

# LA NUEVA MODALIDAD DE VENTAS Y SU REGULACIÓN

---

Abogada Gabriela Valencia Rangel

Es una realidad que las ventas a través de medios digitales han aumentado y la gente confía cada vez más en ellas, ya sea por necesidad o comodidad, para adquirir productos o servicios sin la interacción física de las personas, por lo tanto, ya no es suficiente tener un espacio físico donde ofertar nuestros productos o servicios, debemos dar el paso de llevar nuestro negocio a medios digitales, porque será muy difícil la supervivencia si no vemos a los medios digitales como nuestros aliados comerciales. No por nada Jeff Bezos, dueño de Amazon, es el primero en la lista de multimillonarios de *Forbes* 2020.

En la actualidad, vemos a los dueños de negocios creando un *sitio web* o plataforma digital que les permite dar a conocer al público sus productos o servicios, se volvió algo casi obligatorio en esta época; pero pocos saben que elementos legales deben considerar al momento de realizar transacciones en plataformas digitales.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, tiene un capítulo destinado a los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos. La importancia de ese capítulo en la ley radica en que se establecen los derechos que tienen los consumidores que realicen transacciones en el comercio electrónico, y son los siguientes:

1. Que la información que proporcionen sea tratada de forma confidencial, es decir, no debe ser de libre acceso, y en caso de difundirla a un tercero ajeno a la transacción se debe contar con la autorización del titular.
2. Que el proveedor o titular del *sitio web* debe contar con herramientas de seguridad que aminoren el riesgo de vulnerabilidad del flujo de información que existe dentro de su *plataforma digital*, y deberá indicar cuales son las características de dichas herramientas.
3. Contar con información precisa del proveedor que indique su domicilio físico, números telefónicos, entre otros elementos de identificación del titular de la *plataforma digital*, para poder presentar reclamaciones o aclaraciones.
4. Que el proveedor evite usar publicidad engañosa para ofertar sus productos o servicios.
5. Términos y condiciones claros y detallados por parte del proveedor, especificando: a) nombre comercial o marca, denominación social, b) domicilio en México, c) datos de contacto como: teléfono, correo electrónico, redes sociales, entre otros, d) Registro Federal de Contribuyentes (RFC), e) alcances del servicio o especificaciones del producto, f) condiciones para la adquisición del producto o servicio, g) cargos adicionales, h) formas y métodos de pago, i) tipos de garantía ofrecida, j) formas de resolución de controversias, entre otros puntos que deba saber el adquirente del producto o servicio.

6. La posibilidad de decidir la calidad y cantidad de los productos que desea recibir, así como decidir si es su voluntad recibir avisos comerciales del proveedor.
7. Información clara y suficiente sobre los servicios o productos ofrecidos.

Adicionalmente, la legislación establece los elementos mínimos de información que un negocio debe proporcionar al público consumidor, antes de realizar la transacción comercial:

- I. Las especificaciones, características, condiciones y/o términos aplicables a los productos o servicios que se ofrecen;
- II. Mecanismos para que el consumidor pueda verificar que la operación refleja su intención de adquisición de los productos o servicios ofrecidos;
- III. Mecanismos para que el consumidor pueda aceptar la transacción;
- IV. Mecanismos de soporte de la prueba de la transacción;
- V. Mecanismos de seguridad apropiados y confiables que garanticen la protección y confidencialidad de la información personal del consumidor y de la transacción misma;
- VI. Mecanismos para presentar peticiones, quejas o reclamos, y
- VII. Mecanismos de identidad, de pago y de entrega.

Por lo tanto, debemos cuidar qué información compartimos con el público consumidor previo a la realización de la transacción comercial para evitar quejas ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

En la medida que compartimos información clara, precisa y suficiente de nuestros productos o servicios; y proporcionamos formas de identificación del proveedor para aclaraciones o quejas. Generamos confianza con el público consumidor y esa confianza se refleja en potenciales negocios que podemos cerrar y benefician directamente la economía de nuestros negocios.