

**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

**APRUEBA CIRCULAR
INTERPRETATIVA SOBRE BUENAS
PRÁCTICAS EN COMERCIO
ELECTRÓNICO.**

RESOLUCIÓN EXENTA N°

0184

SANTIAGO, 21 MAR 2019

VISTO: Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1-19.653, de 2000, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 19.496 que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; la Ley N° 20.285, sobre Acceso a la Información Pública; en la Ley N° 19.880; el Decreto Supremo N° 90 de 2018, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; la resolución exenta N° 158 de fecha 14 de marzo de 2019, que establece la organización interna y determina las denominaciones y funciones de cada centro de responsabilidad; y la Resolución N° 1.600, de 30 de octubre de 2008, de la Contraloría General de la República

CONSIDERANDO:

1.- Que, el Servicio Nacional del Consumidor, en adelante también SERNAC, es un servicio público descentralizado, dotado de patrimonio y personalidad jurídica propia, que tiene por función velar por el cumplimiento de las disposiciones de la ley N° 19.496 y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor.

2.- Que, la ley N° 21.081 incorporó al artículo 58 de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de Consumidores, entre otras, la función del SERNAC de interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores.

3.- Que, en efecto, es una necesidad determinar el sentido y alcance de materias respecto de las normas de protección a los consumidores, entre ellas, la nueva regulación sobre comercio electrónico, formación de consentimiento y manifestación de voluntad.

4.- Que, en virtud de lo anterior, mediante Oficio N° 01628, de fecha 24 de enero de 2019, se realizó una invitación a los representantes del Consejo Consultivo de la Sociedad

**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Civil, en la que participaron gremios y asociaciones de consumidores, para que realizaran observaciones a las hoy llamadas "Guías de alcance jurídico" con sus representados, las cuales fueron recogidas para efectos de la dictación de la presente circular interpretativa administrativa.

5. Que, por disponerlo así el artículo 3° de la ley N°19.880, las decisiones escritas que adopte la Administración se expresarán por medio de actos administrativos, es decir las decisiones formales que emitan los órganos de la Administración del Estado en las cuales se contienen declaraciones de voluntad, realizadas en el ejercicio de una potestad pública, por lo que

RESUELVO:

1. APRUEBA DOCUMENTO. Apruébase el documento denominado "Circular Interpretativa sobre buenas prácticas en comercio electrónico", cuyo texto forma parte integrante de este acto administrativo.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La "Circular Interpretativa sobre buenas prácticas en comercio electrónico" será obligatoria para los funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor.

3. ACCESIBILIDAD. El texto original de la "Circular Interpretativa sobre buenas prácticas en comercio electrónico" será archivado en la Oficina de Partes del Servicio Nacional del Consumidor y estará disponible al público en su página web.

4. ENTRADA EN VIGENCIA. La presente resolución exenta entrará en vigencia en la fecha de la total tramitación de este acto administrativo.

5. REVOCACIÓN. De conformidad a lo previsto en el artículo 61 de la Ley N° 19.880 y en consideración a las circunstancias de oportunidad, mérito y conveniencia expuestos en este acto administrativo, déjase sin efecto - a partir de la entrada en vigencia de este acto-, cualquier guía anterior sobre la misma materia.

ANÓTESE, REGÍSTRESE y COMUNÍQUESE.


LUCAS DEL VILLAR MONTT
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
DIRECTOR NACIONAL

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo



Subdirección Jurídica e Interpretación Administrativa
- Gabinete.
- Fiscalía Administrativa.
- Oficina de partes.

CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN COMERCIO ELECTRÓNICO

I. INTRODUCCIÓN	4
I. PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA	4
A. Principio de protección eficaz e integral:	4
B. Principio de transparencia en la información:	4
C. Principio de Legalidad:	5
D. Principio del consentimiento informado:	5
E. Principio de la fuerza obligatoria del contrato:	5
F. Principio de profesionalidad:	5
G. Principio de la Buena Fe:	5
II. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES	6
A. Derechos en materia de información	7
B. Derecho a Retracto	10
C. Derechos en materia de formación del consentimiento	11
D. Derecho en materia de comunicaciones promocionales o publicitarias.	12
E. Derechos en materia de garantía	13
III. SEGURIDAD EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA	14
A. Seguridad en los sitios web y pago	14
B. Seguridad en menores y consumidores vulnerables	15
IV. DERECHOS DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y POLÍTICAS DE PRIVACIDAD.	15



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

I. INTRODUCCIÓN

La presente Circular Interpretativa tiene por finalidad dar a conocer a los proveedores que ejercen o se encuentran en proceso de ejercer el comercio electrónico, la normativa actual en la materia, los principios orientadores, como así también, las directrices en materia de información y otros ámbitos que todo proveedor debe disponer al público consumidor, no sólo en cuanto al ofrecimiento, sino que extendido aquel, al acto de consumo y la relación pos contractual, los cuales actualmente no sólo se limitan a información de consumo, sino que también, guardan relación con la protección de todo aquel dato personal que el consumidor debe necesariamente entregar al momento de realizar una transacción electrónica.

Actualmente, en materia de comercio electrónico, es de primordial importancia el respeto, además de los derechos que se encuentran establecidos en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, a determinados principios rectores transversales que se encuentran presentes durante todo el *iter* contractual.

El creciente interés y preocupación por establecer regulaciones eficaces en esta materia no sólo es de relevancia nacional, sino que se extiende a otras fronteras. Existe una tendencia de contratación que puede derivar en relaciones de consumo transfronterizas, es por tal motivo, que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, el día 24 de marzo del año 2016, publicó y dio a conocer el documento denominado "Recomendaciones en la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico" estableciendo directrices y novedades en ésta materia que todo país debe considerar al momento de regular.

I. PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Se pueden mencionar, entre los principios que orientan la contratación electrónica:

A. Principio de protección eficaz e integral:

Los proveedores deben asegurar al consumidor, durante todo el *iter* contractual, una protección eficaz e íntegra, cuyo estándar no puede ser inferior al nivel de protección que se otorga en otras formas de comercio, cualquiera sea el dispositivo tecnológico por el cual se realice. Asimismo, los proveedores deben tener especial consideración en cuanto a la protección de niños y consumidores vulnerables, por lo cual, deben tomar en cuenta conocimientos de la economía de la información y la economía conductual, evitando los riesgos que a aquel grupo de consumidores pudiera afectarle.

B. Principio de transparencia en la información:

Todo proveedor deberá otorgar a los consumidores información visible y



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

veraz sobre: la identidad del proveedor y sus datos de contacto nacional; sobre las características de los productos y/o servicios que ofrece y comercializa; como, asimismo, sobre el proceso de transacción electrónica, sus medios, alcances, seguridad, resguardos, entre otros aspectos que los consumidores requieran tomar conocimiento, evitando el ocultamiento o entrega de información confusa para aquel.

C. Principio de Legalidad:

El ofrecimiento y la contratación de bienes o servicios con consumidores y la atención post venta del proveedor electrónico, deben respetar la normativa legal vigente en la jurisdicción aplicable¹.

D. Principio del consentimiento informado:

En virtud de este principio, los proveedores electrónicos deberán informar sobre las condiciones generales y particulares de contratación y, sobre los bienes o servicios. De manera que, al otorgar el consumidor su consentimiento, estos puedan tener un conocimiento adecuado en relación a la naturaleza del contrato celebrado, el bien o servicio sobre el cual recae, sus obligaciones y derechos².

E. Principio de la fuerza obligatoria del contrato:

Los proveedores electrónicos que hubieren aceptado una orden de compra, deberán dar fiel y oportuno cumplimiento al contrato celebrado, empleando todos los medios a su alcance para ello, no siendo justificación razonable para incumplir un contrato la falta de stock del producto ofrecido o que la prestación efectiva del servicio se encontraba radicada en una tercera persona, salvo que tales eventualidades hayan sido advertidas por el oferente³.

