

**COMPARACIÓN DEL SISTEMA CHILENO, EL SISTEMA AUSTRALIANO Y EL SISTEMA EUROPEO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO.**

**POR: MONTSERRAT MOLINA OTÁROLA**

Tesina presentada a la Facultad de Derecho de la Universidad del Desarrollo para optar al grado de Magíster de Derecho de Empresa

**Profesora Guía: Francisca Labbé**

Junio 2021

Concepción

## ÍNDICE

Introducción.....	1
Breve reseña conceptual del comercio electrónico .....	2
I. Papel de la OCDE en el e-commerce: Lineamientos para la Protección al Consumidor en el contexto del Comercio Electrónico .....	4
II. Síntesis de los tres sistemas de protección al consumidor .....	6
1. Sistema Chileno de protección al consumidor en materia de comercio electrónico.....	6
i) Breve introducción al sistema chileno.....	6
ii) Protección al consumidor y comercio electrónico en Chile.....	9
2. Sistema Australiano de protección al consumidor en materia de comercio electrónico.....	14
i) Breve introducción al sistema australiano.....	14
ii) La ACCC. Comisión Australiana de Competencia y Consumidor.....	14
iii) Protección al consumidor y comercio electrónico en Australia.....	14
3.- Sistema Europeo de protección al consumidor en materia de comercio electrónico.....	17
i) Breve introducción al sistema europeo.....	17
ii) Protección al consumidor y comercio electrónico en Europa.....	18
iii) Función de la GDPR.....	19
III. Comparación de los tres sistemas.....	20
Conclusión.....	22
Bibliografía.....	24

## **ABREVIATURAS**

ACCC – Comisión Australiana de Competencia y Consumidor

Art. – Artículo

Arts. – Artículos

GDPR – Regulación General de Protección de Datos

LCA – Ley de Consumidor Australiana

LPC – Ley sobre Protección de los Derechos del Consumidor

OCDE – Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Sernac – Servicio Nacional del Consumidor

## INTRODUCCIÓN

Año 2021, plena pandemia en Chile y el mundo.

Uno de los grandes actores en este escenario al que todos han tenido que adaptar su vida diaria y forma de trabajo ha sido el comercio electrónico, el intercambio de bienes y servicios a través de la plataforma internet y todo lo que ello conlleva.

Esta herramienta, sin duda ha sido el gran salvavidas de esta pandemia y-sin querer enfocar el trabajo a este punto-, se puede apreciar que todo aspecto de la vida diaria, queda cubierto por esta herramienta reemplazando las formas presenciales; desde el tele-trabajo, asesorías, compra de enseres básicos e incluso servicios, son contratados a través de esta plataforma.

Hoy, todo se hace online. El mundo gira en torno al comercio electrónico.

Como se señaló, especialmente en este último año, el e-commerce cobra gran relevancia en todo el mundo.

Por las razones indicadas, este trabajo tiene por objeto principal efectuar una comparación sistemática de la protección al consumidor en dicho ámbito en Chile, Australia y Europa.

En este escenario, la presente investigación comienza con una breve exposición del escenario del comercio electrónico en Chile, Europa y Australia, complementando dicha exposición con las principales herramientas de protección al consumidor al comprar online, para luego efectuar una comparación de los tres sistemas. Por tanto, este trabajo tiene por finalidad dilucidar las siguientes interrogantes: ¿Qué tienen en común los tres sistemas y qué diferencias tienen?, ¿qué aspectos debiera incluir Chile dentro de su regulación de protección?

Para complementar lo anterior se analizarán los principios básicos en materia de comercio electrónico instruidos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el cual constituye el sustento de la legislación y doctrina en cada uno de estos países junto con Chile, lo cual no deja de tener relevancia.

Finalmente, se expondrán las conclusiones más relevantes de esta investigación conforme a los puntos de análisis indicados anteriormente, y veremos si en Chile nuestra legislación es capaz de satisfacer y resguardar adecuadamente al comprador frente a las diversas situaciones a que pueda dar origen esta relación empresa-consumidor en el e-commerce.

## **BREVE RESEÑA CONCEPTUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

Mucho se habla de las plataformas online, y de la compra y venta de servicios a través de plataformas como internet, aplicaciones, y otros.

Pero, ¿qué es el comercio electrónico? De acuerdo a Ricardo Sandoval el comercio electrónico admite dos acepciones, una en sentido amplio entendiéndose por comercio electrónico “todo intercambio de datos realizados por medios electrónicos, esté o no relacionado específicamente con la actividad comercial”. Por el contrario, en sentido restringido “el comercio electrónico se circunscribe solamente a los actos, contratos u operaciones comerciales realizadas por medios electrónicos, incluyéndose también negociaciones previas a la celebración de dichos actos, contratos u operaciones y las actividades posteriores relacionadas con los mismos, tales como las transferencias y los pagos electrónicos”<sup>1</sup>.

Asimismo, de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio, se define como “*la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones*”<sup>2</sup>

Por su parte, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), define al comercio electrónico, también denominado como e-commerce, como “la venta o compra de bienes o servicios que se realiza a través de redes informáticas con métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos”<sup>3</sup>

Existen varias definiciones a las que podemos acudir, siendo estas diferentes según el país o institución que las regule. Sin embargo, en lo que todos estamos de acuerdo es que se trata de la venta de bienes y/o servicios a través de plataformas electrónicas.

Asimismo, cabe destacar que el e-commerce tiene diversas formas de clasificarse, siendo la más destacada la que clasifica al e-commerce según el destinatario o según los agentes económicos implicados en él.

Así, de acuerdo a la Cámara de Comercio de Santiago, el e-commerce se puede clasificar según el destinatario en:

- 1.- Relación B2B o business to business (de empresa a empresa), la que se refiere a la transacción entre empresas, hoy comúnmente conocida como las relaciones entre los *e-market places* (mercado entre empresas online).
- 2.- Relación B2G, la que hace alusión a las transacciones de empresa a gobierno.

---

<sup>1</sup> SANDOVAL L. Ricardo. *Derecho Comercial*, Tomo VI, Editorial Jurídica de Chile, 2016, p. 34.

<sup>2</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, *Estudios Especiales 2, El Comercio Electrónico y el Papel de la OMC*, disponible en: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/special\\_study\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/special_study_s.pdf) (06-03-2021).

<sup>3</sup> ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, *Panorama del Comercio Electrónico*, disponible en: <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf> (06-03-2021).

3.- Relación C2C, referente al comercio electrónico entre consumidores individuales a través de un tercero generando una comisión.

4.- Relación C2B, que consiste en la transacción de negocio originada por el usuario final siendo este quien fija las condiciones de venta a una empresa.

5.- Relación B2C, que consiste en el comercio desde la empresa o proveedor al consumidor o usuario final.<sup>4</sup> Esta es a la relación de e-commerce a la cual nos referiremos en este trabajo.

---

<sup>4</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, E-commerce B2C en Chile, *Mapeando procesos y perfiles para el desarrollo del ecosistema digital*, disponible en: [https://www.e-commerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/01/e-commerce\\_B2C\\_en\\_Chile\\_2020.pdf](https://www.e-commerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/01/e-commerce_B2C_en_Chile_2020.pdf) (05-06-2021).

## **I. Papel de la OCDE en el e-commerce: Lineamientos para la Protección al Consumidor en el contexto del Comercio Electrónico**

El Consejo de la OCDE, consciente de la naturaleza internacional inherente a las redes digitales y tecnologías que integran el mercado electrónico, aprobó con fecha 9 de diciembre de 1999 los Lineamientos para la protección al Consumidor en el contexto del Comercio Electrónico.

Estos lineamientos constituyen una recomendación que está dirigida a gobiernos, empresarios y consumidores y contiene las características esenciales que debe tener cada país miembro, en orden a otorgar una protección eficaz al consumidor que participa en el mercado electrónico con miras a obtener una relación equitativa entre este y el empresario.

