERCIO ELECTRÓNICO.**

<b>Legislación Vigente</b>	<b>Propuesta de Reforma</b>
<p><b>ARTÍCULO 76 BIS.-</b></p> <p><b>IV.</b> El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;</p> <p><b>VII.</b> El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.</p>	<p><b>ARTÍCULO 76 BIS.-</b></p> <p><b>IV.</b> El proveedor <b>garantizará que no habrá</b> prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos <b>que ofrece</b>, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;</p> <p><b>VII.</b> El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias <b>engañosas, y</b> que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, <b>jóvenes</b>, ancianos y enfermos; <b>de igual manera deberá incorporar</b> mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.</p> <p>...</p> <p><b>La Procuraduría publicará una lista en su página de Internet con los nombres de los portales electrónicos y de los proveedores usuarios que incumplan lo dispuesto en cualquiera de las fracciones anteriores, independientemente de las sanciones previstas en la presente ley</b></p>

**RICARDO MONREAL ÁVILA**, Senador de la República de la LXI Legislatura del H. Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 71, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y en los artículos 58 y 59 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos someto a la consideración de esta Asamblea, la siguiente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA Y ADICIONA EL ARTÍCULO 76 BIS, FRACCIÓN IV Y VII, DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR PARA GARANTIZAR LA PROTECCIÓN AL COMPRADOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**, al tenor de la siguiente:

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La aparición e implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el mundo, ha sido y sigue siendo el motor principal de una profunda transformación global, en todas las facetas de interacción de los seres humanos.

Los hábitos, los esquemas, el lenguaje, y hasta las palabras usadas en diferentes disciplinas comienzan a tener un significado distinto.

El comercio electrónico, entendido como cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente, en lugar de tener un intercambio o contacto físico directo, puede involucrar ya sea a empresas con empresas, empresas con particulares, o particulares con particulares.

Este tipo de actividad comercial se realiza a través de los medios electrónicos tales como Internet, que es donde las empresas o personas confluyen para realizar las operaciones de compra y venta de productos o servicios.

La gran mayoría de las empresas en el mundo han abierto sus puertas a las TIC, incluso los particulares han incursionado en esa plataforma comercial y ahora la población en general forma parte del comercio electrónico.

Dentro de la web encontramos millones de portales ya sea de banca, redes sociales, noticias, negocios, bibliotecas, foros, chats, etc. En las páginas de tipo comerciales, con unos cuantos *clicks* podemos realizar operaciones de compra y venta de bienes y servicios a través de la inmensa oferta que podemos encontrar en línea, prácticamente todo lo imaginable está ofertándose en Internet.

El crecimiento del comercio electrónico o *E-commerce* (por sus siglas en inglés) ha sido vertiginoso, y aunque hace unos años el panorama era pobre, ya se vaticinaba un incremento exponencial para nuestros días.

La masificación del comercio electrónico ha sido tan fuerte que hoy en día por el provecho devenido del uso de las TIC, se habla de una *economía digital*.

Esta estrategia de mercado está principalmente concentrada en naciones como Japón, Malasia, Singapur, Reino Unido y Estados Unidos, aunque se desarrolla en todo el orbe. Por su parte, Brasil tiene el mercado más grande de Latinoamérica en lo que se refiere al comercio electrónico

Sin embargo el comercio electrónico en los países en desarrollo ha tenido una menor acogida, tal como lo revelan los informes sobre *Comercio electrónico y desarrollo*, de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), esto se debe principalmente a que en los países desarrollados existen marcos regulatorio para las TIC y el comercio electrónico, tanto a nivel nacional como regional, lo que hace que su legislación se encuentre a la vanguardia en esta nueva era de comercio.[1]

El potencial de las transacciones en línea aún está por alcanzarse, esta irá creciendo en la medida en la que los consumidores vayan aumentando su confianza en el comercio electrónico.

Según la UNCTAD, el 95 por ciento del comercio electrónico en el mundo se realiza en los países desarrollados; África y América Latina juntas representan solo el uno por ciento del total comerciado en la red de redes.

Los que sí se tiene claro es que en estos continentes y en los países menos desarrollados el comercio electrónico es considerado la tendencia del futuro. Así mismo, muchos de los gobiernos de estas regiones

tienden a dar prioridad a la mejora de la infraestructura y al perfeccionamiento de sus accesos a las tecnologías.