F. Principio de profesionalidad:

Los proveedores electrónicos deberán observar una conducta profesional en el ejercicio del comercio electrónico, ofreciendo bienes y servicios de calidad y de los que efectivamente dispongan y estén en condiciones de realizar su prestación o intermediarlo de manera efectiva, respectivamente⁴.

G. Principio de la Buena Fe:

Los proveedores deben actuar de un modo recto y transparente para con los consumidores, evitando de esta manera, todas aquellas conductas que tergiversen u oculten maliciosamente o con intención de confundir al

¹ Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico, Cámara de Comercio de Santiago, pág 15.

² Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico, Cámara de Comercio de Santiago, pág 15.

³ Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico, Cámara de Comercio de Santiago, pág 15.

⁴ Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico, Cámara de Comercio de Santiago, pág 15.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

consumidor, en cuanto a la información de las características básicas de los bienes y/o servicios que se ofrecen, contener términos y condiciones ambiguos que no respeten y/o restrinjan el marco regulatorio de los cuerpos legales de protección del consumidor propio de la legislación vigente.

II. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

En este ámbito existen determinados derechos que requieren de una especial atención y ejecución por parte de los proveedores. En particular, estos guardan relación con:

- i. Derechos básicos de los consumidores.
- ii. Derechos en materia de información.
- iii. Derecho a Retracto.
- iv. Derechos en materia de formación del consentimiento.
- v. Derecho en materia de comunicaciones promocionales o publicitaria.
- vi. Derechos en materia de garantía
- vii. Derechos básicos de los consumidores

La LDPC, estableció en su Título II "Disposiciones Generales", el catálogo de los derechos básicos⁵ que toda empresa que tenga dentro de su giro la comercialización de bienes o servicios debe respetar, dado que aquellos derechos, son transversales a toda ley, norma o reglamento que guarde relación con materias de consumo, relevándose en su artículo 4º que, la normativa de protección al consumidor tiene el carácter de ser irrenunciable anticipadamente⁶.

Este último artículo mencionado, establece un imperativo legal de gran relevancia, por cuanto señala que las empresas no pueden ni deben restringir y/o limitar al consumidor el ejercicio de acciones o derechos que

⁵ Artículo 3º inciso primero: Son derechos y deberes básicos del consumidor:

- a) La libre elección del bien o servicio. El silencio no constituye manifestación de voluntad.
- b) El derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos.
- c) El no ser discriminado arbitrariamente por parte de proveedores de bienes o servicios.
- d) La seguridad en el consumo de bienes o servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles.
- e) El derecho a la reparación e indemnización adecuada y oportuna de todos los daños materiales y morales en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor, y el deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley le franquea, y
- f) La educación para un consumo responsable, y el deber de celebrar operaciones de consumo con el comercio establecido.

⁶ Artículo 4: "Los derechos establecidos por la presente ley son irrenunciables anticipadamente por los consumidores".

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

la misma Ley N° 19.496 les otorga, por lo tanto, se deben evitar dentro de las políticas de las empresas, como de sus Términos y Condiciones de contratación, frases como "La empresa no se hará responsable...", "implica desde ya renuncia a las acciones o derechos que se puedan interponer contra la empresa", u otras similares, dado que aquellas implican un incumplimiento a la LDPC.

A. Derechos en materia de información

En relación a lo dispuesto en el artículo 3 inciso primero letra b) de la LDPC, es importante que todas las empresas informen de manera oportuna, visible y con posibilidad de almacenamiento, a lo menos, los siguientes aspectos:

a) Información sobre los Términos y Condiciones: Estos deben encontrarse en un lugar visible de la página web, al cual, el consumidor pueda acceder de manera expedita, asegurándose que éstos puedan no sólo ser leídos, sino que también, guardados y/o almacenados por el consumidor.

Cabe señalar que los Términos y Condiciones son a la luz de la LDPC, lo que se denomina, contratos de adhesión⁷, debido a que " han sido redactados y preparados por el proveedor; por lo que sus cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido; lo que constituye una premisa fundamental para el análisis del artículo 16 de la LPC⁸."