Asimismo, en dichos lineamientos se hace hincapié en la importancia de que cada país cuente con mecanismos eficaces y transparentes de protección al consumidor dado que ello contribuye directamente al desarrollo del comercio electrónico, el que depende en gran parte del grado de confianza que el consumidor adquiera para actuar en dicho mercado, lo que crea un ambiente de seguridad jurídica.

Los lineamientos están constituidos por los principios generales sobre los que debe erigirse el comercio electrónico y sólo se aplican a las transacciones electrónicas entre consumidores y empresarios, siendo estos principios los siguientes:

### 1) Protección transparente y efectiva

En virtud de este se debe otorgar una protección transparente y efectiva a los consumidores que participan en el mercado electrónico que no sea inferior al nivel de protección del que gozan los consumidores en otro tipo de comercios.

Considera al comercio electrónico como una circunstancia especial, por lo que establece que es responsabilidad de cada gobierno y de los agentes involucrados tomar consideración de ello al momento de regular mecanismos dirigidos específicamente a proteger sus derechos.

### 2) Equidad en las prácticas empresariales, publicitarias y de mercadotecnia

Este principio recomienda a las empresas que no lleven a cabo prácticas comerciales en el marco del comercio electrónico que puedan implicar poner en riesgo al consumidor. Respecto a las ofertas promocionales, se contempla que ellas deben tener, al alcance y claramente visible, la información sobre ellas mismas. Asimismo, y en los casos en que dichas ofertas sean enviadas al consumidor a su correo electrónico, se recomienda que otorguen a este la opción de quitar su correo de la lista.

### 3) Información en línea

La información en línea contempla tres aristas: la información de la misma empresa, la información de los productos y servicios ofrecidos y la información respecto a la transacción.

Respecto a la información de la empresa, contempla que ellas deben proporcionar de manera precisa, clara y fácilmente accesible, información suficiente sobre ellas mismas, que permita

al menos la identificación, comunicación efectiva y rápida con la empresa, mecanismos de solución de disputas, entre otros.

Respecto a los bienes y servicios ofrecidos, recomienda que toda empresa que efectúe transacciones en el comercio electrónico deba proporcionar al consumidor información precisa y clara que describa eficientemente los bienes y servicios ofrecidos de forma tal que el consumidor tome una decisión informada antes de consentir en efectuar la transacción.

Respecto a la información de la transacción, recomienda que las empresas deban proporcionar información suficiente sobre los términos, costos y condiciones asociados a la operación que realizan, debiendo además contemplar que el consumidor pueda acceder a un respaldo de dicha información luego de la transacción.

#### 4) Procedimiento de confirmación

Se trata de evitar incertidumbre respecto a si el consumidor efectuó o no la transacción, para lo cual, debe enviarse un documento o correo de respaldo con la información de la compra en línea, recomendando además que se conceda la posibilidad de corregir errores en la misma.

#### 5) Pagos

Consiste en proporcionar al consumidor procedimientos de pago seguros y que suministren información respecto al nivel de seguridad de los mecanismos de compra.

#### 6) Solución de controversias y reparación del daño

Este lineamiento consiste en recomendar a los países miembros, modificar el marco legal vigente o bien adecuarlo a las necesidades especiales que presentan los consumidores en este tipo de transacciones, debido a que presenta características dispares al comercio presencial. Para ello recomienda optar por establecer mecanismos alternativos para la resolución de disputas y reparación del daño sin costos adicionales o cargos, al que se pueda acceder fácilmente aprovechando las nuevas tecnologías.

#### 7) Privacidad

Se recomienda que el comercio electrónico de empresario a consumidor se rija por los principios de privacidad reconocidos y establecidos en los Lineamientos que regulan la Protección de la Privacidad y el Flujo Transfronterizo de Datos Personales de la OCDE de 1980.

#### 8) Educación y concientización

Este último lineamiento sugiere que los gobiernos, empresarios y en general los agentes que interactúan en el comercio electrónico, eduquen respecto a la normativa de protección al consumidor en dicho ámbito, con el objeto de fortalecer la confianza del consumidor en el uso del sistema para que tomen decisiones de compra informadas<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, *Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a los lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico*, disponible en: <https://www.oecd.org/sti/consumer/34023784.pdf> (01-06-2021).

## **II.- Síntesis de los tres sistemas de protección al consumidor: Chileno, australiano y europeo**

### **1.- Sistema chileno de protección al consumidor en materia de comercio electrónico**

#### **i) Breve introducción al sistema chileno**

En Chile, el comercio electrónico está regulado principalmente en la Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos del Consumidor publicada con fecha 7 de marzo de 1997, en adelante LPC.

Dicha ley, no reguló en forma específica al consumidor en el marco del e-commerce, sino más bien luego de dictada fue complementada por normas especiales que regulan las transacciones de consumidor proveedor en plataformas online, lo cual fue resultado del avance de la tecnología en nuestro país.

Por dicha razón, para estudiar el marco específico de reglas que lo regulan recurrimos principalmente a las normas generales contenidas en nuestra legislación, aplicando íntegramente en esta materia y tal como en una relación presencial de consumidores, las normas contenidas en el Código de Comercio sobre formación del consentimiento.

En este sentido, para la formación del consentimiento en la contratación electrónica aplican los principios generales, “requiriéndose la concurrencia de dos actos jurídicos unilaterales, sucesivos y copulativos que son la oferta y la aceptación”<sup>6</sup>, para lo cual la mayoría de la doctrina nacional está conteste en aplicar los artículos 96 a 106 del Código de Comercio.

Así, de acuerdo al artículo 101 del Código de Comercio, el contrato queda perfecto al momento de la aceptación pura y simple de la oferta<sup>7</sup>.

Respecto al momento de la formación del consentimiento, en opinión del autor nacional Ricardo Sandoval, en Chile no cabe duda que un contrato perfeccionado por medios electrónicos se trata de un contrato entre ausentes ya que las expresiones de voluntad tanto del oferente como del aceptante no tienen lugar en forma simultánea, existiendo un lapso entre una y otra.<sup>8</sup>

En forma general, la oferta además debe cumplir con un requisito específico y es que esta debe ser completa, lo que significa que debe ser hecha en términos tales que el destinatario pueda limitarse simplemente a aceptarla.

En el marco del e-commerce, uno de los principios que orientan la contratación electrónica de acuerdo al Servicio Nacional del Consumidor, -en adelante Sernac-, organismo encargado de

---

<sup>6</sup> SANDOVAL L. Ricardo. Manual de Derecho Comercial. Contratos mercantiles, Reglas generales, Compraventa, Transporte, Seguro y Operaciones bancarias. Tomo III, Editorial Jurídica de Chile, quinta edición, 2007, pp. 9.

<sup>7</sup> Cco, art. 101. “Dada la contestación, si en ella se aprobare pura y simplemente la propuesta, el contrato queda en el acto perfeccionado y produce todos sus efectos legales, a no ser que antes de darse la respuesta ocurra la retractación, muerte o incapacidad legal del proponente.”

<sup>8</sup> SANDOVAL L. Ricardo, *Derecho*, Ob. cit., p. 53.

velar por el cumplimiento y protección de los derechos de los consumidores en nuestro país, es el del consentimiento informado<sup>9</sup>, en virtud del cual los proveedores y empresas que venden online deben informar sobre las condiciones generales y particulares de la contratación, y sobre los bienes y servicios ofrecidos de forma tal que el consumidor al otorgar su consentimiento, conozca de manera clara la naturaleza de los bienes o servicios contratados y sus derechos y obligaciones.

Hoy ya no se discute en torno a si la aceptación electrónica es o no una forma válida de manifestación de voluntad, debido a que en nuestra legislación se encuentra reconocido expresamente el principio de equivalencia funcional estando la doctrina conteste en que se trata de una nueva forma de exteriorización de ella.

