



Brechas regulatorias en el comercio electrónico en Chile frente a estándares internacionales

Ejecución:

Rocío Geiger

Patricia Ortiz

Catalina Viveros

Agosto 2025

FONDO CONCURSABLE
para asociaciones de consumidores

Introducción

Desde el año 2011, el comercio electrónico en Chile ha presentado un crecimiento exponencial y ha aumentado su aporte al PIB nacional (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024), transformando los hábitos de consumo y facilitando el acceso a bienes y servicios. Según los datos más recientes del Banco Central de Chile (2024), las transacciones de comercio electrónico en el país experimentaron un crecimiento exponencial del 127% entre 2020 y 2023, alcanzando los 8.500 millones de dólares al año y representando el 4,2% del Producto Interno Bruto nacional. Esta expansión acelerada ha modificado radicalmente los patrones de consumo tradicionales, posicionando a Chile como uno de los mercados digitales más dinámicos de América Latina.

Sin embargo, este desarrollo ha ido acompañado de un aumento en los problemas de consumo, afectando directamente la vida de las y los consumidores. La falta de regulación adecuada y mecanismos de protección efectivos ha generado situaciones de vulnerabilidad, en donde las personas enfrentan dificultades para reclamar ante fraudes, retrasos en entregas, publicidad engañosa o incumplimientos contractuales. La problemática adquiere dimensiones preocupantes cuando se considera que el 78% de los consumidores chilenos reportan haber experimentado al menos un problema en sus compras online durante el último año, según revela el Estudio Nacional de Comercio Electrónico 2024 de la Cámara de Comercio de Santiago (2024). Los principales conflictos identificados incluyen productos no entregados (34%), diferencias significativas entre el producto ofrecido y el recibido (28%), dificultades para ejercer derechos de garantía (23%) y problemas con procesos de devolución (19%).

Esta situación demuestra que el crecimiento acelerado del sector no ha sido acompañado por un marco regulatorio adecuado que garantice la protección efectiva de los derechos de los consumidores en el entorno digital, generando una brecha crítica entre la realidad del mercado digital y los mecanismos de protección legal disponibles para los consumidores. Actualmente, la Ley 19.496 no contempla una definición específica de comercio electrónico, y su alcance es limitado, aplicándose sólo a ciertos aspectos como el derecho a retracto, el consentimiento en contratos celebrados electrónicamente y el deber de información (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). Esta aproximación restrictiva contrasta

marcadamente con el desarrollo normativo internacional, donde jurisdicciones como la de España cuentan con 47 artículos específicos sobre comercio electrónico en su Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, mientras Chile mantiene apenas 6 disposiciones en su legislación de consumo en este ámbito.

La ausencia de una definición legal clara del comercio electrónico en Chile genera incertidumbre jurídica tanto para consumidores como para empresas, dificultando la aplicación coherente de la normativa y dejando vacíos críticos en áreas fundamentales del ecosistema digital. Los principales vacíos identificados incluyen la falta de regulación específica para plataformas digitales intermediarias como marketplace, la ausencia de normas sobre publicidad algorítmica y técnicas de persuasión digital, y las limitaciones en la regulación del comercio transfronterizo.

No obstante, se debe destacar que desarrollos legislativos recientes han introducido mejoras al marco regulatorio chileno. La Ley 21.398 (Ley Pro-Consumidor) estableció obligaciones específicas para transacciones digitales, mientras que la Ley 21.719 sobre Protección de Datos Personales (2024) creó la Agencia de Protección de Datos Personales, situando a Chile en consonancia con estándares internacionales como el Reglamento General de Protección de Datos europeo (RGPD).

Sin embargo, estas mejoras mantienen un enfoque esencialmente reactivo más que preventivo, sin abordar problemas estructurales como la responsabilidad de plataformas intermediarias o la resolución expedita de conflictos masivos. La efectividad de este marco normativo dependerá crucialmente de la coordinación efectiva entre los nuevos organismos reguladores y la capacidad institucional para proteger adecuadamente a los consumidores en el entorno digital.

Para desarrollar un análisis comparativo sistemático del marco regulatorio chileno frente a estándares internacionales, se establecen cinco dimensiones críticas. La primera dimensión corresponde a la definición y alcance legal del comercio electrónico, incluyendo la conceptualización legal específica, el ámbito de aplicación de la normativa y su integración con la legislación general de protección al consumidor. La segunda dimensión analiza los derechos del consumidor digital, incluyendo el derecho de información precontractual, derechos de retracto y desistimiento, garantías y responsabilidad por productos defectuosos,

y mecanismos de resolución de conflictos y acceso a la justicia. La tercera dimensión evalúa la protección de datos personales, incluyendo regímenes de consentimiento informado y explícito, derechos de acceso, rectificación y supresión, portabilidad y oposición a decisiones automatizadas, y marcos de supervisión y *enforcement* institucional. La cuarta dimensión examina la responsabilidad de plataformas digitales, incluyendo el estatuto jurídico de intermediarios digitales, obligaciones de transparencia y debido proceso, responsabilidad por contenido y transacciones, y cooperación con autoridades regulatorias. Finalmente, la quinta dimensión analiza los mecanismos del ya mencionado, *enforcement*, incluyendo la arquitectura institucional de supervisión, facultades sancionatorias y disuasivas, coordinación interinstitucional y cooperación internacional.

El presente análisis revela que, si bien Chile ha realizado avances significativos con la Ley Pro-Consumidor y la nueva Ley de Protección de Datos Personales, persisten brechas importantes que requieren atención urgente. La ausencia de una definición legal específica de comercio electrónico, las limitaciones en la regulación de plataformas intermediarias y la necesidad de fortalecer los mecanismos de *enforcement* constituyen desafíos centrales que deben abordarse para garantizar una protección efectiva de los consumidores digitales. La relevancia de este análisis se fundamenta en la necesidad de proporcionar elementos técnicos y jurídicos que contribuyan al fortalecimiento del marco regulatorio chileno, asegurando que la evolución normativa acompañe adecuadamente el dinamismo del mercado digital y garantice un equilibrio apropiado entre la promoción de la innovación tecnológica y la protección efectiva de los derechos de los consumidores.

1. Objetivos

Identificar las diferencias, con un enfoque en la protección al consumidor, entre el marco regulatorio chileno y las mejores prácticas internacionales en comercio electrónico, para proponer recomendaciones regulatorias.

a. Objetivo General

Determinar, desde una perspectiva de protección al consumidor, brechas regulatorias en el comercio electrónico en Chile frente a estándares internacionales en un contexto de crecimiento exponencial de este mercado.

b. Objetivos Específicos

1. Analizar la normativa chilena actual (LPC, reglamentos de comercio electrónico y futura Ley de Datos Personales).
2. Comparar dicha normativa con las directrices internacionales seleccionadas (Naciones Unidas, OCDE).
3. Identificar posibles brechas.
4. Proponer recomendaciones regulatorias para reducir las brechas identificadas.

Marco Teórico

La globalización ha cambiado la forma de hacer negocios, han cambiado las expectativas de los consumidores, la competitividad ha aumentado y el avance y difusión de las tecnologías ligadas al internet han sido importantes para el desarrollo del comercio electrónico, pues se le ofrece a las empresas oportunidades para ser más eficientes en cuanto a los nuevos mercados disponibles, como la visibilidad y comunicación (Arana, 2004).

El comercio electrónico se define como cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo (OCDE, 2016). Una descripción más amplia del comercio electrónico sería: “uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que soportan las transacciones de productos o servicios entre las empresas, entre estas y particulares o con el Estado” (Malca, 2020, p. 32). Esta definición engloba no solo la venta de bienes y servicios, sino también el suministro en línea de contenidos digitales, la transferencia electrónica de fondos, el comercio electrónico de acciones, los conocimientos de embarque electrónicos, las subastas, el diseño y la ingeniería conjuntos, la contratación pública en línea y el marketing directo al consumidor.

El *e-commerce* o comercio electrónico incluye tanto ventas, como promociones, toma de órdenes, entrega, servicios y manejo de lealtad al consumidor. Además, este incluye una infraestructura tecnológica de base de datos, servidores, herramientas de seguridad, sistemas legales y administración de lo que conlleva (Malca, 2020). Por ello, desde una perspectiva jurídica, el comercio electrónico plantea desafíos únicos que trascienden las categorías

tradicionales del derecho comercial y de consumo, ya que la desmaterialización de las transacciones genera nuevas asimetrías de poder entre proveedores y consumidores, requiriendo marcos regulatorios específicos que aborden estas particularidades (Gómez Segade, 2001).

La teoría económica de las asimetrías de información, desarrollada por Akerlof (1970) y posteriormente por Stiglitz (2000), adquiere particular relevancia en el contexto del comercio electrónico. En los mercados digitales, estas asimetrías se intensifican debido a la opacidad algorítmica, donde los consumidores desconocen los criterios utilizados por los algoritmos para personalizar ofertas y precios, la complejidad técnica que hace que las características técnicas de productos digitales excedan el conocimiento promedio de los consumidores, y la volatilidad informativa, donde la información sobre productos y servicios puede modificarse dinámicamente sin conocimiento del consumidor. Esta situación genera lo que Bar-Gill (2012) denomina como "desequilibrios cognitivos sistemáticos", donde los consumidores toman decisiones subóptimas debido a limitaciones en el procesamiento de información compleja.

La teoría de la regulación económica, fundamentada en los trabajos de Stigler (1971) y desarrollada por Baldwin y Cave (1999), proporciona el marco conceptual para entender cuándo y cómo debe intervenir el Estado en los mercados digitales. Los principales justificativos para la regulación en comercio electrónico incluyen fallas de mercado específicas como las externalidades negativas en la protección de datos personales, bienes públicos como la confianza del consumidor en el ecosistema digital, y monopolios naturales en plataformas digitales debido a efectos de red. Asimismo, se identifican objetivos distributivos como la protección de consumidores vulnerables en entornos digitales, la garantía de acceso equitativo a mercados digitales y la prevención de discriminación algorítmica.

Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (UNCTAD, 2016) establecen principios fundamentales que constituyen el estándar mínimo internacional para la protección de consumidores digitales. El principio de transparencia informativa exige que toda información relevante para la decisión de compra sea clara, precisa, completa y fácilmente accesible, incluyendo en el contexto digital, los algoritmos de recomendación,

políticas de precios dinámicos y términos de uso de datos personales. El principio de equidad contractual establece que los términos y condiciones deben ser equilibrados y comprensibles, prohibiendo cláusulas abusivas o que generen desequilibrios significativos en detrimento del consumidor. Por último, el principio de acceso efectivo a la justicia garantiza mecanismos expeditos, asequibles y efectivos para la resolución de conflictos, incluyendo sistemas de resolución alternativa de disputas adaptados al entorno digital.

Específicamente, las recomendaciones de la OCDE sobre Protección del Consumidor en Comercio Electrónico (OCDE, 2016) establece un marco comprehensivo basado en ocho principios fundamentales:

- Protección equivalente: donde los consumidores deben recibir protección no inferior en el comercio electrónico que en el comercio tradicional.
- Transparencia y divulgación: requiriendo información clara sobre la identidad del comerciante
- Características del producto y términos de la transacción: proceso de transacción justo con procedimientos claros para la confirmación de transacciones y corrección de errores
- Pago seguro con protección contra uso no autorizado de información de pago
- Resolución de disputas y reparación mediante mecanismos efectivos para resolver conflictos
- Privacidad con protección de datos personales conforme a estándares internacionales
- Educación y concienciación a través de programas para mejorar la alfabetización digital de consumidores
- Cooperación global mediante coordinación entre autoridades nacionales para *enforcement* transfronterizo.

Actualmente, el modelo europeo representa el estándar más avanzado de protección integral del consumidor digital, articulado a través de múltiples instrumentos normativos. La Directiva 2011/83/UE sobre Derechos de los Consumidores establece un régimen

armonizado para contratos celebrados a distancia, incluyendo obligaciones de información precontractual específicas, derecho de desistimiento de 14 días con excepciones taxativas, modalidades de ejercicio del derecho de desistimiento y prohibición de costos excesivos para medios de pago (Unión Europea, 2011). El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) constituye el estándar global en protección de datos personales, estableciendo principios de licitud, lealtad y transparencia en el tratamiento, derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad, consentimiento informado y específico para cada finalidad, y derecho de oposición a decisiones automatizadas (Unión Europea, 2016). Asimismo, se encuentra la Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act, 2022) regula específicamente las responsabilidades de plataformas digitales, incluyendo obligaciones de transparencia en algoritmos de recomendación, sistemas de notificación y retirada de contenido ilegal, evaluación de riesgos sistemáticos en plataformas muy grandes, y auditorías independientes y supervisión regulatoria (Comisión Europea, 2022).