En este sentido, y dada la mencionada categorización de los Términos y Condiciones, no puede menos que concluirse, que éstos deben estar acordes y respetar lo establecido en el Artículo 16 de la LDPC, actuar en contrario al artículo mencionado, implica que el proveedor estaría regulando sus condiciones mediante cláusulas abusivas y a su vez, vulnerando los derechos del consumidor, debido a las consecuencias negativas que generaría la aceptación de éstos por parte del consumidor, los que, tal como menciona el fallo citado, "son propuestas unilateralmente por el proveedor, sin que el consumidor, para celebrarlo pueda alterar su contenido".

Por lo tanto, si estos términos y condiciones tienen como efecto principal la regulación del uso del sitio y, se entenderán formar parte de todos los actos y contratos que se ejecutan o celebran mediante los sistemas de oferta y comercialización para con los consumidores, no pueden menos que, estar disponibles en idioma español y publicados en el mismo sitio

⁷ Artículo 1 N° 6. Contrato de Adhesión: Aquel cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido.

⁸ SERNAC con TICKETEK, 8° Juzgado Civil de Santiago Rol N° C-5711-2013, "UNDÉCIMO: Que para una mejor comprensión del asunto sometido a conocimiento de tribunal, cabe señalar primeramente que nos enfrentamos a un contrato de adhesión, redactado y preparado por la demandada; por lo que sus cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido; lo que constituye la premisa fundamental para el análisis posterior de las supuestas infracciones que habría cometido (...)."



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

web, debiendo contener, a lo menos:

- La identificación del proveedor electrónico, identificación en cuanto a si corresponde a persona natural o jurídica, en caso de ser ésta última, rol único tributario e identificación de sus representantes legales.
- Una dirección de correo electrónico, número telefónico nacional y domicilio físico y legal dentro del país, para atender los requerimientos de los consumidores.
- Derechos del usuario.
- Obligaciones del proveedor.
- Medios de pago que se podrá utilizar en el sitio.
- Política del proveedor electrónico en relación al derecho de retracto.
- Política del proveedor electrónico en relación a la garantía.
- Políticas del proveedor electrónico en cuanto a protección de datos personales.
- Condiciones y sistemas de despacho y entrega disponibles en el sitio.
- Los demás contenidos que cada proveedor electrónico estime pertinentes de informar al consumidor.

b) Información de las características de los bienes y servicios.

a) En la oferta de bienes, es relevante informar de manera previa y oportuna al público consumidor, determinados aspectos, tales como:

- Información mínima sobre el precio: El precio deberá publicarse de forma clara e inequívoca toda vez que se ofrezca un bien o servicio a los consumidores en moneda de curso legal y conforme al sistema general de pesos y medidas aplicables en el país.

Lo anterior no obstará a que pueda incluirse la misma información, pero solo de manera adicional, en otro idioma, moneda o medida. En este último caso, la información adicional deberá presentarse en tamaño y gráfica no superior a la información esencial que se regula, de manera de evitar que la información principal quede dispuesta como una información secundaria.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Asimismo, deberá informarse de manera completa, esto es, que incluya todos los impuestos o gastos con que se encuentre gravado, de manera que los consumidores puedan acceder al precio final.

En el caso que un consumidor quiera realizar la adquisición de un bien o servicio que ha sido exhibido en un sitio de internet a un determinado precio, éste deberá corresponder al mismo valor al momento de finalizar la operación de compra, a excepción de que se trate de un precio menor.

- La información sobre los productos y/o servicios debe contener como mínimo:

a) Las características del producto o servicio ofrecido conforme a su naturaleza y destino, funciones básicas, capacidades, rendimientos.

b) Identificación de la marca.

c) Precio del producto o servicio en la moneda aplicable al país oferente y, en caso de que éste sea ofrecido de manera internacional, debe tener la opción de poder informarlo en la moneda aplicable al país que corresponda.

d) Identificación del fabricante.

e) Año de fabricación en caso de ser relevante.

f) Disponibilidad del producto o servicio ofrecido y las condiciones, requisitos o limitaciones de uso o contratación cuando corresponda.

g) Información sobre seguridad y salud.

h) Restricciones de edad y contraindicaciones, si corresponde.

h) Cualquier otra condición, característica y prestación relevante del producto o servicio que deba ser de conocimiento de los consumidores.