Este principio está expresamente recogido en la Ley 19.799 sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación publicada con fecha 12 de abril de 2002. Esta última en su artículo 3 establece que “Los actos y contratos otorgados o celebrados por personas naturales o jurídicas, suscritos por medio de firma electrónica, serán válidos de la misma manera y producirán los mismos efectos que los celebrados por escrito y en soporte de papel. Dichos actos y contratos se reputarán como escritos, en los casos en que la ley exija que los mismos consten de ese modo, y en todos aquellos casos en que la ley prevea consecuencias jurídicas cuando constan igualmente por escrito”<sup>10</sup>.

La ley recién citada constituye, junto con la LPC, la regulación específica del comercio electrónico en nuestra legislación.

En Chile, se estima que para aplicar la LPC, debe existir un acto de consumo, el cual tiene que cumplir diversos requisitos copulativos, estos son, ser un acto mercantil para el proveedor, y un acto civil para el consumidor. En este sentido nuestra legislación de consumo considera a este como un acto mixto.

La ley 19.496 si bien entró en vigor en 1997, ha sido objeto de diversas modificaciones, siendo la última de ellas la Ley 21.320 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores en materias de Cobranza Extrajudicial, de 20 de abril de 2021.

En sus inicios, la LPC no contempló situaciones relativas al comercio electrónico. Fue recién en el año 2004, donde hubo un primer acercamiento a tratar el comercio electrónico, mediante la promulgación de la Ley 19.955 dictada con el objeto de hacer más eficiente la defensa de los derechos de los consumidores. Dicha ley, introduce a la LPC la llamada figura o tipo infraccional “spam”, asociada a lo que el Sernac ha denominado como “comunicaciones promocionales o publicitarias no deseadas” regulada hoy en el artículo 28 B de la LPC.

Así las cosas, y de acuerdo a los datos proporcionados en la página web del Sernac, en Chile el mercado del e-commerce se volvió significativo a partir del año 2011, luego de realizado el primer evento de *cybermonday* en el que se lanzaron una serie de ofertas que sólo durarían 24 horas las que en muchos casos no llegaron a ser cumplidas por diversos factores entre ellos fallas en el acceso a las páginas web, falta de información veraz y oportuna que inducían a

---

<sup>9</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN COMERCIO ELECTRÓNICO (21-03-2019), Resolución Exenta N° 0184

<sup>10</sup> LEY N° 19.799 (12-04-2002), art. 3.

error al consumidor, entre otras, lo que llevó al Sernac a realizar trabajos con la Cámara de Comercio de Santiago para regular e indicar parámetros para este tipo de eventos, por lo que no resulta extraño señalar que las primeras garantías significativas al consumidor en esta materia son del año 2012 en adelante.<sup>11</sup>

Luego en el año 2019, se dictó por el Servicio Nacional del Consumidor la Circular Interpretativa sobre Buenas Prácticas en el Comercio Electrónico aprobada mediante Resolución Exenta N° 0184 de fecha 21 de marzo de 2019. En esta, se introducen los principios de la contratación electrónica, a saber:

- Principio de protección eficaz e integral
- Principio de transparencia de la información
- Principio de Legalidad
- Principio del consentimiento informado
- Principio de la fuerza obligatoria del contrato
- Principio de profesionalidad
- Principio de la Buena Fe<sup>12</sup>.

Actualmente, de acuerdo a datos proporcionados por el estudio anual de e-commerce año 2020 realizado por la empresa de investigación de mercado *Emarketer*, Chile es uno de los países mejor preparados en Latino América para este comercio, su venta representa un estimado de 9% y tiene el mayor gasto per cápita USD \$320 en la región, comparado con México que gasta USD \$192, Colombia USD \$155, Brasil USD \$83, Perú USD \$121 y Argentina USD \$145 per cápita anual en compras por internet<sup>13</sup>.

Luego de iniciada la pandemia de Covid-19 este escenario mejoró. En Chile, según datos proporcionados por la Cámara de Comercio Electrónico de Santiago, el e-commerce ha crecido un 214%<sup>14</sup> desde el inicio de la pandemia con respecto al año 2019, superando con creces las proyecciones establecidas para dicho año, las que tenían proyectado un aumento de sólo un 15% o 19%<sup>15</sup>.

---

<sup>11</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, *Guía de Alcance Jurídico y de Buenas Prácticas Comerciales en materia de Comercio Electrónico*, disponible en: [https://www.sernac.cl/portal/604/articulos-7107\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/604/articulos-7107_archivo_01.pdf) (08-03-2021).

<sup>12</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN COMERCIO ELECTRÓNICO (21-03-2019), Resolución Exenta N° 0184

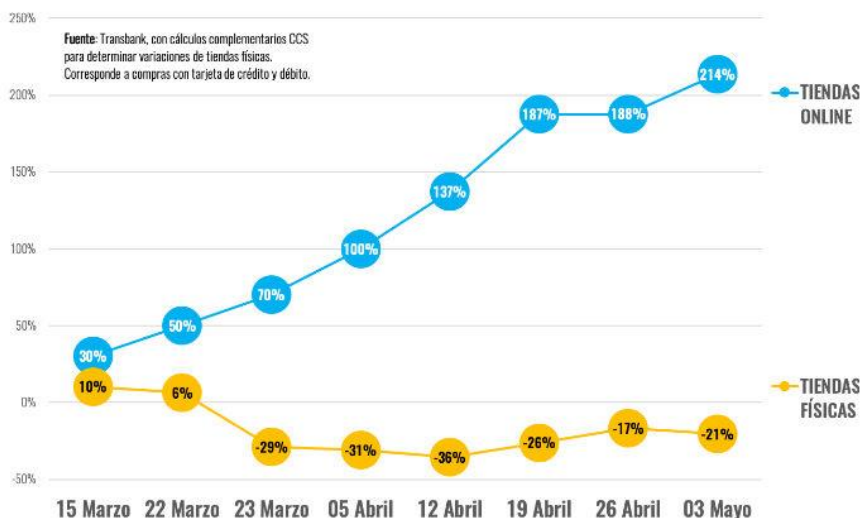
<sup>13</sup> EMARKETER, *Global E-commerce 2020*, disponible en: <https://www.emarketer.com/content/global-e-commerce-2020> (16-03-2021).

<sup>14</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *Comercio Electrónico se triplica, pero tiendas físicas, turismo y entretenimiento extienden su profunda crisis*, disponible en: <https://www.ccs.cl/2020/05/29/comercio-online-se-triplica-pero-tiendas-fisicas-turismo-y-entretencion-extienden-su-profunda-crisis/> (20-04-2021).

<sup>15</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *Ventas de Comercio electrónico superaron levemente los US\$6000 millones en 2019*, disponible en: <https://www.ccs.cl/2020/02/27/ventas-comercio-electronico-superaron-levemente-us6000-millones-2019/> (20-04-2021).

### Variación de ventas del comercio físico vs online 2020

(Variación en 12 meses de cada período, venta de bienes físicos)



Lo anterior, ha llevado al Sernac, a dictar una serie de circulares que regulan el intercambio de bienes mediante plataformas online, lo que vino a complementar y fortalecer los derechos de los consumidores en esta materia, tales como la Circular Interpretativa sobre Contratación a distancia durante la Pandemia provocada por el Covid-19, en la que el Sernac ha dado un lineamiento respecto a la transparencia en la entrega de la información por parte de los proveedores, estableciendo que el principio de transparencia constituye un nivel de protección superior al consumidor.