Para la evaluación comparativa, se establece una primera dimensión analítica correspondiente a la definición y alcance legal, que evalúa la precisión conceptual y amplitud del marco regulatorio. Esta dimensión incluye la existencia de definición legal específica que distinga el comercio electrónico de otras modalidades comerciales y delimita su ámbito de aplicación, la identificación precisa de sujetos obligados y beneficiarios de la normativa, la delimitación de transacciones, productos y servicios cubiertos por la regulación específica, y la coherencia entre la legislación de comercio electrónico y el marco general de protección al consumidor. Como señala Howells (2005), la claridad conceptual resulta fundamental porque determina la aplicabilidad y efectividad del marco regulatorio en la práctica judicial y administrativa.

La segunda dimensión analiza los derechos del consumidor digital, evaluando la efectividad de las protecciones sustantivas disponibles. Esta dimensión comprende los derechos de información precontractual, incluyendo la amplitud y especificidad de la información que debe proporcionarse antes de la contratación, los derechos de retracto y desistimiento, considerando plazos, modalidades de ejercicio, excepciones y consecuencias jurídicas, los regímenes de garantía legal, responsabilidad por productos defectuosos, vicios ocultos y conformidad con lo ofrecido, y la protección contra prácticas comerciales desleales que

prohíba prácticas engañosas, agresivas o que aprovechan la vulnerabilidad del consumidor digital. Reich y Micklitz (2014) destacan que esta dimensión resulta crítica para evaluar si el marco normativo proporciona protecciones efectivas o meramente declarativas.

La tercera dimensión evalúa la protección de datos personales, considerando la robustez del marco de protección de datos en el contexto comercial. Los elementos analizados incluyen el régimen de consentimiento con estándares para el consentimiento informado, específico y revocable para el tratamiento de datos personales con fines comerciales, los derechos de los titulares, evaluando la amplitud y efectividad de derechos como acceso, rectificación, supresión, portabilidad y oposición, también la protección contra decisiones automatizadas y perfilado automático que afecten significativamente al consumidor y la supervisión institucional, analizando la capacidad y facultades de autoridades de protección de datos para el *enforcement* efectivo (Kuner et al., 2020), sin dudas, esta dimensión resulta crítica dado el rol central de los datos personales en el comercio electrónico contemporáneo.

La cuarta dimensión analiza la responsabilidad de plataformas digitales, evaluando el tratamiento jurídico de intermediarios y plataformas. Esta dimensión incluye la definición legal del rol de plataformas como meros intermediarios o proveedores de servicios con responsabilidades específicas, los requerimientos de información sobre algoritmos, términos de uso y políticas de moderación de contenido, el alcance de la responsabilidad de plataformas por transacciones realizadas entre terceros, y las obligaciones de colaboración con autoridades de protección al consumidor e intercambio de información. Gillespie (2018) señala que esta dimensión adquiere relevancia creciente dado el dominio de las plataformas en el ecosistema del comercio electrónico y la necesidad de clarificar sus responsabilidades jurídicas.

Por último, la quinta dimensión evalúa los mecanismos de *enforcement*, analizando la efectividad del marco institucional de supervisión. Los componentes incluyen la distribución de competencias entre organismos reguladores y coordinación interinstitucional, la amplitud y proporcionalidad de sanciones disponibles para disuadir incumplimientos, la disponibilidad y efectividad de sistemas de mediación, arbitraje y resolución en línea de disputas, y los mecanismos para el *enforcement* transfronterizo e intercambio de información con autoridades extranjeras. Como observa Cafaggi (2006), esta dimensión determina la

efectividad práctica del marco regulatorio en la protección de los derechos de los consumidores, ya que las mejores normas sustantivas resultan ineficaces sin mecanismos adecuados de aplicación.

El análisis principal de este estudio sostiene, preliminarmente, que el marco regulatorio chileno presenta brechas significativas en la protección del consumidor digital comparado con estándares internacionales, particularmente en la regulación de plataformas digitales, mecanismos de *enforcement* y protección contra prácticas comerciales específicas del entorno digital. Esta hipótesis se fundamenta en la observación preliminar de que Chile ha adoptado un enfoque fragmentario y reactivo, en contraste con modelos internacionales más comprensivos y preventivos. Las proposiciones teóricas derivadas incluyen que la ausencia de definición legal específica de comercio electrónico genera incertidumbre jurídica y limita la aplicación efectiva de protecciones al consumidor. Además, el marco chileno mantiene un enfoque reactivo centrado en la reparación *ex post*, mientras que los estándares internacionales incorporan mecanismos preventivos y de transparencia algorítmica, por ello se defiende este análisis en cuanto a que la regulación de plataformas digitales en Chile es insuficiente comparada con modelos como el europeo, generando vacíos en la responsabilidad de intermediarios, y que los mecanismos de *enforcement* chilenos presentan limitaciones institucionales y de coordinación que reducen su efectividad práctica.

La metodología empleada corresponde al análisis jurídico comparativo funcional, desarrollado por Zweigert y Kötz (1998), que permite identificar similitudes y diferencias funcionales entre sistemas jurídicos diversos. Este enfoque resulta particularmente apropiado para evaluar marcos regulatorios que buscan resolver problemas similares, como la protección del consumidor digital, a través de instrumentos jurídicos diversos. La matriz de evaluación comparativa incorporará indicadores cuantitativos como número de disposiciones, plazos legales y montos de sanciones, indicadores cualitativos como amplitud de protecciones, claridad normativa y coherencia sistemática e indicadores de efectividad como recursos disponibles para *enforcement* y estadísticas de cumplimiento. Este estudio contribuirá teóricamente al desarrollo de un marco teórico integrado para la evaluación de marcos regulatorios de comercio electrónico desde una perspectiva de protección al consumidor, incorporando dimensiones tradicionalmente tratadas de manera fragmentada.

Metodología

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo de carácter comparativo y documental, orientado al análisis sistemático de marcos normativos en materia de comercio electrónico y protección al consumidor. Este enfoque permite examinar en profundidad las características, similitudes y diferencias entre los sistemas regulatorios seleccionados, facilitando la identificación de mejores prácticas y oportunidades de mejora para el contexto chileno. El método de investigación empleado corresponde al análisis jurídico comparativo funcional, desarrollado por Zweigert y Kötz (1998), que permite examinar y contrastar diferentes sistemas normativos para identificar patrones, tendencias y buenas prácticas regulatorias. Este método resulta especialmente apropiado para estudios de derecho comparado y análisis de políticas públicas, ya que facilita la comprensión de cómo diferentes jurisdicciones abordan problemas similares en materia de protección al consumidor digital.

El alcance de la investigación se define como nacional con proyección internacional, centrándose en el análisis de normativas internacionales con el objetivo de generar recomendaciones aplicables al marco regulatorio chileno. Desde una perspectiva temporal, el estudio se concentra en el análisis de normativas vigentes al momento de la investigación, considerando las reformas y actualizaciones más recientes en cada jurisdicción seleccionada. Además, el alcance temático se focaliza en cinco ejes fundamentales: los derechos de las y los consumidores en comercio electrónico, la protección de datos personales en transacciones digitales, los mecanismos de resolución de disputas, la transparencia en transacciones digitales, y los marcos regulatorios específicos para plataformas digitales intermediarias.

El universo de estudio se compone de ocho jurisdicciones seleccionadas mediante criterios de conveniencia basados en su desarrollo avanzado en marcos regulatorios de comercio electrónico, reconocimiento internacional por buenas prácticas en protección al consumidor, disponibilidad y accesibilidad de fuentes normativas, y relevancia para el contexto latinoamericano y chileno.

Las jurisdicciones seleccionadas incluyen la Unión Europea como bloque regional con normativa armonizada (GDPR, Directiva de Comercio Electrónico), Estados Unidos por su liderazgo en innovación digital y marcos regulatorios sectoriales, Canadá por su enfoque equilibrado entre protección al consumidor e innovación tecnológica, Australia por sus

avances en protección del consumidor digital y resolución alternativa de disputas, Singapur como referente en Asia-Pacífico en regulación de comercio electrónico, Brasil por su relevancia regional y experiencia en marcos regulatorios para el comercio digital, Japón por su enfoque avanzado en la integración de tecnología y protección al consumidor, así como su liderazgo en regulación de plataformas digitales en Asia-Pacífico y Argentina por su relevancia regional latinoamericana, su experiencia en marcos regulatorios de protección al consumidor digital, y su valor como referente de sistema jurídico similar al chileno en el contexto regional.

En general, la incorporación de estas ocho jurisdicciones permite obtener una perspectiva más amplia y representativa de diferentes enfoques regulatorios, incluyendo tanto modelos de economías desarrolladas como experiencias regionales relevantes para el contexto chileno.

Las fuentes de información se categorizan en primarias y secundarias, priorizando la consulta directa de legislación nacional de cada jurisdicción, reglamentos y normativas técnicas, jurisprudencia relevante, y documentos oficiales de organismos reguladores. Como fuentes secundarias se utilizarán informes de organismos internacionales como OCDE y UNCTAD, estudios académicos especializados, análisis de organizaciones de consumidores, y reportes de consultoras especializadas en comercio electrónico y protección al consumidor. Se priorizan especialmente las regulaciones y recomendaciones de organismos internacionales en materia de directrices para el comercio electrónico y protección al consumidor/a.

Así, se define que el instrumento principal de recolección de datos consiste en fichas analíticas comparativas normativas estandarizadas para cada jurisdicción, estructuradas sistemáticamente para facilitar el análisis comparativo posterior. Cada ficha se estructura con un encabezado identificatorio que incluye el país o región analizada, las normas específicas revisadas, y la institución o ente regulador correspondiente.

Las fichas se organizan en cinco dimensiones analíticas fundamentales:

1. Definición legal de comercio electrónico: Esta examina la existencia de una definición explícita en la legislación mediante opciones categóricas (Sí/No/Parcial-Implícita), incluyendo el extracto o resumen de la definición y observaciones comparativas con Chile.

2. Derechos del consumidor digital: Analiza mediante lista de verificación los derechos específicos reconocidos (derecho a retracto, información clara previa, consentimiento informado, protección frente a prácticas engañosas, y otros derechos específicos), incluyendo comentarios sobre aplicación efectiva y comparación detallada con la legislación chilena.

3. Protección de datos personales: Evalúa la existencia de legislación específica, los derechos garantizados (acceso, rectificación, supresión, portabilidad, oposición a decisiones automatizadas), los requisitos de consentimiento explícito, la entidad fiscalizadora, y la comparación con la ley 21.719 chilena.

4. Mecanismos de resolución de conflictos: Examina la disponibilidad de plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR), los requisitos para proveedores en atención al cliente, los actores responsables y modelos destacados, y la comparación con mecanismos disponibles en Chile.

5. Conclusiones para la comparación con Chile: Sintetiza elementos útiles para adaptar al caso chileno, condiciones necesarias para su implementación, y brechas claras observadas respecto al marco regulatorio nacional actual.

La selección de estas cinco dimensiones específicas responde a criterios metodológicos fundamentados, puesto que representan los aspectos esenciales identificados en la literatura especializada sobre marcos regulatorios de comercio electrónico moderno y permiten una evaluación integral tanto de los aspectos normativos como de su implementación efectiva, facilitan la comparación sistemática entre diferentes tradiciones jurídicas y modelos regulatorios. Además, abordan equilibradamente tanto la protección del consumidor como la viabilidad operativa para las empresas, proporcionan una estructura analítica que permite identificar brechas específicas y oportunidades de mejoras aplicables al contexto chileno. Complementariamente, se elaborará un análisis que permita visualizar similitudes y diferencias entre jurisdicciones, organizando la información y posteriores conclusiones.

Además, cabe recalcar que la técnica de análisis se estructuró en tres fases consecutivas que permiten un análisis sistemático de la información recopilada. La primera fase corresponde al análisis descriptivo, que incluye la sistematización de normativas por jurisdicción, la identificación de elementos estructurales de cada marco regulatorio y la caracterización de

los diferentes enfoques regulatorios adoptados por cada país o bloque regional. La segunda fase comprende el análisis comparativo propiamente tal, que involucra la identificación de similitudes y diferencias entre sistemas, el análisis de estas mismas y la evaluación de la efectividad relativa de diferentes enfoques normativos en la protección del consumidor digital.

La tercera fase corresponde al análisis evaluativo, que incluye el contraste sistemático con el marco regulatorio chileno actual, la identificación de brechas específicas y oportunidades de mejora, y la evaluación crítica de la aplicabilidad de las mejores prácticas internacionales al contexto nacional chileno, considerando las limitaciones institucionales y los recursos disponibles.

Los criterios de análisis aplicados en cada fase son cinco, primero está la coherencia sistémica que evalúa si las normas están bien integradas con el resto del sistema jurídico del país, luego se encuentra la eficacia protectora que mide qué tan bien protege realmente a los consumidores cada sistema regulatorio. También, se incorporó la viabilidad de implementación que determina si es factible aplicar estas regulaciones en Chile, considerando nuestros recursos institucionales y capacidades técnicas, al igual que la innovación regulatoria que identifica elementos nuevos o creativos que podrían adaptarse al contexto chileno y finalmente, la adaptabilidad tecnológica evalúa qué tan bien puede responder cada marco regulatorio a los cambios tecnológicos futuros.