Si se tratasen de bienes y/o servicios ofrecidos durante una promoción u oferta, para cumplir con el artículo 35 de la LPC, debe informar su duración y condiciones generales y, asimismo, informar sobre el stock disponible de éstos. (para conocer en más detalle sobre esta materia, revisar la "Circular Interpretativa sobre Publicidad y Prácticas Comerciales). En cuanto a una oferta de servicios, se debe informar de manera previa y veraz, a lo menos, en qué consiste el servicio, cuáles son los gastos que el servicio tiene incluido y cuáles no, tiempo de duración del servicio, entre otros que sean relevantes para el consumidor y éste pueda tomar la mejor decisión de consumo.

Por último, en ambos casos tiene preponderancia lo que se mencione con relación a la garantía ofrecida, lo cual ha sido tratado más detalladamente

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

en la "Circular Interpretativa sobre el derecho a la calidad e idoneidad: Régimen de garantías".

Información Respecto al Servicio de Despacho. Atendido a que este tipo de comercio permite a los consumidores realizar transacciones comerciales a distancia, es relevante que las empresas informen de una manera visible y expedita al consumidor la información respecto a su alcance territorial, es decir, las ciudades a las cuales efectivamente realiza despacho, valor del servicio, si existen o no empresas de transporte asociadas y posibilidad de elección por parte del consumidor, tiempos de despacho y los horarios en que éste se realizará.

B. Derecho a Retracto

El derecho a retracto se encuentra establecido en el artículo 3° bis, el cual dispone "*El consumidor podrá poner término unilateralmente al contrato en el plazo de 10 días contados desde la recepción del producto o desde la contratación del servicio y antes de la prestación del mismo*".

Entre las características principales de este derecho, podemos mencionar: Plazo de ejercicio del derecho: 10 días desde la fecha de recepción del bien o desde la celebración del contrato en el caso de servicios, y antes de la prestación del mismo, siempre que el proveedor haya cumplido con la obligación de remitir la confirmación escrita contemplada en el artículo 12 A. De no ser así, el plazo se extenderá a 90 días corridos.

- Cuándo no se podrá ejercer este derecho:

- 1°. - Cuando el bien, materia del contrato, se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor;
- 2°. - Cuando el proveedor haya dispuesto expresamente que no procede.

- Medio por el cual se realiza: Se utilizan los mismos medios que se emplearon para celebrar el contrato.

Entre los efectos que se derivan del ejercicio del derecho a retracto, podemos mencionar:

- Crédito otorgado al consumidor por el proveedor o por un tercero: En aquellos casos en que el precio del bien o servicio haya sido cubierto total o parcialmente con un crédito otorgado al consumidor por el proveedor o por un tercero previo acuerdo entre éste y el proveedor, el retracto resolverá dicho crédito. En caso de haber costos involucrados, éstos serán de cargo del consumidor, cuando el crédito haya sido otorgado por un tercero.

- El proveedor estará obligado a devolver: Las sumas abonadas, sin retención de gastos, a la mayor brevedad posible y, en cualquier caso, antes de cuarenta y cinco días siguientes a la comunicación del retracto.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Tratándose de servicios, la devolución sólo comprenderá aquellas sumas abonadas que no correspondan a servicios ya prestados al consumidor a la fecha del retracto.
- El consumidor deberá restituir en buen estado los elementos originales del embalaje, como las etiquetas, certificados de garantía, manuales de uso, cajas, elementos de protección o su valor respectivo, previamente informado. Corresponde hacer presente que esta exigencia sólo es procedente en este tipo de compras y no en las presenciales, por lo tanto, no corresponde exigirla para el caso de la garantía.