En este marco, instituye que es deber del proveedor velar por la comprensión de los consumidores respecto a las condiciones de los productos. Asimismo, se refiere específicamente a la aceptación del consumidor, para lo cual, establece que para no generar duda respecto a la formación del consentimiento electrónico, la aceptación expresa del consumidor garantiza esta formación del consentimiento siempre que haya existido previamente adecuada entrega de información, ofrecida de forma transparente por parte de la empresa o proveedor.<sup>16</sup>

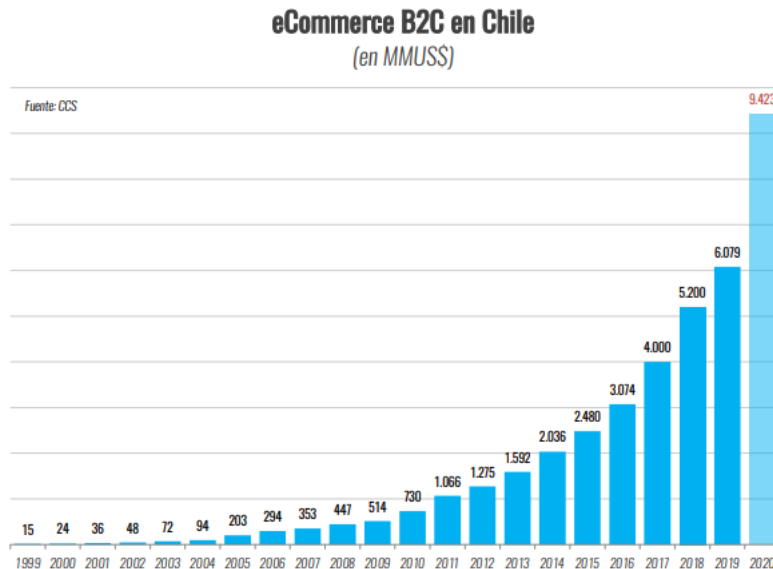
#### *ii) Protección al consumidor y comercio electrónico en Chile*

Nuestra legislación no contiene una definición del comercio electrónico, sin embargo para efectos de este estudio nos remitiremos a la definición en sentido restringido otorgada por el autor nacional Ricardo Sandoval, según el cual “el comercio electrónico se circunscribe solamente a los actos, contratos u operaciones comerciales realizadas por medios electrónicos, incluyéndose también negociaciones previas a la celebración de dichos actos, contratos u operaciones y las actividades posteriores relacionadas con los mismos, tales como las transferencias y los pagos electrónicos.”<sup>17</sup>

<sup>16</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE CONTRATACIÓN A DISTANCIA DURANTE LA PANDEMIA PROVOCADA POR EL COVID-19 (06-04-2020), Resolución Exenta N° 0326.

<sup>17</sup> SANDOVAL L. Ricardo, *Derecho*, Ob. cit., p. 35.

En palabras de la Cámara de Comercio de Santiago de acuerdo a un estudio publicado en su página web denominado Perspectivas económicas del Sector Comercio de noviembre de 2020, se señaló que E-commerce ha sido la línea de oxígeno del sector, cuyas ventas desde enero de 2019 hasta septiembre de 2020 crecieron en un 677% en comparación al crecimiento offline. De acuerdo a dicho estudio, el E-commerce en Chile en el año 2020 alcanzó ventas por US\$9.423 millones.<sup>18</sup>



Ahora bien, como se indicó las normas que regulan la protección al consumidor en materia de comercio electrónico en Chile, se encuentran diseminadas en nuestro ordenamiento jurídico, no existiendo una ley que regule especialmente el comercio electrónico. En esta materia se utiliza el principio de aplicación por analogía, adecuando las normas que regulan el comercio a secas a este tipo de contratación, siendo utilizada la LPC como marco normativo principal.

En este sentido, la LPC contiene diversas normas que protegen al consumidor en este tipo de transacciones, siendo los derechos más relevantes en este ámbito los siguientes:

-El derecho a retracto: Art. 3 bis letra b) de la Ley: es el derecho que le asiste al consumidor que compra en *línea* para dejar sin efecto el contrato en el término de 10 días. Sin duda es una de las normas que derechamente está pensada y diseñada para proteger al consumidor que actúa en este tipo de comercio.

De acuerdo a lo señalado por el Sernac, este derecho consiste específicamente en el derecho que tienen los consumidores que han celebrado contratos por medios electrónicos, catálogos, avisos o cualquier medio de comunicación a distancia y que consiste, en la posibilidad que tiene el consumidor, de ponerle término unilateralmente al contrato en el plazo de diez días contados desde la recepción del producto o contratación del servicio. Ello, siempre que el proveedor no haya dispuesto expresamente lo contrario.

<sup>18</sup> CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *Perspectivas Económicas del Sector Comercio, Noviembre 2020*, disponible en: <https://www.e-commerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/11/Proyecciones-CCS-2021-so.pdf> (23-03-2021).

Para hacer efectivo el derecho a retracto, el consumidor puede utilizar los mismos medios a través de los cuales se celebró el contrato. Por otra parte, la restricción que tiene el uso de este derecho consiste en que el bien de que se trate no podrá ser devuelto al proveedor, cuando este se haya deteriorado por un hecho imputable al consumidor<sup>19</sup>.

-Garantía legal: art. 20 LPC. Este artículo contiene el derecho a la denominada “triple opción” otorgada por la garantía legal a los consumidores la cual tiene un plazo de 90 días para ser ejercida por parte del consumidor afectado.

Dicha garantía contiene tres opciones que el consumidor puede ejercer en el caso de encontrarse ante alguno de los supuestos que la misma norma detalla, cuales son:

- 1.- Reparación gratuita del bien
- 2.- Previa restitución, la reposición del producto o
- 3.- La devolución de la cantidad pagada

Como se indicó, el artículo 20 entrega siete supuestos bajos los cuales aplica el ejercicio de la garantía legal:

- a) Cuando los productos sujetos a normas de seguridad o calidad de cumplimiento obligatorio no cumplan las especificaciones correspondientes;
- b) Cuando los materiales, partes, piezas, elementos, sustancias o ingredientes que constituyan o integren los productos no correspondan a las especificaciones que ostenten o a las menciones del rotulado;
- c) Cuando cualquier producto, por deficiencias de fabricación, elaboración, materiales, partes, piezas, elementos, sustancias, ingredientes, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea enteramente apto para el uso o consumo al que está destinado o al que el proveedor hubiese señalado en su publicidad;
- d) Cuando el proveedor y consumidor hubieren convenido que los productos objeto del contrato deban reunir determinadas especificaciones y esto no ocurra;
- e) Cuando después de la primera vez de haberse hecho efectiva la garantía y prestado el servicio técnico correspondiente, subsistieren las deficiencias que hagan al bien inapto para el uso o consumo a que se refiere la letra c). Este derecho subsistirá para el evento de presentarse una deficiencia distinta a la que fue objeto del servicio técnico, o volviere a presentarse la misma, dentro de los plazos a que se refiere el artículo siguiente;
- f) Cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que imposibiliten el uso a que habitualmente se destine;

---

<sup>19</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE EL DERECHO A LA CALIDAD E IDONEIDAD: RÉGIMEN DE GARANTÍAS (21-03-2019), Resolución Exenta N° 0190.

g) Cuando la ley de los metales en los artículos de orfebrería, joyería y otros sea inferior a la que en ellos se indique.<sup>20</sup>

En el caso de que el consumidor opte por la reparación gratuita del bien defectuoso, el Sernac ha señalado que la entrega de un bien de reemplazo por parte del proveedor mientras dure la evaluación o diagnóstico en el servicio técnico del producto es considerada como una buena práctica comercial. Lo anterior sin embargo no se cumple en Chile, sólo en algunos casos respecto a teléfonos (Smartphone) y en la venta de vehículos mayoritariamente.

-Garantía de Satisfacción. Es un ofrecimiento adicional ofertado por el proveedor, generalmente una multitienda, y que cubre la posibilidad de cambio o devolución de lo pagado por el producto, incluso en casos no contemplados para la garantía legal, por ejemplo, por la sola voluntad del comprador y por un periodo corto de tiempo, generalmente los primeros diez días de venta del producto. Requiere necesariamente el no uso del producto por parte de consumidor, y corresponde a un estándar voluntario del establecimiento comercial<sup>21</sup>.

Como se puede apreciar, en Chile se cumplen la mayoría de los lineamientos que la OCDE estableció en esta materia, en relación a que la Ley 19.496 contempla los derechos básicos que le deben asistir a un consumidor que compra online, sin embargo, ello no implica que las empresas cumplan especialmente con ellos.

