InPulse LAB

La sola publicación de términos y condiciones en el sitio web de una empresa no garantiza tanto el conocimiento como la aceptación del cliente.

En el Amparo Directo en Revisión 2558/2024, Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), a través de la Primera Sala resolvió que la simple publicación de las políticas de compra en el sitio web de una empresa no garantiza que los compradores hayan conocido y aceptado su contenido.

Este nuevo criterio modifica la forma en que deben presentarse y aceptarse los términos y condiciones en operaciones comerciales en línea.

I. Los hechos.

Una empresa dedicada a la venta de boletos para eventos se negó a entregar dichos boletos a un cliente, argumentando que, de acuerdo con sus términos y condiciones ("TCs"), era necesario presentar en el punto de venta física la misma tarjeta bancaria con la que se hizo la compra en línea para realizar un cargo adicional.

La empresa explicó que los TCs se encontraban señaladas en el sitio web en donde se hizo la compra de los boletos, por lo que era claro que el cliente había entendido y aceptado todos los términos y condiciones, negándole el servicio y el reembolso del pago realizado.

El cliente comenzó un proceso legal para solicitar la rescisión del contrato de adhesión, el reembolso del pago realizado, el pago de intereses y daños punitivos.

II. ¿Qué resolvió la Suprema Corte?

- La compra de boletos en línea no implica, por sí sola, la aceptación automática de todos los términos y condiciones publicados en el sitio web del proveedor.
- Para que un contrato de adhesión sea válido, el consumidor debe tener a la vista la totalidad de las condiciones del servicio al momento de la contratación.
- La Corte estableció que la empresa incurrió en una práctica abusiva, al exigir un cargo adicional no informado de manera adecuada, a partir de términos que solo estaban disponibles en una sección del sitio web.

III. Implicaciones prácticas para las empresas

Esta decisión tiene un impacto directo sobre varios frentes:

- Plataformas digitales:
  - Es necesario rediseñar los procesos de compra en línea para garantizar la visibilidad inmediata de todos los términos y condiciones aplicables.
  - Se deben adoptar mecanismos que documenten que el consumidor tuvo oportunidad de conocer las políticas aplicables.
- Contratos de adhesión:
  - Es fundamental revisar y actualizar los contratos utilizados para ventas en línea y físicas, asegurando que reflejen de manera transparente todas las condiciones de la operación.
- Gestión de riesgos:
  - Aumenta el riesgo de reclamaciones, litigios y sanciones derivadas de condiciones contractuales no informadas o mal presentadas.

IV. ¿Qué deben hacer las empresas ahora?

- Revisar integralmente los procesos de contratación y de venta en línea.
- Asegurar que los términos y condiciones sean claramente visibles y accesibles antes de la manifestación del consentimiento por parte del consumidor.
- Documentar adecuadamente que el consumidor estuvo en posibilidad de conocer el contenido contractual aplicable.
- Actualizar contratos de adhesión y políticas comerciales conforme a los nuevos lineamientos.

La resolución de la SCJN marca un cambio en la forma en que las empresas deben estructurar sus procesos de contratación y venta en línea. No cumplir con estos nuevos estándares puede derivar en la nulidad de cláusulas contractuales, sanciones y un daño reputacional significativo. Es importante adecuar las prácticas comerciales a las exigencias de transparencia y protección al consumidor establecidas en este precedente.

InPulse
LAB

Equipo

LAËTITIA SCHMIERER
ls@inpulselab.in

LOUIS PETOT
lp@inpulselab.in

ELISE FARCY
ef@inpulselab.in

InPulse Lab ofrece servicios de consultoría jurídica y de gestión de negocios. Consulta la página web inpulselab.in para más información.

Esta publicación sólo contiene información general y ni InPulse Lab, ni ninguna de sus respectivas afiliadas presta servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión que pueda afectarle, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Inpulse Lab será responsable de pérdidas que pudiera sufrir por consultar esta publicación.

© 2025 InPulse Lab