C. Derechos en materia de formación del consentimiento

Respecto a la formación del consentimiento, en materia de comercio electrónico, la LPC lo trata en su artículo 12 A, en el cual se establece que el consentimiento no se entenderá formado si el consumidor no ha tenido previamente un acceso claro, comprensible e inequívoco de las condiciones generales del mismo y la posibilidad de almacenarlos o imprimirlos.

Dicho lo anterior, se debe tener presente además, las normas comunes sobre la formación del consentimiento prescritas en el Código de Comercio, específicamente lo señalado en su artículo 101, del cual se desprende que el consentimiento se entiende formado al momento en que se produce la aceptación de la oferta. Ello, bajo la denominada teoría de la declaración, criterio adoptado por nuestro ordenamiento jurídico.

A su vez, la aceptación ha sido definida por la doctrina como: "aquella declaración o acto del destinatario de una oferta que manifiesta el asentimiento o conformidad con ésta"

En consecuencia, cualquier contrato celebrado, ya sea presencialmente o a través de medios electrónicos, se perfecciona con la aceptación de la oferta por parte del consumidor. En otras palabras, la manifestación inequívoca de la voluntad del consumidor, es aquella que perfecciona la formación del consentimiento de celebrar el contrato. Lo anterior se encuentra en plena concordancia con lo establecido en el artículo 12 de la LPC, en el cual se obliga al proveedor a ceñirse siempre a los términos, modalidades y condiciones a las que ha ofrecido sus bienes o servicios, consagrando la intangibilidad de la oferta hecha a los consumidores, por ya encontrarse perfeccionado el contrato.

Asimismo, el ya citado artículo 12 A de la LPC, consagró que la sola visita del sitio de Internet en el cual se ofrece el acceso a determinados servicios, no impone al consumidor obligación alguna, a menos que haya aceptado en forma inequívoca las condiciones ofrecidas por el proveedor.

Por último, una vez formado el consentimiento, esto es, ya perfeccionado el contrato por la manifestación inequívoca de la voluntad del consumidor aceptando la oferta, es requisito sine qua non, que el proveedor envíe al



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

consumidor una confirmación escrita del mismo, la cual podrá ser enviada por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación que garantice el debido y oportuno conocimiento del consumidor, que se le indicará previamente. Dicha confirmación deberá contener una copia íntegra, clara y legible del contrato que se suscribió, obligación que también se encuentra consagrada en el artículo citado.

D. Derecho en materia de comunicaciones promocionales o publicitarias.

a.- Aspectos Generales de su Regulación.

En el año 2004 la Ley N° 19.496 sufrió una serie de modificaciones con la finalidad de hacer más eficiente la defensa de los derechos de los consumidores.

Es así como se introduce a este cuerpo legal mediante la Ley N° 19.955 esta figura o tipo infraccional comúnmente conocida como "Spam" para asociarlo a la figura de las "Comunicaciones promocionales o Publicitarias no deseadas", que es la figura que denomina y que regula la normativa nacional, y que persigue sancionar a aquel proveedor que envía comunicaciones promocionales o publicitarias ya sea por correo electrónico u otra forma de comunicación a distancia, llámese fax, correo postal, llamados o servicios de mensajería telefónicos, sin indicar, en términos generales, una "dirección válida" o "forma expedita" en que los destinatarios pueden manifestar su voluntad, en el caso que lo estimen procedente, en orden a solicitar la suspensión de los envíos quedando desde ese momento, prohibidos.

En efecto, la figura que regula nuestro país permite el envío de un primer correo electrónico o postal, etc, la prohibición se hará efectiva cuando el consumidor haya ejercido su derecho de solicitar la suspensión, derecho que está supeditado al cumplimiento irrestricto por parte del proveedor de su deber de indicar los requisitos copulativos que señala la ley para estos efectos.

b.- Tipo Infraccional (Artículo 28 B).

La Ley N° 19.496 ha regulado este tipo de práctica comercial en el artículo 28 B de la siguiente manera: "Toda comunicación promocional o publicitaria enviada por correo electrónico deberá indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y contener una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar la suspensión de los envíos, que quedarán desde entonces prohibidos.