Así, especialmente en materia de derecho de retracto y de acuerdo a estudio realizado por el Sernac el año 2019 sólo el 75% de las empresas indicó que el consumidor tiene derecho a retracto para todos sus productos y/o servicios, mientras que un 15% de las empresas indicó que el consumidor no tiene derecho a retracto al comprar online<sup>22</sup>.

Asimismo, en lo relativo a la información de la empresa, los lineamientos de la OCDE consideran por sobre todo la asimetría existente en la relación de consumo entre proveedor y consumidor y la diferencia de poder económico entre las partes la cual genera una desigualdad que debe compensarse con medidas adecuadas.

Es por ello que dichos lineamientos hacen especial énfasis en que las empresas, como parte de las buenas prácticas, cuenten con información visible respecto a quien contactar en caso de problemas legales ya que el consumidor está en una posición de desventaja respecto a una gran empresa o retail, como normalmente será el caso.

Asimismo, dichos lineamientos señalan específicamente que aquellas empresas que realicen transacciones con los consumidores por medio del comercio electrónico deben proporcionar de manera precisa, clara y fácilmente accesible, información suficiente sobre ellas mismas la que permita, entre otros: la identificación de la empresa, servicios de atención de

---

<sup>20</sup> LEY 19.496 (07-03-1997), art. 20.

<sup>21</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE EL DERECHO A LA CALIDAD E IDONEIDAD: RÉGIMEN DE GARANTÍAS (21-03-2019), Resolución Exenta N° 0190.

<sup>22</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, *Radiografía del Comercio Electrónico, Mayo 2019*, disponible en: [https://www.sernac.cl/portal/619/articles-56291\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/619/articles-56291_archivo_01.pdf) (04-04-2021).

procedimiento legales y la ubicación del domicilio legal de la empresa y sus directivos para uso de las autoridades encargadas de la reglamentación y aplicación de la Ley.

En este contexto, Chile está lejos de cumplir con aquel lineamiento, ya que por ejemplo, al realizarse una búsqueda de las páginas web de las principales empresas de retail chilenas tales como Falabella.cl; Ripley.cl; Paris.cl y Sodimac.cl para advertir si se cumple o no con los parámetros de información que se debe otorgar a los consumidores y entes fiscalizadores, no está disponible dicha información detallada, ni mucho menos el nombre de sus representantes legales, de una forma de fácil acceso al público.

Junto a ello, tampoco se cumplen por la mayoría de las empresas las recomendaciones en torno a la delimitación de responsabilidad del empresario (proveedor) ante los fraudes y uso no autorizado de las tarjetas de crédito asociadas a las compras online, generándose de acuerdo a datos proporcionados por el Sernac en su página web 8.300 reclamos relacionados con fraudes financieros, hasta junio de 2020. A su vez, durante el año 2019, Sernac registró cerca de 13.500 casos<sup>23</sup>.

Estos reclamos dicen relación con la declaración de las empresas en torno a no hacerse responsables en caso de fraudes, dificultando el reembolso de lo defraudado lo que genera un ambiente de desconfianza en los consumidores, muchos de los cuales no optan por esta vía tratándose de bienes de alta gama, prefiriendo la compra presencial en dichos casos.

---

<sup>23</sup> SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, *El Sernac fiscalizará cumplimiento de la nueva Ley de Fraudes Financieros*, disponible en: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-58594.html> (20-03-2021).

## **2.- Sistema australiano de protección al consumidor en materia de comercio electrónico**

### ***i) Breve introducción al sistema Australiano***

Australia regula la protección al consumidor fuerte y específicamente. De esta manera su regulación más relevante se encuentra en el Anexo 2 de la Ley de Competencia y del Consumidor, denominada también Australian Consumer Law (ACL) [Ley de Consumidor Australiana (LCA)] del año 2010.

Esta ley, dictada en el año 2010, reemplaza a la regulación antigua de Australia de 1974 y clarifica desde ese año la comprensión de las dos partes, consumidores y empresas en este ámbito.

Posteriormente en diciembre de 2020, se actualizó esta ley a su última versión la cual fue registrada el 1 de febrero de 2021.

### ***ii) La ACCC. Comisión Australiana de Competencia y Consumidor***

La Comisión Australiana de Competencia y Consumidor, en adelante la ACCC, es un organismo independiente del Estado fundado en 1995 que hace cumplir la LCA y otras leyes relacionadas a la protección del consumidor. Su misión es promover el comercio justo en beneficio de los consumidores, las empresas y la comunidad.

Las estrategias que lleva a cabo para el cumplimiento de sus objetivos son mantener y promover la competencia empresarial, proteger los intereses de los consumidores y de las pequeñas empresas promoviendo un comercio justo, identificar fallas en el mercado, entre otras.

### ***iii) Protección al consumidor y comercio electrónico en Australia***

De acuerdo a lo informado por la ACCC en su página web oficial: “*Online businesses selling goods and services must: Ensure products and services meet Australian safety regulations; Not mislead you or hide costs and other details from you; Compete fairly to ensure a variety of choices on quality and price; Give you automatic guarantees with the right to ask for a repair, replacement, refund, cancellation or compensation as appropriate if there is a problem; Have the right to sell you a product—it mustn’t be stolen and must belong to the business or individual and not come with any outstanding debts.*”<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> “En Australia la protección del consumidor en el comercio en línea establece que las empresas en línea que venden bienes y servicios deben: Garantizar que los productos y servicios cumplan con las regulaciones de seguridad australianas; No engañarlo ni ocultarle costos y otros detalles; Competir de manera justa para garantizar una variedad de opciones en calidad y precio; Brindarle garantías automáticas con derecho a solicitar una reparación, reemplazo, reembolso, cancelación o compensación según corresponda si hay un problema; Tiene derecho a que cuando se le venda un producto; este no sea robado y pertenezca a la empresa o individuo y no tenga deudas pendientes” (Traducción de Montserrat Molina). AUSTRALIAN COMPETITION & CONSUMER COMMISSION, *Shopping Online*, disponible en: <https://www.accc.gov.au/consumers/online-shopping/shopping-online> (20-03-2021).

En primer lugar, vale señalar que Australia tiene una noción de consumidor muy específica, según la cual se considera que una persona ha adquirido determinados bienes como consumidor si la cantidad pagada por los bienes (según lo establecido en las secciones 4 y 9) no excedió de \$40,000<sup>25</sup>; o si es mayor a dicha cantidad; cuando los bienes son del tipo adquirido habitualmente para su uso personal o uso o consumo doméstico y cuando el producto consiste en un vehículo o remolque adquirido para su uso principalmente en el transporte de mercancías en la vía pública.

Luego, esta ley establece una serie de exclusiones para ver en qué momentos nos enfrentamos a un “consumidor” a efectos de ella, excluyendo de la noción de “consumidor” a personas que utilizan GIFT CARDS, y otros, para los efectos de dicha Ley, los que tienen una regulación especial.

En cuanto a las garantías de protección al consumidor se divide dicha protección, en cuanto a las garantías del consumidor para los bienes y otras distintas para los servicios.

En forma general, de acuerdo a la ACCC, el derecho del consumidor consistirá en una reparación, reemplazo o reembolso en el caso de los bienes adquiridos por medios electrónicos o bien si se trata de un servicio, contempla que este servicio debe prestarse nuevamente.

Ahora bien, la Ley de Consumidor Australiana contiene definiciones de consumidor y, respecto al proveedor (que en Chile sería la otra parte en una relación de consumo), distingue entre distintos actores, definiendo para estos efectos al vendedor, al prestador del servicio y al fabricante; distinción que nuestra LPC no contempla de forma pormenorizada.

Luego, siguiendo la línea de dicha distinción, la LCA establece ciertos derechos mínimos que tiene cada consumidor al relacionarse con alguno de dichos actores en una relación de consumo, distinguiendo como señalé en cada uno de ellos si se trata de bienes o servicios.

Por su parte, la LCA regula específicamente el comercio de productos financieros, tema que no será abordado en este trabajo, dado que queda fuera de los límites de la investigación.