Cabe destacar, que la investigación reconoce limitaciones metodológicas importantes que deben ser consideradas en la interpretación de resultados y que afectan el alcance de las conclusiones obtenidas. Una de ellas, es la disponibilidad lingüística constituye una limitación significativa debido a la dependencia de traducciones para normativas en idiomas distintos al español e inglés, lo que puede afectar la precisión en la interpretación de matices legales específicos y conceptos jurídicos particulares de cada sistema legal. Asimismo, el dinamismo normativo representa otra limitación relevante, ya que los marcos regulatorios de comercio electrónico están en constante evolución y adaptación a nuevas tecnologías, siendo posibles cambios regulatorios significativos durante el período de investigación que podrían afectar la validez temporal de las conclusiones y recomendaciones generadas. Así, las diferencias en sistemas jurídicos constituyen una limitación contextual importante, ya que

estas pueden tener diferentes tradiciones constitucionales y administrativas, lo que puede afectar la aplicabilidad directa de ciertas regulaciones al contexto jurídico e institucional chileno.

Finalmente, las limitaciones en el acceso a información especializada, incluyendo documentos oficiales de difícil acceso, jurisprudencia específica no traducida, análisis técnicos detallados de organismos reguladores, y datos empíricos sobre la efectividad de diferentes marcos regulatorios, pueden afectar la profundidad del análisis en ciertas jurisdicciones y limitar la capacidad de evaluar completamente la efectividad práctica de los sistemas estudiados.

Revisión comparada de normativas internacionales sobre comercio electrónico

Normativa de Chile

En los últimos años, el comercio electrónico ha crecido de manera sostenida en Chile, transformando profundamente los hábitos de consumo y planteando nuevos desafíos en materia regulatoria. El fundamento jurídico principal de la protección al consumidor en Chile se encuentra en la Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC), promulgada en 1997, que establece las bases generales para la protección de los consumidores en el país (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024).

Sin embargo, la aplicación de esta normativa al comercio electrónico presenta limitaciones significativas. La Ley 19.496 no contempla una definición específica de comercio electrónico, y se restringe a regular ciertos aspectos puntuales como el derecho a retracto, el consentimiento en contratos celebrados electrónicamente y el deber de información (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). Esta aproximación restrictiva contrasta marcadamente con el desarrollo normativo internacional y que se abordará de aquí en adelante.

Aun así, se debe destacar que la promulgación de la Ley 21.398, conocida como Ley Pro-Consumidor, representa un hito significativo en la evolución del marco regulatorio chileno para el comercio electrónico. Esta normativa introdujo mejoras sustanciales al establecer obligaciones específicas para las transacciones digitales, incluyendo la obligación de informar claramente el precio final, la disponibilidad del producto, los plazos de entrega, las

exclusiones al derecho a retracto, y un resumen de compra previo al pago (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2021).

Complementando estas disposiciones, el Decreto N° 6 de 2021 aprueba el Reglamento de Comercio Electrónico (Ver Anexo 1), dictado en cumplimiento de los artículos 30 y 62 de la Ley 19.496. Este reglamento desarrolla aspectos específicos de la normativa, estableciendo que las empresas deben informar el costo total de la compra o servicio junto con los términos y condiciones, además de informar expresamente las características específicas de los productos como dimensiones, color, peso y número de unidades que lo componen, proporcionando mayor detalle operativo a las obligaciones generales establecidas en la ley marco.

Entre las principales innovaciones de la Ley se encuentra la obligación de informar previamente el precio final del producto incluyendo todos los impuestos y cargos adicionales, así como el plazo de entrega estimado. La normativa también establece la obligación de informar la inexistencia de stock disponible de manera oportuna, evitando que los consumidores completen transacciones por productos no disponibles. Adicionalmente, la ley exige que los proveedores mantengan canales de contacto visibles y efectivos para consultas o reclamos, fortaleciendo así los mecanismos de comunicación entre consumidores y empresas.

Además, se define el Decreto Supremo sobre Precio Por Unidad de Medida (PPUM) (Ver Anexo 2), publicado el 10 de diciembre de 2024 que representa un avance reciente en la protección del consumidor digital. Este reglamento establece la obligación de exhibir el precio por unidad de medida junto al precio de venta en productos envasados, incluyendo expresamente plataformas de comercio electrónico y *marketplaces*. En plataformas digitales, el precio por unidad debe mostrarse siempre junto al precio de venta, en el mismo campo visual, con un tamaño mínimo del 50% del precio de venta. En ese sentido, la norma busca combatir prácticas de "reduflación" —donde las empresas reducen el contenido manteniendo el precio nominal— y reducir asimetrías informacionales particularmente agudas en el comercio electrónico. Su entrada en vigor será escalonada: 9 meses para empresas en general (septiembre 2025) y 12 meses para pequeñas empresas (diciembre 2025), quedando las

microempresas exceptuadas. El SERNAC es responsable de fiscalizar su cumplimiento conforme al artículo 24 de la Ley 19.496.

Cabe destacar, que un componente fundamental del marco regulatorio chileno es la Ley 21.719 sobre Protección de Datos Personales, promulgada en 2024, que establece nuevos derechos y crea la Agencia de Protección de Datos Personales (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). Esta legislación representa un avance sustancial al situar a Chile en consonancia con el Reglamento General de Protección de Datos europeo (RGPD), fortaleciendo significativamente el marco institucional para resguardar los datos personales en entornos digitales.

Entre los derechos consagrados por esta nueva normativa destacan el acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad, bloqueo, y objeción a decisiones automatizadas. Particularmente relevante es el derecho de oposición a decisiones individuales automatizadas, que proporciona protección ante algoritmos de decisión que pueden afectar significativamente a los consumidores en contextos de comercio electrónico. Sin embargo, la efectividad de este marco normativo dependerá crucialmente de la capacidad institucional de la nueva Agencia de Protección de Datos Personales y su coordinación efectiva con organismos de protección al consumidor como SERNAC.

A pesar de los avances normativos recientes, el marco regulatorio chileno presenta deficiencias significativas que limitan su efectividad en la protección de los consumidores digitales. La problemática se agrava cuando se considera que el 78% de los consumidores chilenos reportan haber experimentado al menos un problema en sus compras online durante el último año, según revela el Estudio Nacional de Comercio Electrónico 2024 de la Cámara de Comercio de Santiago (2024). Los principales conflictos identificados incluyen productos no entregados (34%), diferencias significativas entre el producto ofrecido y el recibido (28%), dificultades para ejercer derechos de garantía (23%) y problemas con procesos de devolución (19%).

Esta situación demuestra que el crecimiento acelerado del sector, que experimentó un aumento del 127% entre 2020 y 2023 alcanzando los 8.500 millones de dólares al año y representando el 4,2% del Producto Interno Bruto nacional (Banco Central de Chile, 2024),

no ha sido acompañado por un marco regulatorio adecuado que garantice la protección efectiva de los derechos de los consumidores en el marco digital.

Además, la reciente creación de la Agencia de Protección de Datos Personales introduce un nuevo actor institucional que requerirá una coordinación efectiva con SERNAC para garantizar una protección integral de los consumidores digitales. La ausencia de mecanismos claros de coordinación interinstitucional y la falta de protocolos específicos para el manejo de conflictos masivos en plataformas digitales representan desafíos operativos que deben abordarse para fortalecer la efectividad del sistema regulatorio.

Normativa de Estados Unidos (Ver Anexo 3)

Estados Unidos representa uno de los mercados de comercio electrónico más desarrollados y regulados del mundo, con un marco jurídico complejo que ha evolucionado para abordar los desafíos únicos del comercio digital. En general, la experiencia estadounidense ofrece importantes lecciones para países como Chile, que buscan fortalecer sus marcos regulatorios en esta materia, así el contraste entre el sistema estadounidense, caracterizado por múltiples capas de regulación federal y estatal, y las brechas regulatorias presentes en Chile, proporciona una perspectiva valiosa sobre las mejores prácticas internacionales y las áreas de oportunidad para el desarrollo normativo nacional.

En primer lugar, cabe destacar que el sistema regulatorio de comercio electrónico en Estados Unidos se caracteriza por su naturaleza federal descentralizada, donde múltiples agencias tienen competencias específicas en diferentes aspectos del comercio digital. La Comisión Federal de Comercio (FTC) constituye el pilar fundamental de este sistema, actuando como el principal regulador de protección al consumidor y privacidad en el país (Federal Trade Commission, 2013). La Ley de la FTC prohíbe actos o prácticas desleales o engañosas, incluyendo la publicidad falsa o engañosa, y se aplica a todas las empresas tanto en línea como fuera de línea, incluyendo transacciones entre empresas y entre empresas-consumidores.

Esta estructura regulatoria federal contrasta significativamente con la fragmentación normativa que caracteriza a Chile, donde la ausencia de una autoridad central claramente definida para el comercio electrónico genera vacíos de supervisión y *enforcement*. El modelo

estadounidense demuestra la importancia de tener instituciones especializadas con mandatos claros y recursos suficientes para hacer cumplir las regulaciones en un mercado digital dinámico y en constante evolución.

En cuanto a la definición de comercio electrónico, Estados Unidos no posee una definición legal única y específica del comercio electrónico en su legislación federal, sino que adopta un enfoque funcional y descriptivo basado en múltiples instrumentos normativos. La FTC define el comercio electrónico como "*Electronic commerce on the Internet, or 'e-commerce,' is a subject of compelling public interest*", estableciendo implícitamente que se refiere a todas las transacciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos, particularmente internet (Federal Trade Commission, 2013).

Asimismo, una de las fortalezas más destacadas del sistema estadounidense es su enfoque en la protección al consumidor a través de estándares de transparencia rigurosos. La FTC requiere que todas las comunicaciones comerciales y publicitarias realizadas en línea sean claras y evidentes, estableciendo un estándar subjetivo que evalúa caso por caso si la información compartida cumple con los requisitos de transparencia (ICLG, 2025). Adicionalmente, el sistema estadounidense cuenta con la Regla de Pedidos por Correo, Internet y Teléfono, que exige a las empresas notificar a los consumidores sobre retrasos en los envíos de manera oportuna y darles la opción de cancelar pedidos y recibir reembolsos inmediatos.

Cabe mencionar, que el sistema estadounidense presenta características distintivas en cuanto al derecho de retracto. La Regla de *Cooling-Off* de la FTC otorga a los consumidores tres días para cancelar ciertas ventas realizadas en el hogar, lugar de trabajo o dormitorio, o en una ubicación temporal del vendedor (Federal Trade Commission, 2024). Sin embargo, esta regla presenta limitaciones significativas para el comercio electrónico tradicional, ya que las transacciones "conducidas y consumadas completamente por correo o teléfono, y sin ningún otro contacto entre el comprador" están específicamente excluidas de esta regla (Electronic Code of Federal Regulations, 2025). Esta exclusión significa que la mayoría de las transacciones de comercio electrónico tradicional no están sujetas al período de *cooling-off federal*, representando una diferencia significativa con marcos regulatorios europeos que garantizan períodos de retracto para compras en línea (Cornell Law School, 2025).

Regulación de Protección de Datos y Privacidad

En segundo lugar y en cuanto a la protección de datos, Estados Unidos adopta un enfoque sectorial para la protección de datos personales, en contraste con marcos integrales como el GDPR europeo, por ello, no existe una ley federal general de protección de datos que establezca derechos específicos como acceso, rectificación, supresión y portabilidad de manera uniforme, sin embargo, existen leyes específicas por sector que regulan diferentes aspectos de la privacidad:

- Ley de Privacidad de 1974 (Privacy Act of 1974): Esta ley fundamental establece principios básicos de privacidad para la recopilación, mantenimiento, uso y difusión de información personal por parte de agencias federales. Aunque se centra en el sector público, establece precedentes importantes para el tratamiento de datos personales.
- Ley de Protección de la Privacidad Infantil en Línea (COPPA): La regulación más específica para el comercio electrónico, que requiere consentimiento parental verificable para la recolección de información personal de niños menores de 13 años (Justia, 2024).
- Ley Gramm-Leach-Bliley (GLBA): Esta ley regula instituciones financieras cubiertas por la Ley Gramm-Leach-Bliley y deben informar a sus clientes sobre sus prácticas de intercambio de información y explicar su derecho a "optar por no participar" si no quieren que su información sea compartida con ciertos terceros. La GLBA consta de tres componentes principales: La Regla de Privacidad Financiera, que regula la recopilación y divulgación de información financiera privada; la Regla de Salvaguardas, que estipula que las instituciones financieras deben implementar programas de seguridad para proteger dicha información; y la disposición contra el Pretexting.
- Ley de Responsabilidad y Portabilidad de Seguros de Salud (HIPAA): Regula específicamente el manejo de información de salud protegida en transacciones electrónicas, estableciendo estándares de privacidad y seguridad para el sector sanitario.

- Ley de Reportes de Crédito Justos (FCRA): Regula la recopilación, difusión y uso de información de crédito del consumidor, incluyendo transacciones electrónicas relacionadas con crédito.