Los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo postal, fax, llamados o servicios de mensajería telefónicos, deberán indicar una forma expedita en que los destinatarios podrán solicitar la suspensión de las mismas. Solicitada ésta, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido".

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

c.- Concepto.

Si bien la Ley N° 19.496 no define este tipo de práctica comercial, este Servicio entiende por tal: "Aquellas prácticas comerciales que consisten en la reiteración de un correo electrónico, correo postal, fax, llamados o servicio de mensajería telefónica (SMS) una vez que el destinatario ha solicitado la suspensión de los envíos ya sea a través de una "dirección válida", en el caso del correo electrónico, o a través de una "forma expedita" en los demás casos, que desde entonces quedan prohibidos".

d.-Forma de Cumplimiento.

En virtud de lo expuesto anteriormente y de la transcripción de la norma se puede advertir que la manera o forma de dar cumplimiento al artículo 28 B va a depender del medio que utilizará el proveedor para dirigir la comunicación promocional o publicitaria.

Es decir: Si la vía elegida es el Correo Electrónico, el proveedor deberá indicar:

- i. La materia o asunto sobre el que versa,
- ii. La identidad del remitente y
- iii. Una dirección válida a la que el destinatario de la comunicación podrá solicitar la suspensión de los envíos.

Si se trata de otra forma de comunicación a distancia, entendiéndose correo postal, fax, llamados o servicio de mensajería telefónica, el proveedor deberá indicar una "forma expedita" en que los destinatarios podrán solicitar la suspensión de esta clase de comunicación.

i.- Sanción.

En los casos contemplados en la norma, ya sea que se trate de una comunicación promocional o publicitaria enviada por correo electrónico o por correo postal, fax, llamados o servicio de mensajería telefónica, y habiendo el destinatario de los mismos manifestado su voluntad de no recibir más dicha clase de comunicación por las vías y formas ordenadas en la ley y cumplidas por el proveedor, quedarán desde entonces PROHIBIDAS. Dicha prohibición será sancionada de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 24 de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, que, con la implementación de la Ley N° 21.081, incrementa las multas: "Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 300 unidades tributarias mensuales, si no tuvieren señalada una sanción diferente."

E. Derechos en materia de garantía

Hay que recordar, que todo lo dispuesto en la ley respecto a la garantía legal, es plenamente aplicable al comercio de bienes y servicios a través



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

de medios electrónicos. Tal como se ha señalado, la garantía legal corresponde al derecho de los consumidores, consistente en la protección, que por ley tienen, frente a casos en los cuales el bien adquirido no cuenta con la calidad esperada, siendo, por lo tanto, inapto para el uso al cual está destinado.

Al tenor de lo mencionado en la LPC, el consumidor que ha adquirido un producto, ya sea presencialmente o a través del comercio electrónico, que le ha fallado, cuenta con tres opciones para reclamar aquello:

- Reparación gratuita del bien;
- Previa restitución, la reposición; o
- La devolución de la cantidad pagada.

Estas tres alternativas, son lo que se ha denominado "derecho de opción" y en virtud del cual, el consumidor dispone de 90 días, desde que haya recibido el producto para ejercerlo frente al proveedor, dentro de un plazo de tres meses siempre y cuando las fallas no sean atribuibles a un mal uso por parte del consumidor.

III. SEGURIDAD EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

En este ámbito, es necesario que los proveedores que ejerzan la contratación electrónica, otorguen a los consumidores una seguridad efectiva con respecto a las transacciones que él se realizan, de manera tal, de que por esta vía se acreciente la confianza en el sistema, generando vínculos contractuales efectivos, evitándose así, deficiencias que se podrían ocasionar en cuando a personas que realizan las transacciones, efectividad de pago, oportunidad de notificación de esta última, entre otros aspectos de seguridad que pueden ser imputables al proveedor y que, consecuentemente acarrearían infracciones a la LDPC.

