

CÓDIGO DE ÉTICA EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

INTRODUCCIÓN

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.

1. INFORMACIÓN.

1.1 El Concesionario se compromete a respetar todas las actividades de comercio electrónico se cumplan los principios establecidos en el presente Código de Ética o los establecidos en el Código de Ética en Materia de Comercio Electrónico publicado por la Secretaria de Economía.

Así mismo el concesionario deberá actuar de conformidad con lo aplicable y establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, por la Ley Federal de Protección al Consumidor y por la Norma Mexicana de Comercio Electrónico (NMX-COE-001-SCFI-2018).

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; para estos casos será aplicable el Contrato de Adhesión que aplicable respecto del esquema y/o modalidad elegida por el Usuario.

1.2 Para Efectos del presente Código de Ética en materia de Comercio Electrónico, se entenderá por:

1.2.1. Adolescentes: Son adolescentes las personas de entre doce años cumplidos y menos de dieciocho años de edad;

1.2.2. Código: El Código de Ética en materia de Comercio Electrónico;

1.2.3. 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.

1.2.4. Consumidor: La persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final los bienes, productos o servicios. También se



entienda por Consumidor a aquellos que se refieren los artículos 99 y 117 de la Ley Federal de Protección al Consumidor;

1.2.5. Datos Personales: Cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable, cuando su identidad pueda determinarse directa o indirectamente a través de cualquier información;

1.2.6. 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;

1.2.8. Proveedor: ONT NETWORKS, S.A. DE C.V. (FAST NET).

1.2.9. 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;

1.2.10. Plataforma de comercio electrónico: proveedor del servicio informático mediante el cual se ofrecen herramientas (software) para facilitar el ejercicio del comercio electrónico, y

1.2.11. Tienda virtual: Es un espacio dentro de un sitio web, en el que se ofrecen artículos a la venta.

2. DISPONIBILIDAD Y COLABORACIÓN CON LAS AUTORIDADES.

2.1 El Concesionario pondrá a disposición del consumidor, los términos y condiciones aplicables a la venta de servicios que ofrece **FAST NET**, para lo cual deberá tendrá la disposición de colaborar cuando el consumidor se vea afectado.

3. MECANISMOS DE IDENTIDAD, PAGO Y ENVIO O ENTREGA.

3.1 El concesionario deberá poner a disposición de los consumidores al menos lo siguiente:

3.1.1. Nombre comercial, marca, denominación o razón social, domicilio físico en territorio nacional, Registro Federal de Contribuyentes y números telefónicos, u otros medios de contacto;

3.1.2. Información sobre el procedimiento para la adquisición del servicio;



3.1.3. Información al consumidor de su derecho a revocar su consentimiento respecto la transacción celebrada, sin responsabilidad ni justificación alguna;

3.1.4. Mecanismos de devolución, reposición o cambio de los bienes, productos o servicios;

3.1.5. Cuando se ofrezcan garantías se 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;

3.1.6. Mecanismos de solución para las reclamaciones o aclaraciones, incluyendo los días y horarios de atención;

3.1.7. Dar a conocer las restricciones de edad para hacer uso de la tienda virtual o plataforma de comercio electrónico;

3.1.8. El tratamiento que le dará a sus datos personales;

3.1.9. Términos y condiciones a que estarán sujetas las transacciones;

3.1.10. Métodos de pago y facturación fáciles de usar, implementando medidas de seguridad proporcionales a los riesgos relacionados con los pagos.

3.1.11. Costos totales en moneda nacional, incluyendo IVA, impuestos transfronterizos, costo de envío;

3.1.12. Comprobante de la transacción comercial, el cual deberá ser facilitado al consumidor por el mismo medio en que se celebró la transacción;

3.1.13. 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,

3.1.14. La forma de entrega incluyendo los costos, plazos y opciones de envío;

4. TERMINOS Y CONDICIONES.

4.1. 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.

4.2. 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.

4.3. 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:

4.3.1. Condiciones generales o particulares de contratación aplicables en cada caso;

4.3.2. Plazo de vigencia de ofertas y promociones y,

4.3.3. Restricciones de pago o entrega, condiciones necesarias para la utilización o entrega y penalidades por cancelación

4.3.4. 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.

5. PUBLICIDAD DIGITAL

5.1. 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.



5.2. Publicidad digital responsable; La publicidad que se desarrolle como estrategia de comercio electrónico deberá:

5.2.1. Ser identificable adecuadamente como tal;

5.2.2. Contener la identidad del anunciante y los datos de contacto, y

5.2.3. 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.

6. PROTECCIÓN DE DATOS

6.1. 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, **FAST NET** contará 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.

Asimismo, el proveedor está obligado a verificar lo siguiente:

6.1.1. Deberá identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos;

6.1.2 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;

6.1.3. No deberá, sin motivo justificado, exponer a las niñas, niños y adolescentes en situaciones peligrosas;

6.1.4. 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;

7. DERECHOS HUMANOS



7.1 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 que pudieran tener acceso fomente el respeto a la dignidad, equidad, seguridad e inclusión.

8. SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

8.1. 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.

8.2. 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.

8.3 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.

8.4. Compromiso de cumplimiento del Código; El Concesionario manifiesta su voluntad de respetar y cumplir con el Código en materia de comercio electrónico, publicidad, protección de datos y derechos humanos.