De igual manera, existe la figura de una Autoridad de *Enforcement* Federal, llamada “Comisión Federal de Comercio” (FTC), esta actúa como la principal autoridad de *enforcement* en materia de privacidad y protección de datos para el comercio electrónico. Aunque no existe una ley federal integral, la FTC utiliza su autoridad sobre "prácticas desleales o engañosas" para perseguir violaciones de privacidad y seguridad de datos, dirigiendo su actividad normativa hacia áreas como el marketing telefónico ilegal, las prácticas de seguridad de datos, las suscripciones o compras en línea, y las prácticas engañosas relacionadas con las reseñas de usuarios.

También parece interesante mencionar el proyecto de Ley Federal sobre Protección de Datos, el *American Data Privacy and Protection Act* (ADPPA), esta tiene como objetivo regular cómo las organizaciones mantienen y usan los datos del consumidor. La Ley tenía varios principios principales: minimización de datos, propiedad individual y derecho de acción privado. La ADPPA tiene como objetivo crear una ley federal integral de protección al consumidor. El Comité de Energía y Comercio de la Cámara aprobó la ADPPA el 20 de julio de 2022 y el proyecto de ley será enviado a la Cámara de Representantes completa para una votación. Este proyecto representaría un cambio fundamental hacia un enfoque más unificado de protección de datos en Estados Unidos, similar al modelo europeo.

En general, el sistema estadounidense se distingue por su capacidad de *enforcement* efectivo, con la FTC llevando a cabo acciones legales contra empresas que realizan afirmaciones engañosas sobre sus productos o servicios. El régimen de sanciones incluye:

Multas Administrativas: Las sanciones monetarias varían según la gravedad de la violación y pueden incluir multas base más penalidades por cada violación individual, también la FTC puede emitir órdenes que requieren que las empresas cesen prácticas específicas y modifiquen sus operaciones.

De igual manera, las acciones de la FTC frecuentemente resultan en reembolsos para las personas afectadas, demostrando un enfoque orientado a la reparación del daño causado a los

consumidores. Los montos de las multas y acuerdos varían significativamente, desde \$100.000 hasta \$660 millones, reflejando la seriedad con la que se abordan las violaciones regulatorias (Lexology, 2021). En casos de fraude graves, el Departamento de Justicia puede perseguir sanciones criminales que incluyen multas sustanciales y tiempo de prisión, esta capacidad de imposición de sanciones significativas contrasta marcadamente con las limitaciones que enfrenta Chile en términos de recursos y capacidades institucionales para hacer cumplir efectivamente las regulaciones de comercio electrónico.

En tercer lugar, es necesario mencionar que el sistema estadounidense enfrenta el desafío único de ser un país federal con múltiples jurisdicciones estatales, lo que crea un "mosaico complicado de leyes y regulaciones" (FindLaw, 2024) que las organizaciones deben navegar al realizar comercio electrónico. Esta complejidad jurisdiccional genera tanto oportunidades como desafíos para las empresas, que deben cumplir con regulaciones federales, estatales y, en algunos casos, locales. En base a ello se muestran los principales marcos estatales de Estados Unidos:

- California Consumer Privacy Act (CCPA) y California Privacy Rights Act (CPRA): California ha establecido el marco más comprehensivo de protección de datos a nivel estatal, otorgando derechos específicos a los consumidores sobre sus datos personales, incluyendo el derecho a conocer, eliminar y optar por no participar en la venta de información personal.
- Nueva York SHIELD Act: Requiere que las empresas implementen salvaguardas de seguridad de datos razonables y notifiquen a los consumidores sobre brechas de datos que afecten su información personal.
- Illinois Biometric Information Privacy Act (BIPA): Regula específicamente la recopilación y uso de información biométrica, estableciendo requisitos de consentimiento y procedimientos de eliminación.
- Virginia Consumer Data Protection Act (VCDPA) y Colorado Privacy Act (CPA): Siguiendo el modelo de California, estos estados han establecido marcos comprehensivos de protección de datos con derechos del consumidor similares al GDPR.

La diversidad de regulaciones estatales crea desafíos específicos para las empresas de comercio electrónico ya que deben desarrollar sistemas que puedan adaptarse a diferentes requisitos estatales simultáneamente y responder a la necesidad de cumplir con múltiples marcos regulatorios aumenta significativamente los costos operativos. Entonces, los estados actúan como "laboratorios" de innovación regulatoria, probando diferentes enfoques que pueden influir en la legislación federal futura, pero que traen consigo una serie de desafíos.

En ese sentido, el sistema estadounidense involucra múltiples agencias federales con competencias específicas:

- Comisión Federal de Comercio (FTC): Protección al consumidor y *enforcement* de privacidad.
- Departamento de Justicia: *Enforcement* criminal de fraudes en línea
- Servicio Postal de Estados Unidos: Regulación de fraudes por correo que incluyen componentes electrónicos.
- Comisión de Valores y Bolsa (SEC): Regulación de ofertas de valores en línea
- Agencias estatales: Supervisión de aspectos específicos según la jurisdicción estatal.

Ahora bien, en cuanto a la resolución de conflictos, Estados Unidos no cuenta con plataformas federales de resolución de conflictos en línea (ODR) específicas para el comercio electrónico, puesto que la resolución de disputas se basa principalmente en el sistema judicial tradicional, arbitraje privado y mecanismos de mediación desarrollados por la industria. Sin embargo, la FTC actúa como el principal mecanismo de resolución de conflictos a nivel federal, llevando a cabo investigaciones y acciones legales contra empresas que violan las regulaciones de comercio electrónico.

Una característica distintiva del sistema estadounidense es su enfoque en la compensación a consumidores afectados. Las acciones de la FTC frecuentemente resultan en reembolsos para las personas afectadas, con montos que varían desde \$100.000 hasta \$660 millones, demostrando un enfoque orientado a la reparación del daño causado (Justia, 2024).

Otro aspecto interesante es que el sistema regulatorio estadounidense demuestra una notable capacidad de adaptación a las tendencias tecnológicas emergentes y los cambios regulatorios globales ya que ha reconocido la necesidad de mayor uniformidad en su marco regulatorio a través de propuestas como la Ley Uniforme de Transacciones de Información Computacional (UCITA), que busca crear uniformidad y certeza en las leyes aplicables a las transacciones de tecnología de la información, similar a como el Código Comercial Uniforme regula la venta de bienes.

Esta experiencia estadounidense con UCITA ofrece lecciones importantes para Chile sobre la importancia de desarrollar marcos normativos unificados que puedan proporcionar certeza jurídica a los operadores del mercado digital. La resistencia que ha enfrentado UCITA también ilustra los desafíos políticos y técnicos involucrados en la armonización normativa, sugiriendo la necesidad de un enfoque gradual y consensuado para la reforma regulatoria.

Brechas Regulatorias y Comparación con Chile

La comparación con el sistema estadounidense revela varias brechas críticas en la regulación chilena del comercio electrónico. En primer lugar, la ausencia de una autoridad regulatoria central con mandato específico y recursos suficientes para el comercio electrónico limita la capacidad de *enforcement* efectivo. En segundo lugar, la falta de estándares técnicos específicos para aspectos como transparencia en comunicaciones comerciales y manejo de retrasos en envíos genera incertidumbre para empresas y consumidores.

La comparación entre el sistema estadounidense y la Ley 21.719 de Chile revela diferencias fundamentales en el enfoque regulatorio, mientras que Chile ha adoptado un marco más próximo al modelo europeo con derechos específicos de protección de datos, Estados Unidos mantiene un enfoque más flexible basado en principios de transparencia y *enforcement* reactivo. También, está la centralización de la supervisión de comercio electrónico en la FTC que contrasta con la fragmentación institucional presente en Chile, demostrando la importancia de tener una autoridad central con mandato amplio y recursos suficientes para el *enforcement* efectivo.

En suma, el análisis comparativo entre el marco regulatorio estadounidense y las brechas regulatorias del comercio electrónico en Chile revela tanto oportunidades como desafíos para

la modernización del sistema normativo nacional. Esto ya que, Estados Unidos demuestra que es posible mantener un sistema regulatorio efectivo y adaptativo incluso en un contexto de complejidad jurisdiccional, siempre que existan instituciones fuertes con mandatos claros y recursos suficientes. Se podría considerar el establecimiento de una autoridad central para el comercio electrónico con capacidades de supervisión y *enforcement* similares a las de la FTC estadounidense.

Dicha autoridad debería tener la capacidad de desarrollar regulaciones técnicas específicas, coordinar con otras agencias regulatorias e imponer sanciones proporcionales a las violaciones, el desarrollo de estándares técnicos específicos para transparencia en comunicaciones comerciales, manejo de retrasos en envíos y protección de datos en transacciones de comercio electrónico podría proporcionar mayor certeza jurídica y mejorar la protección al consumidor.

Finalmente, la implementación de un sistema de sanciones escalonado, que incluya tanto medidas correctivas como punitivas, podría mejorar significativamente la efectividad del *enforcement* regulatorio. Así, la experiencia estadounidense demuestra que las sanciones significativas no solo disuaden comportamientos inadecuados, sino que también pueden financiar programas de compensación para consumidores afectados, creando un círculo virtuoso de protección y mejora continua del mercado digital.

Legislación de Brasil (Ver Anexo 4)

Brasil representa uno de los mercados de comercio electrónico más dinámicos de América Latina, con un marco jurídico robusto que ha evolucionado para abordar los desafíos específicos del comercio digital en un contexto de protección constitucional al consumidor (Ministério da Justiça e Segurança Pública, 2020). La experiencia brasileña ofrece importantes lecciones para países como Chile, que buscan fortalecer sus marcos regulatorios en esta materia. El contraste entre el sistema brasileño, caracterizado por un enfoque integral de protección al consumidor complementado por regulaciones específicas de comercio electrónico, y las brechas regulatorias presentes en otros países latinoamericanos, proporciona una perspectiva valiosa sobre las mejores prácticas regionales y las áreas de oportunidad para el desarrollo normativo nacional.

El sistema regulatorio de comercio electrónico en Brasil se distingue por su sólido fundamento constitucional, donde la protección al consumidor está establecida como uno de los deberes fundamentales del Estado. Esta base constitucional diferencia significativamente a Brasil de otros países latinoamericanos, incluyendo Chile, donde la protección al consumidor, aunque importante, no alcanza el mismo rango constitucional.

El marco regulatorio brasileño se articula principalmente a través del Código de Defensa del Consumidor, que establece los derechos y obligaciones fundamentales en las relaciones de consumo, incluyendo el comercio electrónico. Este código constituye el pilar fundamental del sistema, complementado por el Decreto N° 7.962 de 2013, que regula específicamente la contratación en el comercio electrónico y establece parámetros técnicos detallados para la operación de plataformas digitales (Presidência da República, 2013).

Esta estructura regulatoria integral contrasta con sistemas más fragmentados, demostrando la importancia de tener una base normativa sólida que pueda adaptarse a las particularidades del comercio digital sin perder coherencia con los principios generales de protección al consumidor.

El sistema brasileño establece un catálogo comprehensivo de derechos básicos del consumidor que incluye: protección de la vida y de la salud, educación para el consumo, libertad de elección de productos y servicios, acceso a información veraz y completa, protección contra publicidad falsa y abusiva, protección contractual, derecho a indemnización, acceso efectivo a la justicia, facilitación de la defensa de derechos, y garantía de calidad en los servicios públicos.

Esta enumeración exhaustiva de derechos contrasta con marcos regulatorios más limitados, proporcionando una base sólida para la protección del consumidor en el entorno digital. La inclusión específica del derecho a la educación para el consumo resulta particularmente relevante en el contexto del comercio electrónico, donde la asimetría informativa entre proveedores y consumidores puede ser más pronunciada.

El Decreto N° 7.962 de 2013 establece requisitos técnicos detallados para la operación de plataformas de comercio electrónico, incluyendo obligaciones específicas de transparencia e información. Los sitios web de comercio electrónico deben proporcionar información clara

y visible sobre: la identificación completa del proveedor, incluyendo registro empresarial y números de identificación fiscal; dirección física y electrónica completa para contacto y localización; características esenciales del producto o servicio, incluyendo riesgos potenciales para la salud y seguridad; discriminación detallada del precio, incluyendo gastos adicionales como envío y seguros; términos y condiciones completos de la oferta, métodos de pago, disponibilidad, y plazos de entrega; e información clara sobre restricciones al disfrute de la oferta.

Para plataformas de compras colectivas, el sistema brasileño establece requisitos adicionales específicos, incluyendo la especificación del número mínimo de consumidores necesarios para la efectividad del contrato, los plazos para utilizar la oferta, y la identificación clara tanto del operador de la plataforma como del proveedor del producto o servicio.

De igual manera, el marco regulatorio brasileño establece estándares rigurosos para la facilitación del servicio al consumidor en el comercio electrónico. Los proveedores deben presentar un resumen del contrato antes de la firma, destacando las cláusulas limitativas de derechos; proporcionar herramientas eficaces para identificar y corregir errores inmediatamente; confirmar la recepción de la aceptación de ofertas; poner a disposición del consumidor el contrato en formato que permita conservación y reproducción; mantener servicios electrónicos de atención al cliente adecuados y eficaces; confirmar la recepción de demandas del consumidor por el mismo medio utilizado; y utilizar mecanismos de seguridad eficaces para pagos y tratamiento de datos.