En el caso de los bienes, el vendedor garantiza que ellos tienen una calidad aceptable, que este es apto para un propósito particular, que los bienes coincidirán con la descripción y con la muestra del mismo, y que respetan las garantías expresas.

Junto a ello, de acuerdo a lo señalado en la LCA y reafirmado por la ACCC, el vendedor al vender un bien debe también garantizar que el consumidor tendrá un título para dicho bien, que tendrá la posesión pacífica y/o tranquila del mismo y que asimismo este no lleva aparejado valores no informados.

Luego, respecto al fabricante, este debe garantizar que los bienes tengan una calidad aceptable, que estos coincidan con la descripción entregada, que respeta las garantías expresas y que proveerá reparaciones y piezas de repuestos por un tiempo razonable.

Por último, señala que cuando el consumidor compra o contrata servicios el proveedor de servicio debe garantizar que se prestará el servicio con el cuidado y habilidad debida.

---

<sup>25</sup> COMPETITION AND CONSUMER ACT 2010, (1-01-2011), section 4 and 9.

De esta manera, en los casos en que no se cumpla con las garantías mínimas que la LCA establece, el consumidor tiene derecho a la reparación, reemplazo o reembolso de lo pagado en el caso de los bienes adquiridos por medios electrónicos o bien si se trata de un servicio, contempla que este debe prestarse nuevamente. Sin embargo, esta garantía tiene reglas especiales, ya que en forma general aplica en el caso de los productos bajo los \$40,000 dólares australianos, pero, tratándose de productos que se adquieran para el uso personal o doméstico se contempla esta garantía para compras sobre los 40,000 dólares, (aumentando hoy este umbral a 100,000 dólares producto de la pandemia).

En el caso de la compra de vehículos la garantía legal no tiene umbral monetario<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Ídem.

### 3.- Sistema europeo de protección al consumidor en materia de comercio electrónico

#### *i) Breve introducción al sistema Europeo*

En Europa existen 34 países adscritos al mercado electrónico. En dicho continente, de acuerdo a datos proporcionados por Eurostat, oficina europea de estadísticas, el 90% de los habitantes tiene acceso a internet y de ellos un 67% efectúan compras en línea<sup>27</sup>.

De acuerdo a datos proporcionados por la web oficial del e-commerce Europa, el comercio electrónico esperaba obtener ventas por 717 billones de euros en el año 2020, lo que significa obtener un aumento de un 12.7% en comparación con el año 2019<sup>28</sup>.

La protección de los derechos de los consumidores en la Unión Europea contiene su regulación en diversas normas que datan desde el año 1999, entre las cuales podemos mencionar como relevantes la Directiva 2001/05/CE, que establece un sistema de seguridad general de los productos; la Directiva 1999/94/CEE, relativa a la responsabilidad del productor por daños provocados por productos defectuosos; la Directiva 2008/48/CE que establece el nivel de protección que deben tener los consumidores al actuar en el mercado; y la Directiva 2011/83/UE que regula las cláusulas abusivas en los contratos, entre otras.

Especialmente, Europa regula el comercio electrónico a través de la Directiva 2000/31/CE, denominada Directiva sobre Comercio Electrónico de la Unión Europea, la cual se complementa con las normas indicadas.

Una de las últimas normas complementarias a la Directiva sobre el comercio electrónico, se dictó por el Parlamento Europeo en enero de 2021 y se denomina Reimbursement and Compensation in case of transport cancellation or delay: rights and their enforcement<sup>29</sup>, la cual se ha utilizado considerablemente en relación con la pandemia del Covid-19.

Asimismo, cabe destacar que actualmente se encuentra en proceso de aprobación la nueva ley de servicios digitales, “Digital Services Act” (DSA) propuesta por la Comisión Europea y que pretende regular activamente las líneas que deberán cumplir las grandes empresas digitales y brindar una protección activa al consumidor en dicho mercado<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> EUROSTAT, *Statistics explained*, disponible en: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics) (30-05-2021).

<sup>28</sup> E-COMMERCE EUROPE, *European E-commerce Report*, disponible en: [https://www.e-commerce-europe.eu/wp-content/uploads/2019/07/European\\_E-commerce\\_report\\_2019\\_freeFinal-version.pdf](https://www.e-commerce-europe.eu/wp-content/uploads/2019/07/European_E-commerce_report_2019_freeFinal-version.pdf) (30-05-2021).

<sup>29</sup> “Reembolso e indemnización en caso de cancelación o retraso de servicios de transporte: derechos y su aplicación” (Traducción de Montserrat Molina). EUROPEAN PARLIAMENT, *Reimbursement and Compensation in case of transport cancellation or delay: rights and their enforcement*, disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/658218/IPOL\\_BRI\(2021\)658218\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/658218/IPOL_BRI(2021)658218_EN.pdf) (15-05-2021).

<sup>30</sup> COMISIÓN EUROPEA, *Shaping Europe’s Digital Future*, disponible en: [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020\\_en\\_4.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf) (30-05-2021).

## *ii) Protección al consumidor y comercio electrónico en Europa*

En Europa, el consumidor tiene una amplia protección. Las normas que regulan la materia protegen la salud, la seguridad y los intereses económicos y jurídicos de los consumidores europeos, normas que se aplican tanto a los consumidores que realicen compras presenciales como online.

De acuerdo a la información publicada en la web de las fichas temáticas sobre la Unión Europea, tanto las transacciones físicas como el comercio electrónico cuentan con normas de aplicación general como también disposiciones dirigidas a productos específicos tales como medicamentos, cosméticos, tabaco y otros<sup>31</sup>.

Por su parte, se contempla una normativa especial respecto a los vendedores de *retail*.

Específicamente respecto al comercio electrónico, se establece que al comprar bienes y servicios en dicha modalidad el consumidor tiene lo que llamamos en Chile el derecho a retracto, según el cual el consumidor tiene el derecho de devolver el bien o cancelar el servicio comprado online en un plazo de 14 días sin necesidad de alguna justificación.

Lo anterior se califica por la ley europea como un periodo de “*cooling-off*”, siendo particularmente interesante que el derecho a retracto proceda en todo caso, pues bien el proveedor no puede negarle este derecho al consumidor.

La directiva sobre comercio electrónico establece asimismo una garantía legal, la cual contempla un extenso plazo mínimo de dos años, el cual podría ser mayor en caso que la legislación de cada país perteneciente a la Unión así lo exija. Esta garantía legal cubre los productos o servicios defectuosos y aquellos que no cumplen en apariencia o funcionamiento con lo que se promocionó originalmente.

En específico, respecto a los vendedores en *retail*, la ley europea establece que el consumidor puede hacer efectiva la garantía legal en los siguientes casos:

- Cuando el producto no concuerda con su descripción
- Cuando el producto tiene diferentes cualidades al modelo exhibido o promocionado al consumidor
- Cuando el producto no es apto para el propósito para el cual fue comprado, ya sea para el propósito natural para el que está provisto o bien para el propósito específico ordenado por el consumidor aceptado por el proveedor
- Cuando el producto no tiene la calidad o rendimiento normal respecto a productos del mismo tipo
- Cuando este no fue instalado correctamente ya sea por el proveedor por el consumidor debido a fallas en las instrucciones del mismo.

El proveedor queda a salvo de este derecho si se informa anticipadamente al consumidor respecto a los defectos del producto o servicio, caso en el cual no puede hacer uso de la garantía legal.

---

<sup>31</sup> FICHAS TEMÁTICAS SOBRE LA UNIÓN EUROPEA, *Las medidas de Protección de los Consumidores*, disponible en: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/47/las-medidas-de-proteccion-de-los-consumidores> (30-05-2021).

Luego, la garantía legal del consumidor europeo, cumpliéndose alguno o más de estos supuestos mencionados, da derecho al consumidor a reparar el producto, reemplazarlo, que se baje el precio del mismo, o bien cancelar el contrato y que se le reembolsen los gastos en su totalidad. Adicionalmente, la ley europea establece específicamente que al hacer uso de esta garantía legal no puede cobrarse monto alguno al consumidor ya sea en gastos de envío, mano de obra o materiales.

