

Comercio electrónico - Criterio de la SCJN en protección de los usuarios

Category: Legal Alerts

written by Nader, Hayaux & Goebel | mayo 21, 2025

La Suprema Corte de Justicia de la Nación (la **SCJN**) emitió una resolución relevante para el comercio electrónico mexicano. En su sesión del 15 de enero de 2025, la Primera Sala resolvió el Amparo Directo en Revisión 2558/2024, sentando un nuevo criterio sobre la forma en que los proveedores de servicios en línea, como las plataformas dedicadas a la venta de boletos para eventos de entretenimiento, plataformas que intermedian la compra de productos o servicios, y plataformas que ofrecen servicios de reservación de viajes y alojamiento, deben comunicar y obtener la aceptación de los términos y condiciones en los contratos celebrados con consumidores.

Con esta resolución, la Primera Sala establece requisitos de contratación más estrictos en el comercio electrónico mexicano en relación con el consentimiento que debe obtenerse de los consumidores.

Hechos Relevantes del Caso

Un consumidor compró boletos VIP para un festival musical a través del sitio web de una empresa, eligiendo como método de entrega la opción “*Will call*” (recolección en punto de venta). Sin embargo, al intentar recoger los boletos, no se los entregaron debido a que no se pudo realizar un cargo adicional de \$10 pesos a su tarjeta. La empresa alegó que dicho cargo formaba parte de las políticas publicadas en su sitio web.

El consumidor demandó la rescisión del contrato y el pago de diversas indemnizaciones. El juez de primera instancia resolvió que el incumplimiento era atribuible al consumidor. Derivado de lo anterior, el consumidor promovió amparo

directo, pero la sentencia fue confirmada por un Tribunal Colegiado, que consideró que el consumidor quedó sujeto a las condiciones de entrega publicadas en la página web de la empresa. Inconforme, el consumidor interpuso recurso de revisión ante la SCJN.

Criterio de la SCJN

La SCJN revocó la sentencia del Tribunal Colegiado, al considerar que éste incurrió en una interpretación inconstitucional del artículo 1796 del Código Civil Federal, al asumir que el consumidor quedó obligado a condiciones que no consintió. El artículo 1796 del Código Civil Federal establece lo siguiente:

“Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento, excepto aquellos que deben revestir una forma establecida por la ley. Desde que se perfeccionan obligan a los contratantes, no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado, sino también a las consecuencias que, según su naturaleza, son conforme a la buena fe, al uso o a la ley.”

La SCJN señaló que en los contratos de adhesión celebrados electrónicamente, como los que rigen el comercio electrónico en México, las condiciones contractuales no pueden imponerse unilateralmente mediante simples remisiones a sitios web.

Este criterio fortalece el principio constitucional de autonomía de la voluntad, según el cual el consentimiento debe ser libre, informado y expreso. En consecuencia, la simple navegación en un sitio web o la realización de una transacción electrónica no puede considerarse, por sí sola, como manifestación tácita de conformidad con condiciones contractuales adicionales que no fueron presentadas de manera clara y accesible al consumidor.

Implicaciones para el Comercio Electrónico en México

La resolución de la SCJN aclara cómo deben entenderse las obligaciones de las empresas de comercio electrónico en México respecto a la forma en que los

proveedores comunican sus condiciones contractuales y los consumidores otorgan su consentimiento. Conforme a dicha resolución, es indispensable que:

- Los términos y condiciones sean puestos a disposición del consumidor de forma clara y accesible, y que su aceptación ocurra de manera expresa antes de la contratación.
- No se exijan al consumidor condiciones contractuales que no hayan sido claramente visibles o incorporadas al momento de perfeccionar la compra, aún si están publicadas en el sitio web del proveedor.
- El consentimiento otorgado por medios electrónicos por parte del consumidor sea claro, informado y expreso, ya que dicho consentimiento no puede asumirse por la simple navegación en un sitio web o la realización de una transacción electrónica.
- El proveedor se asegure de que cualquier condición relevante, como requisitos para la entrega del producto o servicio adquirido, se encuentre debidamente visible y sea aceptada de manera previa por el consumidor al momento de contratar.

Esta resolución genera mayores exigencias legales para las empresas de comercio electrónico en México, pero también brinda certeza jurídica tanto a consumidores como a proveedores de servicios, al delimitar con claridad el alcance de los contratos electrónicos y los límites de las políticas publicadas en un sitio web.

Como resultado, las empresas de comercio electrónico en México deberán verificar que sus procesos de contratación electrónica cumplan con el principio constitucional de autonomía de la voluntad. Esto implica revisar la forma en que se presentan las condiciones contractuales, los mecanismos mediante los cuales se obtiene el consentimiento del consumidor y la documentación que respalda dicho consentimiento.

* * *

Para más información o asesoría en relación con este tema, favor de contactar al equipo de la Práctica de Compliance y Protección al Consumidor de Nader, Hayaux & Goebel.