Estos requisitos técnicos específicos proporcionan un marco detallado para la operación de plataformas digitales, estableciendo estándares mínimos que van más allá de principios generales para incluir especificaciones técnicas concretas. El sistema brasileño reconoce explícitamente el derecho de desistimiento en el comercio electrónico, estableciendo que los proveedores deben informar de manera clara y visible los medios adecuados para ejercer este derecho. Los consumidores pueden ejercer el derecho de desistimiento utilizando el mismo instrumento utilizado para la contratación, y este ejercicio implica la resolución automática de contratos accesorios sin costo adicional.

Además, la regulación específica establece que el ejercicio del derecho de desistimiento debe ser comunicado inmediatamente a entidades financieras o administradoras de tarjetas de

crédito para evitar que la transacción aparezca en la factura del consumidor o para procesar reembolsos inmediatos. Los proveedores deben enviar confirmación inmediata de la recepción de la manifestación de desistimiento, estableciendo un proceso claro y eficiente para la protección del consumidor. Brasil ha desarrollado un marco integral de protección de datos personales a través de la Ley General de Protección de Datos (Ley nº 13.709/2018), que impacta directamente el comercio electrónico y forma parte de los derechos fundamentales del consumidor (Autoridade Nacional de Proteção de Dados, 2021). Esta ley limita las situaciones en que es posible el tratamiento de datos personales, estableciendo diez hipótesis específicas para el tratamiento legítimo de datos.

Las hipótesis incluyen: consentimiento del titular, cumplimiento de obligaciones legales o regulatorias, ejecución de políticas públicas, realización de estudios por organismos de investigación, ejecución de contratos, ejercicio de derechos en procesos judiciales, protección de la vida y seguridad física, protección de la salud, atención a intereses legítimos del controlador y protección del crédito.

Este enfoque integral de protección de datos contrasta con sistemas más fragmentados, proporcionando mayor certeza jurídica tanto para operadores como para consumidores en el entorno digital.

El sistema brasileño establece un régimen sancionatorio comprehensivo para el incumplimiento de las normas de comercio electrónico, aplicando las sanciones previstas en el Código de Protección al Consumidor. Las sanciones incluyen multas proporcionales, incautación de productos, eliminación de productos del mercado, casación de registros ante organismos competentes, prohibiciones de fabricación, suspensión del suministro de productos y servicios, revocación de concesiones o permisos, revocación de licencias de establecimientos, prohibición total o parcial de actividades, intervención administrativa, e imposición de contrapropaganda.

Esta variedad de sanciones permite un *enforcement* escalonado y proporcional, desde medidas correctivas hasta sanciones punitivas severas, proporcionando flexibilidad para abordar diferentes tipos de violaciones regulatorias.

El marco regulatorio brasileño presenta varias fortalezas distintivas. En primer lugar, la base constitucional sólida proporciona legitimidad y estabilidad al sistema de protección al consumidor. En segundo lugar, la integración entre normas generales de protección al consumidor y regulaciones específicas de comercio electrónico crea un marco coherente y comprensivo. En tercer lugar, los requisitos técnicos detallados proporcionan certeza jurídica para operadores y consumidores.

La inclusión específica de protección de datos personales como parte integral del marco de comercio electrónico demuestra una aproximación holística a la protección del consumidor en el entorno digital. El régimen sancionatorio variado y proporcional permite un *enforcement* efectivo adaptado a diferentes tipos de violaciones.

A pesar de sus fortalezas, el sistema brasileño enfrenta desafíos significativos en la implementación efectiva de su marco regulatorio. La complejidad del sistema federal brasileño, con múltiples niveles de gobierno y jurisdicciones, puede crear desafíos de coordinación similares a los observados en otros sistemas federales. La capacidad institucional para el *enforcement* efectivo de regulaciones técnicas específicas requiere recursos significativos y análisis técnico especializado. Por ello, la evolución constante de las tecnologías digitales presenta desafíos continuos para mantener la relevancia y efectividad de regulaciones específicas.

Así, la comparación del sistema brasileño con otros marcos regulatorios internacionales revela tanto similitudes como diferencias significativas. El enfoque integral de protección al consumidor con base constitucional es similar al adoptado por la Unión Europea, pero difiere del enfoque más fragmentado característico de sistemas como el estadounidense. La combinación de protección de datos personales con regulación específica de comercio electrónico refleja tendencias globales hacia la convergencia regulatoria en el ámbito digital. Sin embargo, la especificidad técnica de las regulaciones brasileñas puede proporcionar mayor certeza jurídica que sistemas basados en principios más generales.

Asimismo, la experiencia brasileña ofrece varias lecciones importantes para otros países latinoamericanos. La importancia de establecer fundamentos constitucionales sólidos para la protección al consumidor proporciona legitimidad y estabilidad al marco regulatorio. La integración entre normas generales y regulaciones específicas de comercio electrónico puede

crear sistemas más coherentes y efectivos. El desarrollo de requisitos técnicos específicos, aunque complejo, puede proporcionar mayor certeza jurídica para operadores y mejor protección para consumidores. La inclusión de protección de datos personales como parte integral del marco de comercio electrónico refleja la naturaleza interconectada de estos ámbitos regulatorios.

El sistema brasileño demuestra capacidad de adaptación a través de la evolución de su marco regulatorio, desde el Código de Defensa del Consumidor hasta regulaciones específicas de comercio electrónico y protección de datos. Esta evolución gradual pero consistente proporciona un modelo para la adaptación regulatoria en contextos de cambio tecnológico acelerado.

La experiencia brasileña sugiere que marcos regulatorios sólidos pueden evolucionar para abordar nuevos desafíos tecnológicos sin perder coherencia con principios fundamentales de protección al consumidor. La integración de múltiples ámbitos regulatorios (protección al consumidor, comercio electrónico, protección de datos) en un marco coherente puede ser más efectiva que aproximaciones fragmentadas. El análisis del marco regulatorio brasileño revela un sistema integral y bien estructurado que proporciona protección comprehensiva al consumidor en el entorno digital. La combinación de fundamentos constitucionales sólidos, regulaciones específicas detalladas, y un régimen sancionatorio variado crea un marco robusto para el comercio electrónico.

Para otros países que buscan fortalecer sus marcos regulatorios, la experiencia brasileña sugiere la importancia de desarrollar aproximaciones integrales que combinen principios fundamentales con regulaciones técnicas específicas. La base constitucional sólida proporciona legitimidad y estabilidad, mientras que las regulaciones específicas proporcionan certeza jurídica y estándares técnicos claros. Al igual que la capacidad de *enforcement* efectivo que requiere no solo marcos normativos adecuados, sino también instituciones con recursos técnicos especializados y el desarrollo de sistemas regulatorios efectivos para el comercio electrónico requiere una aproximación evolutiva que pueda adaptarse a cambios tecnológicos manteniendo coherencia con principios fundamentales de protección al consumidor (Secretaría Nacional del Consumidor, 2019).

Legislación de Canadá (Ver Anexo 5)

Canadá representa uno de los mercados de comercio electrónico más maduros y regulados de América del Norte, con un marco jurídico federal-provincial que ha evolucionado para abordar los desafíos específicos del comercio digital. La experiencia canadiense ofrece importantes lecciones para países como Chile, que buscan fortalecer sus marcos regulatorios en esta materia. El contraste entre el sistema canadiense, caracterizado por la integración de competencias federales y provinciales con un enfoque de neutralidad tecnológica, y las brechas regulatorias presentes en Chile, proporciona una perspectiva valiosa sobre las mejores prácticas internacionales y las áreas de oportunidad para el desarrollo normativo nacional.

El sistema regulatorio de comercio electrónico en Canadá se caracteriza por su naturaleza federal-provincial coordinada, donde las competencias se distribuyen entre el gobierno federal y las diez provincias, creando un marco regulatorio que reconoce las especificidades jurisdiccionales mientras mantiene estándares nacionales coherentes. En 2022, más de 27 millones de usuarios participaron en el comercio electrónico canadiense, representando el 75% de la población, cifra que se espera alcance el 77.6% para 2025 (U.S. Department of Commerce, 2023). Esta estructura regulatoria federal-provincial contrasta significativamente con la fragmentación normativa que caracteriza a Chile, donde la ausencia de una coordinación clara entre niveles de gobierno genera vacíos de supervisión y *enforcement*.

El modelo canadiense demuestra la importancia de tener marcos regulatorios coordinados y colaborativos que reconozcan tanto las competencias federales como las especificidades provinciales, creando un sistema coherente que puede adaptarse a las realidades locales sin fragmentar el mercado nacional. La legislación canadiense sobre comercio electrónico impone un enfoque neutral respecto a los medios de comunicación para la información comercial, estableciendo que las comunicaciones y documentos electrónicos se consideran funcionalmente equivalentes a sus equivalentes en papel (Lexology, 2023).

Canadá ha adoptado un enfoque de neutralidad tecnológica en su definición del comercio electrónico, basado en la Ley Uniforme de Comercio Electrónico (Uniform Electronic Commerce Act) implementada por todas las provincias excepto Quebec (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). Esta legislación permite el reconocimiento legal de información y documentos transmitidos digitalmente, incluyendo contratos, estableciendo

que las empresas digitales reciben el mismo trato que otras empresas y están sujetas a las mismas leyes que regulan el comercio tradicional.

La definición funcional canadiense se centra en la equivalencia legal entre medios digitales y físicos, estableciendo que cualquier transacción comercial realizada a través de medios electrónicos tiene la misma validez jurídica que su equivalente en papel. Esta aproximación contrasta con enfoques más restrictivos o específicos, proporcionando flexibilidad para adaptarse a innovaciones tecnológicas futuras.

El sistema canadiense distribuye las competencias regulatorias entre niveles federal y provincial de manera clara y coordinada. Las áreas de jurisdicción federal incluyen competencia, publicidad engañosa, radiodifusión, propiedad intelectual y legislación antispan. Las provincias mantienen competencias en derecho laboral, derecho inmobiliario, protección del consumidor, derecho de valores y derecho contractual, áreas que afectan directamente el comercio electrónico (Lexology, 2023).

Esta distribución de competencias crea un sistema donde las empresas deben cumplir con múltiples regímenes regulatorios provinciales, pero bajo un marco federal coherente. Los organismos reguladores incluyen agencias federales como la Oficina de Competencia, la Comisión Canadiense de Radio, Televisión y Telecomunicaciones, la Oficina Canadiense de la Propiedad Intelectual y la Oficina del Comisionado de Privacidad de Canadá, así como autoridades provinciales como comisionados provinciales de privacidad y comisiones de valores (Lexology, 2023).

Una de las fortalezas más destacadas del sistema canadiense es su enfoque integral en la protección al consumidor a través de leyes tanto federales como provinciales. En Ontario, la Consumer Protection Act establece que, las compras online por valor de más de 50 dólares canadienses, antes de que se formalice el pago, el vendedor debe mostrar una página de confirmación que resuma claramente las condiciones de la compraventa y ciertos datos de la empresa proveedora (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021).

El sistema canadiense no establece una legislación federal o provincial que obligue a las empresas a aceptar devoluciones, a menos que el producto esté defectuoso (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). Esta aproximación se basa en la libertad contractual y las

condiciones específicas establecidas por cada empresa, pero requiere que estas condiciones sean claramente comunicadas al consumidor antes de la finalización de la compra.

El sistema canadiense presenta características distintivas en cuanto al derecho de retracto, basándose principalmente en las políticas individuales de las empresas y las leyes provinciales de protección al consumidor. No existe un derecho federal uniforme de retracto para el comercio electrónico, pero las provincias han desarrollado marcos específicos que varían según el territorio jurisdiccional.

Esta variabilidad provincial significa que los consumidores canadienses tienen diferentes niveles de protección según su ubicación geográfica, lo que contrasta con sistemas más unificados como los marcos europeos. Sin embargo, la flexibilidad del sistema permite adaptaciones a las especificidades locales y las necesidades particulares de cada mercado provincial.

Canadá adopta un enfoque híbrido federal-provincial para la protección de datos personales, centrado en la Ley de Protección de Información Personal y de Documentos Electrónicos (PIPEDA). Esta ley se aplica a todas las organizaciones privadas que recojan, usen o publiquen información personal en sus actividades comerciales, estableciendo principios fundamentales como el consentimiento de los individuos, el establecimiento de salvaguardias apropiadas y la posibilidad de acceso y verificación de datos (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021).

PIPEDA se aplica en todo el país, excepto en Alberta, Columbia Británica y Quebec, que tienen sus propias leyes de privacidad para el sector privado prácticamente equivalentes a la ley federal (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). Esta estructura permite tanto uniformidad nacional como adaptación a especificidades provinciales, creando un sistema coherente pero flexible.