Asimismo, actualmente en este ámbito, adquiere relevancia la seguridad que los proveedores otorgan en relación al cuidado y protección de los datos personales que los consumidores entregan al momento de realizar una transacción electrónica.

A. Seguridad en los sitios web y pago

Los proveedores de servicios y productos a través de medios electrónicos deberán informar y adoptar las medidas técnicas necesarias para garantizar al consumidor la seguridad, integridad y confidencialidad de las transacciones, medios de pago y datos personales de los consumidores, indicando los niveles de protección que se aplicarán para cada uno de ellos.

Todos los procedimientos contemplados por los proveedores para llevar a cabo la adquisición de bienes y servicios por los consumidores deberán entregar la opción de cancelar el registro de datos personales que no sean



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

necesarios para la efectividad de las operaciones o que habiéndolo sido, se encuentran caducos.

B. Seguridad en menores y consumidores vulnerables

Las empresas deberán tomar los resguardos correspondientes en caso de contratación por parte de menores de edad, consumidores vulnerables o aquellos que no tengan la capacidad para comprender la información que se otorga mediante la página web, otorgando siempre en estos casos la posibilidad de ejercer el derecho a retracto.

IV. DERECHOS DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y POLÍTICAS DE PRIVACIDAD.

Actualmente en Chile, y en el mundo, se ha relevado la importancia de las materias que guardan relación con la Protección de Datos Personales de la Vida Privada de una persona, en este sentido se ha conculcado no sólo en los consumidores, sino que en todas las personas en general, sean éstas naturales o jurídicas, que aquellos deben ser óptimamente resguardados, de manera tal, que personas no autorizadas por aquellos puedan acceder y tener conocimiento de estos datos.

Manifestación de la importancia de esto, radica que en Chile se ha elevado el resguardo de éste ámbito de la persona, como derecho humano, toda vez que ha sido recogido por la Constitución Política de la República, que actualmente dispone en su Título III "De los Derechos y Deberes Constitucionales", específicamente en el artículo 19 N° 4, lo siguiente:

"El respeto y protección a la vida privada y a la honra de la persona y su familia, y, asimismo, la protección de sus datos personales. El tratamiento y protección de estos datos se efectuará en la forma y condiciones que determine la ley".

Sin perjuicio de lo anterior, nuestra legislación desde el año 1999, cuenta con la Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada, la cual establece definiciones, autorizaciones, tratamiento de datos, y otros aspectos que todo proveedor de servicio que solicita datos personales de un consumidor debe tener en consideración y ser efectivamente informado y regulado.

Actualmente, de la práctica comercial que se ha dado en el Comercio Electrónico, se ha podido apreciar que los consumidores para poder realizar las transacciones que desean por este medio deben necesariamente ingresar datos, tales como: nombre, rut, edad, domicilio, fecha de nacimiento, correo electrónico, número de celular, número y clave de tarjetas de débito o crédito, entre otros, por lo cual, es menester todo proveedor tenga dentro de sus Términos y Condiciones, o bien, de manera separada, Políticas de Privacidad, cuya finalidad sea la de informar expresamente al consumidor de manera veraz y oportuna qué datos personales se solicitan, cuál es su finalidad, cuáles se autorizan expresamente a tratar, dónde éstos serán tratados, la posibilidad que



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

tiene el consumidor de revocarlos sin efecto retroactivo, y/o cualquier otra información que por la legislación actual se debe informar al consumidor.

Asimismo, debe informar de manera veraz y oportuna al consumidor, cuáles son las medidas tecnológicas aplicadas para el resguardo y protección que se tendrá para que éstos datos personales otorgados no sean utilizados o recabados por terceros, cuya autorización otorgada por el consumidor, no les alcanza, debiendo en este sentido, el proveedor responder en caso de que se vulneren sus sistemas de protección, y los datos sean informados y/o transferidos sin el consentimiento del consumidor.

Por último, se recomienda que las empresas no participen en prácticas engañosas relacionadas con la recopilación y el uso de los datos personales de los consumidores.