Respecto a los derechos que otorga la garantía legal en algunos países de la Unión Europea podría existir una jerarquía entre ellos; así, obligan al consumidor a obtener primero la reparación de los productos y si aquello no es viable obtener el reemplazo del bien.

Respecto al reembolso del dinero o reducción del precio, se establece que dichas opciones proceden siempre y cuando la reparación o reemplazo del bien no sea posible, sea muy costosa, según la naturaleza o defecto del producto, cuando sea inconveniente para el consumidor o bien cuando no se pueda realizar la reparación o reemplazo del producto dentro de un tiempo razonable por el proveedor.

Además de la garantía legal, se contempla la posibilidad para los proveedores de ofrecer una garantía adicional (convencional) por un costo adicional, la cual en ningún caso reemplaza a la garantía legal teniendo como requisito el deber de informar al consumidor que este no pierde su derecho a garantía legal de dos años al momento de optar por ella.

### ***iii) Función de la GDPR***

La GDPR o Regulación General de Protección de Datos (*General Data Protection Regulation*) consiste en la nueva normativa de 25 de mayo de 2018 sobre protección de datos de los consumidores.

De acuerdo lo informado en la web de *E-commerce Guide*, la GDPR regula respecto de los proveedores; la forma en que obtienen, usan, almacenan y comparten los datos de los consumidores<sup>32</sup>.

Dichas normas definen los datos personales como la información sobre una persona natural que pueda ser identificado a través de sus datos ya sea por sí mismo o bien combinando dichos datos con otra información. La GDPR define específicamente los datos personas como “*cualquier información relativa a una persona natural identificada o identificable*”.

Esta materia es particularmente importante para la Unión Europea, existiendo una serie de normas que establecen derechos que los consumidores tienen al entregar datos a los proveedores online y la forma en que estos datos se utilizan, normas que se aplican tanto a los proveedores para sus ventas dentro de la Unión como fuera de ella.

---

<sup>32</sup> E-COMMERCE GUIDE, *GDPR: A guide for E-commerce*, disponible en: <https://e-commerceguide.com/wp-content/uploads/2018/05/GDPR-for-E-commerce-E-commerce-Guide-Heather-Burns-and-Dan-Barker.pdf> (19-04-2021).

### III.- Comparación de los tres sistemas

Para efectuar una comparación de los tres sistemas, y a objeto de facilitar la comprensión del análisis comparativo, se utilizarán las principales herramientas otorgadas al consumidor en materia de protección en Chile, estas son, el derecho a retracto y la garantía legal y se observará cómo se contemplan y regulan en cada uno de los sistemas.

a) En cuanto al derecho a retracto:

En Chile, si bien se contempla este derecho, tiene la debilidad de ser un derecho optativo para el proveedor, puesto que el artículo 3 bis letra b) de la ley 19.496 establece que el retracto procede “a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario.”<sup>33</sup>

En Australia, no se contempla el derecho a retracto en forma específica, su legislación contempla mecanismos para cancelar (o retractarse) de un servicio con ciertas condiciones, más no contiene un regulación especial respecto al retracto en las compras online.

En relación al sistema Europeo, el panorama mejora ya que, al igual que en Chile, se contempla el derecho a retracto pero además otorga una mejor garantía para el consumidor, ya que este derecho no puede ser negado por las empresas a usuarios que compran online, teniendo el carácter de obligatorio para estas.

Finalmente, en cuanto al plazo del derecho a retracto, en Chile el plazo es de 10 días, salvo que el proveedor no haya enviado la confirmación escrita al consumidor de la transacción, en cuyo caso el plazo se aumenta a 90 días. En Europa este plazo es de 14 días sin realizar distinción alguna.

b) En cuanto al derecho a la garantía legal:

Este derecho está contemplado en los tres sistemas analizados en este trabajo, sin embargo, su regulación es diferente.

Así, en Chile la garantía legal contempla la reparación, cambio o devolución (triple opción), la cual tiene un plazo de 90 días para ser ejercida, en caso que el bien adquirido no cumpla con la calidad esperada, siendo inapto para el uso al cual está destinado y siempre que las fallas no sean atribuibles a un mal uso por parte del consumidor.

En Australia igualmente existe la garantía legal, la cual contempla la reparación, el reemplazo o reembolso; y la cancelación o nueva prestación en el caso del servicio. Sin embargo, como se indicó los australianos tienen reglas especiales en relación con el valor de los bienes o servicios, limitando la aplicación de esta garantía.

---

<sup>33</sup> LEY 19.496. Art. 3 bis b) “En los contratos celebrados por medios electrónicos, y en aquéllos en que se aceptare una oferta realizada a través de catálogos, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia, a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario. Para ello podrá utilizar los mismos medios que empleó para celebrar el contrato. En este caso, el plazo para ejercer el derecho de retracto se contará desde la fecha de recepción del bien o desde la celebración del contrato en el caso de servicios, siempre que el proveedor haya cumplido con la obligación de remitir la confirmación escrita señalada en el artículo 12 A. De no ser así, el plazo se extenderá a 90 días. No podrá ejercerse el derecho de retracto cuando el bien, materia del contrato, se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor”.

En el caso de Europa, la garantía legal tiene un extenso plazo de dos años y se aplica tratándose de un producto o servicio defectuoso como también en casos en que estos no cumplan con lo que se promocionó originalmente por el proveedor. Cumpliéndose alguno de estos supuestos da derecho al consumidor a la reparación, reemplazo, rebaja del precio original promocionado, y por último, a la cancelación y consecuente reembolso.

## CONCLUSIÓN

La presente investigación tuvo por objeto analizar los derechos que le asisten a los consumidores al comprar bienes y servicios en forma online en Chile, Australia y Europa, y mostró respecto a cada uno de ellos los derechos generales a los que puede optar el consumidor donde pudimos evidenciar que si bien existen diferencias en cuanto a la forma de regular la protección al consumidor en las compras en línea, todos estos sistemas tiene en común que se contempla la denominada garantía legal, cuyo objetivo principal es obtener una reparación, reembolso o sustitución del producto o servicio, en caso de que éste sea defectuoso o inidóneo, no cumpla con las características ofrecidas o bien el servicio se haya prestado en forma deficiente.

Es interesante destacar que Europa contiene una regulación de la garantía legal bastante satisfactoria en este ámbito, ya que incluso otorga la posibilidad de bajar el precio en el caso de que el producto sea defectuoso o bien este no cumpla con lo promocionado originalmente por la empresa en su oferta lo que es una novedad en esta materia.

Dicha posibilidad crea un ambiente de seguridad al consumidor quien al no estar conforme con lo comprado puede ejercer este derecho sin problema lo que contribuye a apartar la desconfianza que existe en torno a este tipo de comercio dando cuenta de un avance significativo en este ámbito que favorece la economía digital.

Respecto a Chile, pareciera que en garantía legal existen menos salvedades que la regulación de Australia, dado que Australia si bien contiene una normativa extensa y específica respecto a cada uno de los agentes que intervienen en una relación de consumo, en materia de garantía legal es escueta y restrictiva.

De esta manera, se puede evidenciar que es posible alcanzar cierta simetría entre el consumidor que compra en línea con aquel que lo hace de forma presencial, ayudando a contrarrestar la desconfianza de los consumidores al comprar bajo esta modalidad, resguardos que han tenido importancia fundamental en la era de la digitalización moderna.

Respecto al derecho de retracto, se puede apreciar a partir de la comparación de los tres sistemas, que en Chile y Europa existen derechos adicionales que cumplen con el estándar mínimo, ya que Australia no contempla este tipo de protección. En Chile, en cuanto a este punto, existe un avance en la protección de las compras en línea lo cual guarda perfecta concordancia con la realidad, debido a que al comprar online no existe contacto directo - físicamente-, con el producto, bien o servicio que se está adquiriendo, por lo que muchas veces el consumidor adquiere algo distinto a lo que creyó que estaba comprando o bien, simplemente se arrepiente.