Cabe recalcar que los principios establecidos por PIPEDA incluyen la limitación en la recolección de datos, la especificación del propósito, la limitación del uso, la exactitud, las salvaguardias de seguridad, la apertura, el acceso individual y la responsabilidad organizacional. Estos principios se alinean con estándares internacionales de protección de

datos, proporcionando un marco robusto para la protección de la privacidad en el comercio electrónico.

Así, el sistema canadiense se distingue por su Ley Anti-Spam (Canada's Anti-spam Legislation - CASL), que protege tanto a consumidores como a empresas de diversos peligros digitales (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). CASL limita significativamente el modo en que las empresas pueden enviar mensajes electrónicos comerciales (CEM), definidos como cualquier mensaje electrónico que promueva o aliente la participación en una actividad comercial. La ley establece que el remitente de un CEM debe tener el permiso expreso o implícito del destinatario, los remitentes deben estar identificados y los mensajes deben incluir un modo de cancelar la recepción (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). Esta regulación abarca correos electrónicos, mensajes de texto, llamadas telefónicas, radio y televisión digitales y algunos aspectos de redes sociales.

En cuanto a las cookies, Canadá no requiere autorización explícita del usuario para instalarlas, considerando que la conducta del usuario (si no tiene desactivadas las *cookies* en el navegador) constituye indicación suficiente de consentimiento (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). Sin embargo, la mayoría de los sitios web incluyen pantallas emergentes solicitando permiso como práctica voluntaria de transparencia.

Así, el sistema canadiense demuestra una notable capacidad de *enforcement* a través de múltiples agencias especializadas. La Oficina del Comisionado de Privacidad de Canadá actúa como principal autoridad de supervisión en materia de privacidad, mientras que la Oficina de Competencia se encarga de aspectos relacionados con competencia y publicidad engañosa. Las empresas reguladas por el gobierno federal, como bancos, empresas de transporte interprovincial, emisoras y compañías de telecomunicaciones, no están sujetas a la regulación directa de las provincias, creando un sistema de supervisión federal especializado para sectores críticos de la economía digital.

En Canadá, es necesario registrar la tienda electrónica si se está llevando a cabo un negocio en el país, si están vendiendo productos susceptibles de impuesto y no se es una pequeña y mediana empresa (definida como aquella con 30.000 dólares o menos en ventas en los últimos cuatro trimestres). El criterio de "llevar a cabo un negocio en el país" incluye

situaciones como el uso de medios locales para publicitar productos (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021).

De igual manera, existen normativas específicas sobre homologación en sectores como el farmacéutico, sanitario y agroalimentario, donde organismos gubernamentales como *Health Canada* y *Agriculture and Agri-Food Canada* deben aprobar los productos antes de su venta (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). En el sector industrial, es necesario vender productos conformes con las normativas existentes a través de organismos de certificación aprobados por el gobierno canadiense. El sistema canadiense ha desarrollado un marco jurisprudencial sofisticado para determinar la jurisdicción en transacciones digitales. Los tribunales canadienses declaran jurisdicción cuando existe una conexión real y sustancial entre el foro y el procedimiento o el demandado, aplicando pruebas como la de dirección intencionada y previsibilidad (Lexology, 2023).

Una característica distintiva es la capacidad de los tribunales canadienses para revocar cláusulas de selección de foro cuando estas se imponen esencialmente a consumidores, como demostró la Corte Suprema en el caso *Douez v Facebook* (2017) (Lexology, 2023). Este precedente protege a consumidores canadienses de cláusulas abusivas en términos de uso de plataformas digitales internacionales.

El sistema canadiense demuestra una notable capacidad de adaptación a las tendencias tecnológicas emergentes. La infraestructura de comercio electrónico está altamente desarrollada e integrada con la de Estados Unidos, utilizando equipos similares para acceso a internet de banda ancha (U.S. Department of Commerce, 2023). Las empresas estadounidenses no necesitan establecer sitios web separados, pudiendo integrar transacciones canadienses en sus sitios existentes.

Además, la dualidad lingüística oficial (inglés y francés) presenta tanto desafíos como oportunidades para el comercio electrónico, requiriendo frecuentemente atención al cliente multilingüe y sitios web en ambos idiomas (Instituto Español de Comercio Exterior, 2021). Esta característica única del mercado canadiense ha impulsado el desarrollo de mejores prácticas en localización y atención al cliente multicultural. Los tipos de empresas más propensos a utilizar el comercio electrónico como herramienta son mayoristas (29.8%), industrias de información y cultura (27.1%) y finanzas y seguros (25.1%) (U.S. Department

of Commerce, 2023). Esta distribución sectorial refleja la madurez del mercado canadiense y la integración del comercio electrónico en sectores tradicionales de la economía.

Brechas Regulatorias y Comparación con Chile

La comparación entre el sistema canadiense y la Ley 21.719 de Chile revela diferencias fundamentales en el enfoque regulatorio. Mientras que Chile ha adoptado un marco más fragmentado, Canadá ha logrado crear un sistema federal-provincial coordinado y colaborativo que mantiene coherencia nacional con flexibilidad local. Enfocado en la educación del consumidor y la transparencia de los mercados. La neutralidad tecnológica canadiense contrasta con enfoques más restrictivos, demostrando la importancia de marcos adaptativos que puedan evolucionar con la tecnología.

Por ello, Canadá demuestra que es posible mantener un sistema regulatorio efectivo y coordinado incluso en un contexto de complejidad federal-provincial, siempre que existan mecanismos de coordinación claros y marcos legales coherentes. Se podría considerar el desarrollo de un sistema de coordinación inter-institucional similar al modelo canadiense, que permita la especialización de agencias según competencias específicas mientras mantiene coherencia nacional. El establecimiento de principios de neutralidad tecnológica podría proporcionar la flexibilidad necesaria para adaptarse a innovaciones futuras sin requerir reformas legislativas constantes.

También, la implementación de una ley anti-spam integral, similar a CASL, podría proteger tanto a consumidores como a empresas de prácticas comerciales abusivas en el entorno digital. El desarrollo de marcos de protección de datos que reconozcan tanto estándares internacionales como especificidades nacionales podría mejorar significativamente la confianza del consumidor en el comercio electrónico.

Finalmente, la adopción de criterios jurisprudenciales claros para la determinación de jurisdicción en transacciones digitales podría fortalecer la protección de consumidores chilenos frente a cláusulas abusivas en plataformas digitales internacionales. La experiencia canadiense demuestra que la coordinación regulatoria efectiva y la adaptación tecnológica pueden crear un entorno próspero para el comercio electrónico mientras se mantiene una protección robusta para consumidores y empresas.

Legislación de Singapur (Ver Anexo 6)

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial a nivel mundial, especialmente tras la pandemia de COVID-19, lo que ha puesto en evidencia la necesidad de marcos regulatorios robustos y adaptados a las realidades digitales. Singapur se ha posicionado como un referente en la región asiática en términos de regulación del comercio electrónico, destacando por su modernidad y eficiencia, implementando estándares técnicos y normativos que contrastan significativamente con las brechas regulatorias que presenta Chile en este ámbito. Esta comparación resulta fundamental para identificar las áreas de mejora que requiere la normativa chilena para alcanzar estándares internacionales.

Singapur ha desarrollado un enfoque integral para la regulación del comercio electrónico que se caracteriza por su carácter proactivo y su adaptación constante a las nuevas realidades digitales. El país implementó en 2020 la Technical Reference 76 (TR 76), que establece el primer estándar nacional para transacciones de comercio electrónico, marcando un hito en la estandarización de prácticas comerciales digitales (Enterprise Singapore, 2020). Este estándar nacional tiene como objetivo mejorar la transparencia en uno de los mercados de comercio electrónico de más rápido crecimiento en el Sudeste Asiático y fomentar que más pequeñas y medianas empresas se expandan hacia plataformas en línea.

La regulación singapurense se destaca por su enfoque en la transparencia y la confianza del consumidor, elementos que considera fundamentales para el crecimiento sostenible del sector. El TR 76 busca mejorar los procesos comerciales internos de los minoristas de comercio electrónico nuevos y existentes, aumentando la transparencia y la confianza de los consumidores para impulsar el crecimiento de la industria (Singapore Standards Council, 2020). Esta iniciativa demuestra la visión estratégica de Singapur para convertirse en una nación inteligente y el centro de comercio electrónico del Sudeste Asiático, respaldada por regulaciones sólidas y objetivos claros.

Además, Singapur cuenta con una definición explícita y comprehensiva de comercio electrónico establecida a través del Technical Reference 76 (TR 76), implementado en 2020. Este estándar constituye el primer marco nacional específico para transacciones de comercio electrónico, enfocándose en la estandarización de prácticas comerciales digitales y el mejoramiento de procesos comerciales internos de minoristas tanto nuevos como existentes

(Enterprise Singapore, 2020). Esta aproximación contrasta significativamente con la situación chilena, donde la regulación se encuentra fragmentada en diversas normativas que abordan aspectos específicos sin contar con una legislación única e integral sobre comercio electrónico.

En el ámbito tributario, Singapur mantiene un sistema claro y eficiente para el comercio electrónico. El umbral de registro para el Impuesto sobre Bienes y Servicios (GST) está establecido en 1 millón de dólares singapurenses de facturación anual gravable. Las empresas de comercio electrónico registradas deben cobrar GST sobre los suministros gravables realizados a clientes en Singapur, incluyendo tanto bienes como servicios vendidos a través de canales en línea. Además, desde enero de 2024, todos los bienes importados a Singapur con un valor superior a 400 dólares singapurenses están sujetos a la nueva tasa de GST del 9%.

El marco regulatorio singapurense reconoce varios derechos específicos en contextos de comercio electrónico, principalmente centrados en la transparencia de información y precio previa a la compra y protección frente a prácticas engañosas. El TR 76 establece como elemento fundamental la transparencia en transacciones y el fortalecimiento de la confianza del consumidor para el crecimiento sostenible del sector (Ministry of Home Affairs Singapore, 2022). El *Consumer Protection (Fair Trading) Act de Singapur* complementa esta protección estableciendo mecanismos específicos para combatir prácticas comerciales desleales y garantizar información clara al consumidor.

Así, la *Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS)* facilita la presentación de quejas y reclamos, proporcionando múltiples canales de comunicación para los consumidores, incluyendo servicios en línea, teléfono y atención presencial (Competition and Consumer Commission of Singapore, 2024). En comparación con Chile, donde los consumidores de bienes adquiridos a través de plataformas de comercio electrónico tienen derecho a cancelar la compra dentro de un plazo de 10 días (derecho de retracto), Singapur adopta un enfoque más integral que prioriza la prevención de conflictos a través de la transparencia y estandarización de procesos, complementado por mecanismos efectivos de resolución de disputas.

Singapur cuenta con una legislación específica y comprehensiva sobre protección de datos personales a través del Personal Data Protection Act (PDPA) de 2012. La PDPA proporciona un estándar base de protección para datos personales en Singapur y complementa marcos legislativos y regulatorios sectoriales específicos como el *Banking Act e Insurance Act* (Personal Data Protection Commission, 2024). La legislación garantiza múltiples derechos a los individuos, incluyendo el derecho de acceso a sus datos personales, rectificación de información inexacta, y en ciertos casos, la supresión de datos.

Cabe recalcar que la PDPA establece obligaciones clave relacionadas con consentimiento, limitación de propósito, notificación, derechos individuales como acceso y corrección, precisión, seguridad, retención y transferencias de datos, responsabilidad, y notificación de violaciones de datos (CookieYes, 2023). La legislación requiere consentimiento explícito para el tratamiento de datos personales, estableciendo un marco claro para las empresas que operan en el comercio electrónico. La *Personal Data Protection Commission* (PDPC) actúa como entidad fiscalizadora, con autoridad para realizar investigaciones, emitir directrices y aplicar sanciones financieras en caso de incumplimiento.

Además, Singapur ha desarrollado un sistema integral de resolución de conflictos que incluye tanto mecanismos tradicionales como innovadores enfoques digitales. CASE (Consumers Association of Singapore) y la *Law Society of Singapore* han colaborado para ofrecer a los consumidores nuevas opciones de resolución de disputas (CASE, 2024), lo que demuestra el compromiso del país con la mejora continua de estos mecanismos. El sistema singapurense exige a los proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces.

La *Competition and Consumer Commission of Singapore* facilita la presentación de quejas a través de múltiples canales, incluyendo el *Financial Industry Disputes Resolution Centre* (FIDReC) que puede ser contactado a través de su sitio web, correo electrónico (info@fidrec.com.sg), teléfono (6327 8878), o visitando sus oficinas ubicadas en 36 Robinson Road, 15-01 *City House*, Singapore 068877 (Competition and Consumer Commission of Singapore, 2024). En comparación con Chile, donde los mecanismos de resolución de conflictos en comercio electrónico están menos desarrollados e integrados, Singapur presenta un sistema más robusto y accesible que combina múltiples canales de

atención, sumado a involucrar tanto a entidades públicas como privadas en la protección del consumidor.