## **COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO**

En América Latina el volumen del comercio electrónico procede fundamentalmente de Brasil, Argentina y México, países donde las transacciones comerciales alcanzan cifras millonarias.

La Internet en Latinoamérica crece aproximadamente en un 32 por ciento anual, lo que convierte a este lado del planeta en un territorio próspero para la expansión.

Sin embargo, esta región es todavía un mercado amplio en el que no existen grandes compañías que dominen una categoría de productos, siendo este un territorio lleno de oportunidades comerciales.

En México como sucede en otras partes del mundo, ante el acelerado desarrollo del comercio electrónico se hace cada vez más indispensable el hecho de contar con un marco jurídico de avanzada a nivel federal y estatal para poder desarrollar la actividad comercial electrónica de forma segura y confiable.

En nuestro país, la cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido extraordinariamente debido a la propagación de Internet. La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) [2] reveló en su estudio *Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2011*, que actualmente en México, existen 34.9 millones de usuarios de Internet, lo que representa un incremento del 14% (4.3 millones) de nuevos internautas en relación al 2009.

De acuerdo con AMIPCI, para diciembre del año pasado, las ventas por Internet se habían incrementado en un 31% con relación al 2009, con la ventaja de que los compradores por internet consiguen precios hasta en 40% más bajos que en las tiendas o comercios que cuentan con un establecimiento físico.

Y es que la compra por internet resulta en la mayoría de los casos una experiencia gratificante y muy conveniente. Las tiendas en línea están disponibles las 24 horas al día, siete días a la semana. Esto significa que las personas pueden sentarse y relajarse desde la comodidad de su casa, mientras se pasan horas del día o de la noche navegando en línea, comprando o vendiendo. No se tiene que salir a la calle, ni utilizar el transporte público o conducir por la ciudad sufriendo los embates del tráfico o exponiéndose a las inclemencias del tiempo. Incluso en cuestión de minutos puede comparar el precio de venta de un mismo artículo que se ofrece en distintos portales electrónicos, de igual forma podrá tener alcance a todos las reseñas o comentarios que han hecho otros usuarios sobre el mismo artículo.

Además los sitios de Internet, al no tener que sufragar los mismos gastos que requiere un establecimiento físico, pueden abaratar en gran medida el costo final de sus productos; aunado a lo anterior el comprador cibernauta se encontrará con una amplia gama de artículos para realizar su mejor selección, así como artículos personalizados para los gustos más exigentes o artículos de colección.

En suma, el comercio electrónico nos ofrece toda una serie de ventajas tales como la comodidad, la rapidez y el abaratamiento de los precios, sin embargo lo que no se puede evitar, es ser víctima de delitos al ser usuarios del comercio electrónico, ya que este ha sido la fuente de origen de toda una serie de problemas que necesitan ser resueltos desde la legalidad.

Los principales problemas en México a la hora de comprar en línea son las estafas electrónicas y esto debido a que abunda información falsa de los bienes o servicios ofertados, el que la mercancía no se recibe y el conflicto que deriva al ser imposible contactar al proveedor. Lo anterior proviene de la carencia de medidas de seguridad confiable en los portales de compra y venta electrónicos.

La gran mayoría de este tipo de estafas se da en los portales de internet especialistas en la compra y venta de bienes y servicios entre particulares. Algunos de estos portales se describen a sí mismos como: “...una compañía pública de tecnología que ofrece soluciones de comercio electrónico para comprar, vender y pagar de todo a través de internet.”[3]

Los requisitos para formar parte del mismo bastan con el hecho de inscribirse en dicho portal, lo cual puede hacerse con datos falsos, y así comenzar a ofertar toda clase de productos y servicios a los demás usuarios de estas plataformas.

De ahí que cuando otros usuarios deciden adquirir algún producto que se oferta en línea lo hacen asumiendo que tienen los mismos derechos y la protección que cuando realizan sus compras por las vías tradicionales, pero muchas de las veces terminan siendo víctimas de robos, estafas ya que enfrentan problemas a la hora de recibir esos bienes, al realizar un pedido, así como la falta de garantías y una ausencia en los reembolsos.

Como regla general los portales que sirven de puente para realizar este tipo de transacciones no se harán responsables por las compras realizadas, ya sea si no se realizó la entrega, ni por la condición en que se encuentren los productos a la hora de la entrega, ni cuando es imposible localizar al vendedor.