Ahora bien, en lo que difieren los dos sistemas que contemplan el derecho a retracto, es en la obligatoriedad del mismo debido a que en Chile, dicho derecho se contempla en la ley pero permite al proveedor disponer a su arbitrio que este no proceda. Luego, el Sernac recomienda en esta materia a las empresas que venden en línea ofrecer este derecho ya que está considerado como una buena práctica comercial lo que principalmente se cumple por los vendedores de retail.

En cambio, en cuanto a este punto en Europa este derecho es obligatorio, por lo que debe respetarse por los empresarios y proveedores a cabalidad, no existiendo la posibilidad de excluirlo.

En Australia no procede devolver un producto en ningún caso “sólo porque no nos gustó”, por lo que en este sentido Chile tiene un mayor alcance en la protección de este derecho lo que se ajusta de mejor forma a la realidad del comercio electrónico.

En lo que respecta a Chile y sus mejoras, respecto a los mecanismos de devolución al comprar online podría perfeccionarse la legislación en orden a establecer como obligatorio el principio imperante en el ordenamiento jurídico chileno consistente en que “las cosas se deshacen de la misma forma en que se hacen”, para aquellos casos en que se ejerza ya sea el derecho a retracto o bien, la garantía legal. Lo anterior, ya que en la mayoría de los casos a pesar de que la compra se efectúa en forma online, para poder ejercer estos derechos el consumidor debe concurrir presencialmente a la tienda para el cambio o devolución en su caso.

Respecto al derecho a retracto, sería beneficioso que existiera obligatoriedad tratándose de compras en línea ya que como se indicó, al ser optativo, sólo se cumple por las grandes empresas, especialmente por el retail, las cuales lo utilizan con el objeto de cumplir con las recomendaciones del Sernac en esta materia como una buena práctica comercial.

Asimismo, otra forma de mejorar la legislación en este ámbito sería otorgar un plazo mayor de garantía legal (triple opción) en el caso de defectos o fallas cuando se trate de productos de mayor valor, tales como los productos electrónicos, ya que muchas veces el plazo de 90 días parece insuficiente considerando el gasto económico que implican para el consumidor.

Por último, contemplar una regulación especial del comercio electrónico dentro de la LPC que resguarde los derechos del consumidor en este ámbito en forma específica, contribuirá innegablemente a generar una mayor predisposición para que este compre en línea.

Si bien nuestra legislación contempla una debida protección al consumidor en las compras en línea, si existen aspectos que mejorar en comparación a la protección que se otorga en otros países, especialmente en lo que dice relación con los plazos de garantía legal y la obligatoriedad del derecho a retracto, ya que no se puede apreciar materialmente la calidad de los productos. Asimismo, es posible ver que en Chile el deber de información de parte del proveedor es particularmente importante, ya que obligan al proveedor a entregar una descripción detallada del producto o servicio en virtud de lo dispuesto en el artículo 3 de la LPC, características que se consideran como parte integral del contrato a distancia, siendo carga del proveedor informar transparentemente aquello en su oferta para garantizar el consentimiento informado del consumidor.

En la era tecnológica actual, es imperante avanzar en estas regulaciones considerando que el mundo digital se ha transformado en un pilar de la economía global manteniéndola a flote, sobre todo en estos últimos años, debido a la pandemia provocada por el covid-19. Lo anterior lleva a concluir que posiblemente esta forma de contratación predominará por sobre las compras presenciales lo que traerá consigo nuevos desafíos a los que hacer frente en este tipo de contratación.

## BIBLIOGRAFÍA

Fueron utilizadas cómo fuentes para desarrollar este trabajo las siguientes:

- SANDOVAL L. Ricardo. *Derecho Comercial*, Tomo VI, Editorial Jurídica de Chile, 2016, p. 34.
- SANDOVAL L. Ricardo. *Manual de Derecho Comercial. Contratos mercantiles, Reglas generales, Compraventa, Transporte, Seguro y Operaciones bancarias*. Tomo III, Editorial Jurídica de Chile, quinta edición, 2007, pp. 9.

### Fuentes administrativas:

- CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN COMERCIO ELECTRÓNICO del 21 de marzo de 2019.
- CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE CONTRATACIÓN A DISTANCIA DURANTE LA PANDEMIA PROVOCADA POR EL COVID-19 del 06 de abril de 2020.
- CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE EL DERECHO A LA CALIDAD E IDONEIDAD: RÉGIMEN DE GARANTÍAS, del 21 de marzo de 2019.

### Fuentes electrónicas:

- AUSTRALIAN COMPETITION & CONSUMER COMMISSION, *Shopping Online*, disponible en: <https://www.accc.gov.au/consumers/online-shopping/shopping-online> (20-03-2021).
- CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *Comercio Electrónico se triplica, pero tiendas físicas, turismo y entretención extienden su profunda crisis*, disponible en: <https://www.ccs.cl/2020/05/29/comercio-online-se-triplica-pero-tiendas-fisicas-turismo-y-entretencion-extienden-su-profunda-crisis/> (20-04-2021).
- CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *Ventas de Comercio electrónico superaron levemente los US\$6000 millones en 2019*, disponible en: <https://www.ccs.cl/2020/02/27/ventas-comercio-electronico-superaron-levemente-us6000-millones-2019/> (20-04-2021).
- CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *Perspectivas Económicas del Sector Comercio, Noviembre 2020*, disponible en: <https://www.e-commerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/11/Proyecciones-CCS-2021-so.pdf> (23-03-2021).
- CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO, *E-commerce B2C en Chile, Mapeando procesos y perfiles para el desarrollo del ecosistema digital*, disponible en: [https://www.e-commerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/01/e-commerce\\_B2C\\_en\\_Chile\\_2020.pdf](https://www.e-commerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/01/e-commerce_B2C_en_Chile_2020.pdf) (05-06-2021).
- COMISIÓN EUROPEA, *Shaping Europe's Digital Future*, disponible en: [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020\\_en\\_4.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf) (30-05-2021).
- E-COMMERCE GUIDE, *GDPR: A guide for E-commerce*, disponible en: <https://e-commerceguide.com/wp-content/uploads/2018/05/GDPR-for-E-commerce-E-commerce-Guide-Heather-Burns-and-Dan-Barker.pdf> (19-04-2021).

- EMARKETER, *Global E-commerce 2020*, disponible en: <https://www.emarketer.com/content/global-e-commerce-2020> (16-03-2021).
- EUROPEAN PARLIAMENT, *Reimbursement and Compensation in case of transport cancellation or delay: rights and their enforcement*, disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/658218/IPOL\\_BRI\(2021\)\\_658218\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/658218/IPOL_BRI(2021)_658218_EN.pdf) (15-05-2021).
- EUROSTAT, *Statistics explained*, disponible en: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics) (30-05-2021).
- FICHAS TEMÁTICAS SOBRE LA UNIÓN EUROPEA, *Las medidas de Protección de los Consumidores*, disponible en: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/47/las-medidas-de-proteccion-de-los-consumidores> (30-05-2021).
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, *Estudios Especiales 2, El Comercio Electrónico y el Papel de la OMC*, disponible en: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/special\\_study\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/special_study_s.pdf) (06-03-2021).
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, *Panorama del Comercio Electrónico*, disponible en: <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf> (06-03-2021).
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, *Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a los lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico*, disponible en: <https://www.oecd.org/sti/consumer/34023784.pdf> (01-06-2021).
- SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, *El Sernac fiscalizará cumplimiento de la nueva Ley de Fraudes Financieros*, disponible en: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-58594.html> (20-03-2021).
- SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, *Guía de Alcance Jurídico y de Buenas Prácticas Comerciales en materia de Comercio Electrónico*, disponible en: [https://www.sernac.cl/portal/604/articles-7107\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/604/articles-7107_archivo_01.pdf) (08-03-2021).
- SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, *Radiografía del Comercio Electrónico, Mayo 2019*, disponible en: [https://www.sernac.cl/portal/619/articles-56291\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/619/articles-56291_archivo_01.pdf) (04-04-2021).