Brechas Regulatorias y Comparación con Chile

Chile presenta un panorama regulatorio significativamente diferente al de Singapur, caracterizado por la ausencia de una legislación única e integral sobre comercio en internet. La regulación chilena se encuentra fragmentada en diversas normativas que abordan aspectos específicos como firmas electrónicas, protección de datos, delitos informáticos, propiedad intelectual, neutralidad de internet y otros temas relacionados con internet, incluyendo la protección al consumidor. Esta fragmentación normativa constituye una de las principales brechas regulatorias que enfrenta Chile en comparación con estándares internacionales como los implementados por Singapur.

En términos de protección al consumidor, Chile ha logrado algunos avances específicos, particularmente en el derecho de retracto. Los consumidores de bienes que los adquieren a través de plataformas de comercio electrónico tienen derecho a cancelar la compra dentro de un plazo de 10 días. En el caso de servicios, el proveedor puede excluir explícitamente esta posibilidad. La publicación del Reglamento de Comercio Electrónico en Chile en 2022 representó un paso importante hacia la promoción de la transparencia en la información al consumidor (Gobierno de Chile, 2022), pero aún presenta limitaciones en comparación con los estándares técnicos integrales implementados por Singapur.

La comparación entre ambos marcos regulatorios revela varias brechas significativas en la regulación chilena. En primer lugar, la ausencia de un estándar técnico nacional similar al TR 76 de Singapur limita la estandarización de prácticas comerciales y la confianza del consumidor. En segundo lugar, la fragmentación normativa genera complejidades operativas que no enfrentan las empresas que operan bajo el marco regulatorio singapurense. La falta de una visión estratégica integral para el desarrollo del comercio electrónico en Chile contrasta con el enfoque sistemático de Singapur hacia la digitalización y la transformación en una nación inteligente.

En comparación con la ley 21.719 en Chile, la PDPA de Singapur presenta un enfoque más maduro y establecido, con más de una década de implementación y refinamiento continuo,

lo que proporciona mayor claridad y predictibilidad para los operadores del mercado digital (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). Las complejidades y ambigüedades del sistema tributario chileno contrastan con la claridad y eficiencia del sistema singapurense, donde el umbral de registro para el GST está claramente establecido en 1 millón de dólares singapurenses de facturación anual gravable.

Las brechas claras observadas respecto al marco chileno actual incluyen la ausencia de un estándar técnico nacional que proporcione certeza jurídica y operativa a los participantes del mercado, la fragmentación normativa que genera complejidades operativas innecesarias, y la falta de una visión estratégica integral que articule el desarrollo del comercio electrónico con objetivos más amplios de transformación digital y competitividad económica.

Entonces, el análisis comparativo entre la normativa de Singapur y las brechas regulatorias del comercio electrónico en Chile evidencia la necesidad de un enfoque más integral y sistemático en la regulación chilena. Singapur ha demostrado que es posible desarrollar un marco regulatorio que equilibre la protección del consumidor, la promoción de la innovación y la creación de un ambiente de confianza para el desarrollo del comercio electrónico.

Para cerrar estas brechas, Chile debería considerar la implementación de un estándar técnico nacional similar al TR 76, la consolidación de su marco normativo fragmentado en una legislación integral, y el desarrollo de una visión estratégica de largo plazo para el sector del comercio electrónico. La implementación de estos elementos en Chile requeriría varias condiciones facilitadoras: primero, la consolidación del marco normativo fragmentado actual en una legislación integral que aborde de manera comprehensiva todos los aspectos del comercio electrónico; segundo, el desarrollo de una visión estratégica de largo plazo para el sector que incluya objetivos claros de transformación digital y posicionamiento competitivo; tercero, el fortalecimiento de las instituciones regulatorias con capacidades técnicas y recursos suficientes para implementar y supervisar el nuevo marco normativo.

Estas medidas no solo mejorarían la competitividad del país en el ámbito digital, sino que también proporcionarían mayor certeza jurídica a los operadores del mercado y mejor protección a los consumidores. La experiencia de Singapur demuestra que una regulación proactiva, integral y adaptativa puede ser un catalizador importante para el crecimiento del comercio electrónico, convirtiendo al país en un referente regional. Chile tiene la oportunidad

de aprender de estos estándares internacionales para desarrollar un marco regulatorio que responda a las necesidades de su mercado y lo posicione competitivamente en el escenario global del comercio digital.

Legislación de Japón (Ver Anexo 7)

Japón representa un modelo único en la regulación del comercio electrónico a nivel global, basándose en principios tradicionales de protección al consumidor, pero adaptados al entorno digital, combinando una aproximación integral coordinada por el gobierno central con un enfoque específico en la protección del consumidor y la promoción de la innovación tecnológica. La experiencia japonesa ofrece importantes lecciones para países como Chile, especialmente en términos de coordinación institucional, protección de datos personales y regulación de plataformas digitales. El contraste entre el sistema japonés, caracterizado por el liderazgo del Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI) y la Ley de Promoción de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales, y las brechas regulatorias presentes en Chile, proporciona una perspectiva valiosa sobre las mejores prácticas asiáticas y las oportunidades de modernización normativa.

Una de las características más distintivas del modelo regulatorio japonés es el papel central que desempeña el Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI) como coordinador y promotor del comercio electrónico en el país. El METI no solo conduce estudios anuales del mercado de comercio electrónico para analizar el estado actual del sector, sino que también establece directrices específicas para la protección de información personal en el contexto digital (Ministry of Economy, Trade and Industry, 2024). Esta aproximación integral contrasta marcadamente con la fragmentación institucional que caracteriza la regulación del comercio electrónico en Chile, donde múltiples organismos tienen competencias parciales sin una coordinación efectiva.

El liderazgo del METI se extiende más allá de la simple supervisión regulatoria, abarcando la promoción activa del desarrollo del comercio electrónico como política de Estado. Esta visión estratégica se refleja en la implementación de políticas específicas para incentivar la adopción de tecnologías digitales por parte de las empresas y en el desarrollo de marcos regulatorios que faciliten la innovación sin comprometer la protección del consumidor. La experiencia japonesa demuestra la importancia de tener una institución líder con mandato

amplio y recursos suficientes para coordinar las diferentes dimensiones de la regulación del comercio digital.

Japón ha desarrollado uno de los marcos regulatorios más avanzados para plataformas digitales a través de la Ley de Promoción de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales (TFDPA, por sus siglas en inglés). Esta legislación fue establecida el 27 de mayo de 2020, promulgada el 3 de junio de 2020 y entró en vigor el 1 de febrero de 2021 (Ministry of Economy, Trade and Industry, 2024). La ley requiere que los proveedores de plataformas digitales designados como "especificados" cumplan con obligaciones específicas de transparencia y equidad en sus operaciones. Basándose en la Ley de Mejora de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales, se ha compilado una evaluación sobre la transparencia y equidad de las plataformas digitales especificadas (centros comerciales online integrales, tiendas de aplicaciones y publicidad digital) (Ministry of Economy, Trade and Industry, 2024).

Esta aproximación regulatoria representa un avance significativo en la regulación de plataformas digitales a nivel global, estableciendo estándares claros para la transparencia operativa y la equidad en el trato a los usuarios comerciales. La Ley obliga a los operadores de plataformas digitales a divulgar los términos y condiciones para el uso de sus plataformas y a tomar ciertas medidas para promover el entendimiento mutuo de las transacciones digitales. La Ley tiene aplicaciones extraterritoriales también, ya que se aplica a todos los operadores de plataformas digitales (O'Melveny & Myers, 2024).

La protección de datos personales en el comercio electrónico japonés se caracteriza por su enfoque integral y coordinado, fundamentado en la Ley de Protección de Información Personal que ha sido objeto de revisiones continuas. Las enmiendas de 2024 (Reiwa 6) a la Ley de Protección de Información Personal japonesa han expandido el alcance de las obligaciones de reporte/notificación y las medidas de gestión de seguridad en caso de una filtración, con un enfoque en las contramedidas contra el web skimming (Monolith Law Office, 2024). Esta legislación requiere que los operadores comerciales manejen toda la información personal de manera apropiada, estableciendo un marco regulatorio comprehensivo que se aplica específicamente al contexto del comercio electrónico.

Cabe recalcar que el METI ha establecido y revisado directrices que estipulan las obligaciones de los operadores comerciales bajo la Ley de manera más concreta y detallada, con el objetivo de alentar la facilitación de los esfuerzos de protección de información personal por parte de los operadores comerciales. Efectivo desde el 1 de abril de 2024, las Directrices de la PPC también requieren que los operadores de manejo tomen control de seguridad sobre la información personal que será recolectada y se espera que sea tratada como datos personales para que los ciber atacantes no puedan interceptar dicha información en nombre del operador (Chambers and Partners, 2024).

Además, una característica notable del sistema regulatorio japonés es su aproximación diferenciada entre el comercio electrónico B2B (business-to-business) y B2C (business-to-consumer). No existen requisitos legales que se apliquen específicamente al comercio electrónico B2B en Japón, reflejando un reconocimiento de que las transacciones entre empresas requieren menos protección regulatoria debido a la presunta igualdad de poder negociador entre las partes. En contraste, el marco regulatorio japonés establece requisitos legales específicos para el comercio electrónico B2C, reconociendo la necesidad de protección especial para los consumidores en el entorno digital.

Esta diferenciación regulatoria contrasta con la aproximación más uniforme presente en Chile, donde las regulaciones tienden a aplicarse de manera general sin considerar las diferencias fundamentales entre estos dos tipos de transacciones comerciales. La experiencia japonesa sugiere que una regulación más matizada, que reconozca las diferentes dinámicas de poder y riesgo entre transacciones B2B y B2C, puede resultar en un marco normativo más eficiente y efectivo.

Así, Japón ha experimentado una transformación significativa en sus sistemas de pago digital. Según un informe emitido por el METI el 29 de marzo de 2024, la proporción de pagos sin efectivo en 2023 aumentó al 39.3% desde el 32.5% en 2022. Los métodos de pago más populares después del efectivo son las tarjetas de crédito e instrumentos prepagos seguidos por los servicios de pago con código QR (Mondaq, 2024). Esta modernización del sistema de pagos ha sido facilitada por políticas gubernamentales específicas que promueven la adopción de métodos de pago digitales como parte de una estrategia más amplia de digitalización económica.

La coordinación entre las políticas de modernización financiera y la regulación del comercio electrónico en Japón demuestra un enfoque holístico que Chile no ha desarrollado completamente. Mientras que Chile ha avanzado en la modernización de sus sistemas de pago, la integración específica con las regulaciones de comercio electrónico presenta oportunidades de mejora que el modelo japonés ilustra efectivamente.

Una característica distintiva del sistema japonés es su compromiso con la evaluación y monitoreo continuo del mercado de comercio electrónico a través de estudios anuales conducidos por el METI. Desde la perspectiva de mejorar la predictibilidad para los mercados que involucran comercio electrónico y comercio de propiedad informacional, el Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI) revisa periódicamente las Directrices Interpretativas sobre Comercio Electrónico (Ministry of Economy, Trade and Industry, 2022). Estos estudios proporcionan datos actualizados sobre el estado del mercado, tendencias emergentes y áreas que requieren atención regulatoria, permitiendo una adaptación proactiva del marco normativo a las realidades cambiantes del mercado digital.

Esta aproximación basada en evidencia contrasta con la ausencia de mecanismos sistemáticos de monitoreo y evaluación del comercio electrónico en Chile. La experiencia japonesa sugiere que el desarrollo de capacidades institucionales para el monitoreo continuo del sector es esencial para mantener un marco regulatorio relevante y efectivo en un entorno tecnológico en constante evolución. Por otro lado, el sistema japonés establece un complejo sistema de períodos de reflexión (*cooling-off*) que varía según el tipo de transacción. El sistema de *cooling-off* otorga a los consumidores la oportunidad de reconsiderar las compras y permite a los consumidores cancelar un pedido o contrato incondicionalmente durante un período determinado. Para las ventas puerta a puerta, los consumidores tienen 8 días desde la fecha en que recibieron un documento que contiene los detalles de la venta, mientras que, para las transacciones de marketing multinivel y ventas relacionadas con oportunidades comerciales, el período de *cooling-off* es más largo, de 20 días.

Una característica distintiva del sistema japonés es que no existe disposición para el *cooling-off* en el caso de las ventas por correo (Mail Order Sales), lo que significa que las compras en línea tradicionales no están sujetas a períodos de retracto obligatorios, diferenciándose significativamente de los marcos europeos y estadounidenses.

La regulación japonesa establece obligaciones específicas para los vendedores electrónicos en cuanto a la provisión de información clara y el consentimiento del consumidor. El vendedor también debe retener los registros que muestran las solicitudes o consentimientos de los consumidores para recibir anuncios por correo electrónico o fax durante 3 años para anuncios por correo electrónico y 1 año para anuncios por fax después de la última fecha de transmisión de un anuncio por correo electrónico o fax al consumidor.