Lo anterior ha provocado que miles de personas presenten desde hace varios años quejas ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), ya que de acuerdo con la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 76 Bis, establece las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos de acuerdo con las siguientes fracciones:

*IV. El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;*

...

*VII. El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.*

Con base en esta regulación, creemos que debe de reforzarse la protección que se brinda al comprador en las operaciones comerciales en línea.

En el caso de la fracción IV del artículo 76 Bis, hace referencia a que el proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos ofertados, lo cual es muy laxo, ya que el evitar no implica el hecho de abstenerse, de que esté prohibido realizar dichas prácticas; en lugar de eso se debe hacer referencia a una prohibición total, de abstención y en resumidas cuentas de no hacer.

La reforma que se propone de la fracción en comento es con el objeto de que por ley al proveedor se le obliga a garantizar que no habrá prácticas comerciales engañosas, de este modo se protege al comprador.

Por otra parte la reforma que se propone a la fracción VII, es la adición de la palabra engañosas, que se refiere a la abstención por parte del proveedor de usar estrategias de publicidad o venta utilizando falacias y mentiras con el objetivo de ofertar un producto o servicio de maneja poco clara y precisa; de igual manera y debido a que la mayoría de los usuarios siguen siendo la población más joven del país, la el proyecto de reforma que propongo, incluye a los adolescentes como parte de la población vulnerable a quienes van dirigidas muchas campañas con el objetivo de venta o cuando forman parte del público objetivo a quien va dirigida cierta campaña publicitaria, o cuando la información no sea apta para esta población.

Definitivamente el comercio electrónico tiene un gran futuro y será un motor para muchas personas y empresas para que estas puedan aprovechar esta magnífica plataforma como un sistema para simplificar la venta y adquisición de productos; sin embargo falta crear un alto nivel de conciencia entre los usuarios y seguir creando mecanismos legales que eviten las estafas.

Con ello se estaría brindando al comprador cibernauta de garantías en su proceso de compras por Internet, y al mismo tiempo obligando al vendedor a cumplir cabalmente con lo que promete al ofrecer productos en los diversos portales en línea.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a la consideración del pleno, el siguiente proyecto de **DECRETO POR EL QUE SE REFORMA Y ADICIONA EL ARTÍCULO 76 BIS, FRACCIÓN IV Y VII, DE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR PARA REFORZAR LA PROTECCIÓN AL COMPRADOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

**ÚNICO.-** Se reforma y adiciona el artículo 76 Bis, fracción IV y VII de la Ley Federal de Protección al Consumidor, para quedar como sigue:

#### **ARTÍCULO 76 BIS.-**

**IV.** El proveedor **garantizará que no habrá** prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos **que ofrece**, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;

**VII.** El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias **engañosas**, y que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, **jóvenes**, ancianos y enfermos; **de igual manera deberá incorporar** mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

...

**La Procuraduría publicará una lista en su página de Internet con los nombres de los portales electrónicos y de los proveedores usuarios que incumplan lo dispuesto en cualquiera de las fracciones anteriores, independientemente de las sanciones previstas en la presente ley.**

#### **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.** El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

*Dado en el Salón de Sesiones del Senado de la República, a los \_\_\_\_\_ días del mes de junio del 2011.*

---

[1] UNCTAD 2011, *Measuring the Impacts of Information and Communication Technology for Development*

[http://www.unctad.org/en/docs/dtlstict2011d1\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/dtlstict2011d1_en.pdf)

[2] **Acerca de AMIPCI** Fundada en 1999, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) es la organización promotora de la Industria de Internet en México. Sus más de 200 miembros representan a las empresas y organizaciones con mayor influencia en el desarrollo de esta industria, reunidas con el propósito de mejorar

la experiencia de Internet en México, bajo el principio de que el desarrollo de Internet debe impactar en áreas de competitividad, promoción del conocimiento y generación de prosperidad.

[3] [http://www.mercadolibre.com.mx/mexico/ml/org\\_theme.p\\_main?as\\_theme\\_id=NEW\\_SOBRE\\_ML](http://www.mercadolibre.com.mx/mexico/ml/org_theme.p_main?as_theme_id=NEW_SOBRE_ML)