Brechas Regulatorias Identificadas en el Contexto Chileno

La comparación con el sistema japonés revela múltiples brechas críticas en la regulación chilena del comercio electrónico. En primer lugar, la ausencia de una institución coordinadora central con mandato específico y recursos suficientes limita la capacidad de desarrollo e implementación de políticas coherentes. En segundo lugar, la falta de regulación específica para plataformas digitales deja un vacío importante en la supervisión de los actores más influyentes del ecosistema digital.

Adicionalmente, la ausencia de mecanismos de evaluación y monitoreo continuo limita la capacidad de Chile para adaptar su marco regulatorio a las realidades cambiantes del mercado digital. La falta de diferenciación regulatoria entre transacciones puede resultar en regulaciones ineficientes que no reflejan las diferentes dinámicas de riesgo y poder en estos tipos de transacciones.

En ese sentido, Japón ha demostrado la importancia de integrar los sistemas gubernamentales digitales con los procesos regulatorios, como se evidencia en el uso del GBizID (es un sistema de certificación común para empresas) para los procedimientos de notificación de plataformas digitales. Esta integración no solo mejora la eficiencia administrativa, sino que también facilita el cumplimiento regulatorio para las empresas y permite un monitoreo más efectivo por parte de las autoridades.

Ahora bien, Chile presenta oportunidades significativas para desarrollar esta integración entre sistemas gubernamentales digitales y procesos regulatorios de comercio electrónico. La experiencia japonesa sugiere que esta integración puede ser un facilitador importante para la efectividad regulatoria y la competitividad empresarial.

El análisis comparativo entre el marco regulatorio japonés y las brechas regulatorias del comercio electrónico en Chile revela oportunidades significativas para la modernización del sistema normativo nacional. Japón demuestra que es posible desarrollar un sistema regulatorio integral y coordinado que equilibre la promoción de la innovación con la protección del consumidor, manteniendo al mismo tiempo la flexibilidad necesaria para adaptarse a los cambios tecnológicos.

Y, para abordar las brechas identificadas, Chile debería considerar el establecimiento de una institución coordinadora central similar al METI, con mandato específico para el desarrollo y supervisión del comercio electrónico. Esta institución debería tener la capacidad de desarrollar directrices técnicas específicas, coordinar con otras agencias regulatorias y conducir evaluaciones periódicas del mercado. La implementación de un marco regulatorio específico para plataformas digitales, inspirado en la Ley de Promoción de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales de Japón, podría abordar uno de los vacíos más significativos en la regulación chilena. Finalmente, la integración de sistemas gubernamentales digitales con procesos regulatorios y el establecimiento de mecanismos sistemáticos de monitoreo y evaluación del mercado podrían mejorar significativamente la efectividad y relevancia del marco regulatorio chileno.

Legislación de Australia (Ver Anexo 8)

Australia representa uno de los mercados de comercio electrónico más dinámicos del Asia-Pacífico, con un marco jurídico que ha evolucionado de manera pragmática para abordar los desafíos únicos del comercio digital. La experiencia australiana ofrece importantes lecciones para países en desarrollo que buscan fortalecer sus marcos regulatorios en esta materia. El contraste entre el sistema australiano, caracterizado por su enfoque federal coordinado y su adaptabilidad normativa, y las brechas regulatorias presentes en otros países de la región, proporciona una perspectiva valiosa sobre las mejores prácticas internacionales y las áreas de oportunidad para el desarrollo normativo nacional.

El sistema regulatorio de comercio electrónico en Australia se caracteriza por su naturaleza federal coordinada, donde múltiples agencias tienen competencias específicas en diferentes aspectos del comercio digital. La Comisión Australiana de Competencia y Consumidores (ACCC) constituye el pilar fundamental de este sistema, actuando como el principal

regulador de protección al consumidor y competencia en el país (Australian Competition and Consumer Commission, 2024).

La ACCC es una autoridad estatutaria independiente del *Commonwealth* que hace cumplir la *Competition and Consumer Act 2010* y otra legislación que promueve la competencia y el comercio justo, y regula la infraestructura nacional. Esta estructura regulatoria federal contrasta con la fragmentación normativa que caracteriza a muchos países en desarrollo, donde la ausencia de una autoridad central claramente definida para el comercio electrónico genera vacíos de supervisión y *enforcement*.

Así, el modelo australiano demuestra la importancia de tener instituciones especializadas con mandatos claros y recursos suficientes para hacer cumplir las regulaciones en un mercado digital dinámico y en constante evolución. La coordinación entre diferentes niveles de gobierno y agencias especializadas permite un enfoque integral que aborda tanto aspectos técnicos como de protección al consumidor. Australia estableció tempranamente las bases legales para el comercio electrónico con la promulgación de la *Electronic Transactions Act 1999*. Esta ley establece que una transacción bajo una ley del Commonwealth no será inválida simplemente porque fue realizada mediante el uso de comunicaciones electrónicas. La ley permite que cualquiera de los siguientes requisitos o permisos bajo la ley del *Commonwealth* se cumplan en forma electrónica: registro, firma, escritura y otros requisitos documentales.

Esta legislación pionera representó un enfoque pragmático hacia la validación legal de las transacciones electrónicas, estableciendo el principio fundamental de equivalencia funcional entre documentos físicos y electrónicos, la importancia de esta base legal no puede subestimarse, ya que proporcionó la certeza jurídica necesaria para el desarrollo del comercio electrónico en Australia durante las primeras décadas del siglo XXI.

Una de las fortalezas más destacadas del sistema australiano es su enfoque integral en la protección al consumidor a través de la *Australian Consumer Law (ACL)*. Los consumidores tienen derecho a esperar ciertas cosas cuando compran un producto o servicio, y estos derechos están protegidos bajo la ley del consumidor y se conocen como garantías del consumidor.

La ACL establece garantías automáticas para productos y servicios, aplicándose tanto a empresas en línea como físicas. Los derechos y responsabilidades estándar aún se aplican, pero hay cosas que los consumidores y las empresas necesitan saber cuándo compran y venden en línea. Esta aproximación demuestra la capacidad del sistema australiano para adaptar principios tradicionales de protección al consumidor al entorno digital sin crear regímenes regulatorios paralelos.

Asimismo, las garantías del consumidor incluyen que los productos sean de calidad aceptable, aptos para el propósito, coincidan con la descripción y, cuando corresponda, vengan con repuestos y servicios de reparación disponibles durante un tiempo razonable. Para servicios, las garantías incluyen que sean prestados con cuidado y habilidad debido, sean aptos para el propósito y sean suministrados dentro de un tiempo razonable.

El sistema australiano se distingue por su capacidad de *enforcement* efectivo. La ACCC es el regulador de competencia de Australia y el campeón nacional de la ley del consumidor, promoviendo la competencia y el comercio justo y regulando la infraestructura nacional para hacer que los mercados funcionen para todos.

La ACCC desarrolla estrategias de cumplimiento específicas y establece prioridades de *enforcement*. Establecen prioridades para lograr el cumplimiento de la *Competition and Consumer Act 2010* y otra legislación que hacen cumplir. Esta capacidad de establecer prioridades estratégicas y enfocar recursos en áreas de mayor impacto demuestra la madurez institucional del sistema regulatorio australiano.

Además, Australia ha adoptado un enfoque proactivo hacia la cooperación internacional en materia de comercio electrónico. El país participa activamente en iniciativas multilaterales como la Iniciativa de Declaración Conjunta sobre Comercio Electrónico de la OMC, que busca establecer las primeras reglas de comercio digital con alcance global. La participación australiana en estas iniciativas refleja su compromiso con el desarrollo de estándares internacionales armonizados que faciliten el comercio electrónico transfronterizo. Esta experiencia internacional proporciona a Australia acceso a mejores prácticas globales y la oportunidad de influir en el desarrollo de normas internacionales.

Cabe recalcar que Australia implementó tempranamente la *Spam Act* 2003, específicamente diseñada para combatir la proliferación de mensajes electrónicos comerciales no solicitados. Esta legislación requiere consentimiento explícito para el envío de mensajes comerciales electrónicos, incluye requisitos de identificación del remitente y proporciona mecanismos de exclusión voluntaria para los consumidores.

La regulación del spam representa un ejemplo exitoso de cómo Australia ha abordado desafíos específicos del comercio electrónico a través de legislación especializada que complementa su marco regulatorio general. Esta aproximación sectorial permite respuestas más específicas y efectivas a problemas particulares del comercio digital.

Además, la *Privacy Act* de Australia establece que las empresas con facturación anual superior a 3 millones de dólares australianos deben cumplir con obligaciones específicas de protección de datos. Para empresas de comercio electrónico que manejan información personal, el cumplimiento de la *Privacy Act* es obligatorio independientemente de su tamaño. Esta regulación requiere que las empresas protejan la información personal contra robo, uso indebido, interferencia, pérdida, acceso no autorizado, modificación y divulgación. El enfoque australiano hacia la protección de datos combina principios de transparencia con obligaciones específicas de protección, creando un marco que balancea la protección de la privacidad con la viabilidad comercial.

El sistema australiano enfrenta el desafío único de ser un país federal con múltiples jurisdicciones estatales y territoriales. Esta complejidad jurisdiccional requiere coordinación entre diferentes niveles de gobierno y puede generar inconsistencias normativas entre jurisdicciones. Sin embargo, la experiencia australiana demuestra que es posible mantener coherencia regulatoria a través de marcos federales fuertes complementados por implementación estatal coordinada. La clave del éxito australiano ha sido el establecimiento de principios federales claros que proporcionan el marco general, mientras permiten adaptaciones estatales específicas cuando es necesario.

Varias agencias proporcionan asesoramiento, resolución de disputas y servicios legales de reclamos menores, y hay otros reguladores y agencias gubernamentales que pueden proporcionar información y asistencia sobre asuntos relacionados con diferentes sectores.

En suma, el sistema australiano proporciona múltiples vías para la resolución de disputas de comercio electrónico, incluyendo mecanismos administrativos, tribunales especializados y servicios de mediación. Esta diversidad de opciones permite a los consumidores acceder a remedios apropiados según la naturaleza y magnitud de sus disputas, ya que una característica distintiva del sistema australiano es su capacidad de adaptación a nuevas tecnologías y modelos de negocio.

La regulación australiana ha evolucionado para abordar desafíos emergentes como las plataformas digitales, la economía de datos y las nuevas formas de comercio electrónico. La cooperación de organizaciones empresariales y de consumidores en el desarrollo de un enfoque unificado para el desarrollo de estrategias de protección al consumidor para el comercio electrónico es un paso vital para mejorar el alcance de la protección al consumidor y, en consecuencia, la confianza del consumidor en esta nueva forma de hacer negocios.

Así, el éxito del modelo australiano se basa en gran medida en la coordinación efectiva entre diferentes agencias y niveles de gobierno. La ACCC actúa como coordinador central, pero trabaja en colaboración con otras agencias especializadas para abordar aspectos específicos del comercio electrónico. Australia ha adoptado un enfoque pragmático que adapta principios regulatorios existentes al entorno digital en lugar de crear regímenes regulatorios completamente nuevos. Esta aproximación ha permitido una transición más suave hacia la regulación del comercio electrónico y ha evitado la fragmentación normativa y la cooperación entre organizaciones empresariales y de consumidores ha sido fundamental para el desarrollo de estrategias efectivas de protección al consumidor en el comercio electrónico. Esta colaboración ha permitido el desarrollo de regulaciones que balancean la protección del consumidor con la viabilidad comercial.

La efectividad del sistema australiano se basa en gran medida en la capacidad de *enforcement* de la ACCC. Sin recursos suficientes y autoridad legal para hacer cumplir las regulaciones, incluso los marcos regulatorios mejor diseñados pueden fallar en la práctica.

A pesar de sus fortalezas, el sistema australiano enfrenta varios desafíos que requieren atención continua:

- Coordinación Jurisdiccional: La naturaleza federal del sistema australiano puede generar inconsistencias entre jurisdicciones estatales y territoriales. Mejorar la coordinación entre diferentes niveles de gobierno sigue siendo un desafío importante.
- Adaptación a Nuevas Tecnologías: El rápido desarrollo de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, *blockchain* y el Internet de las Cosas requiere adaptación continua del marco regulatorio. Australia debe mantener un equilibrio entre la regulación necesaria y la innovación tecnológica.
- Comercio Electrónico Transfronterizo: El crecimiento del comercio electrónico transfronterizo presenta desafíos únicos en términos de jurisdicción, *enforcement* y coordinación internacional. Australia debe continuar desarrollando mecanismos para abordar estos desafíos.

El análisis del marco regulatorio australiano para el comercio electrónico revela un sistema maduro y adaptable que ha evolucionado efectivamente para abordar los desafíos del comercio digital. La experiencia australiana demuestra que es posible desarrollar marcos regulatorios efectivos que balanceen la protección del consumidor con la promoción de la innovación y el crecimiento económico.

Para países que buscan desarrollar o fortalecer sus marcos regulatorios de comercio electrónico, la experiencia australiana sugiere varias recomendaciones clave:

- Establecimiento de una autoridad central coordinadora con mandato claro y recursos suficientes para supervisar el desarrollo e implementación de políticas de comercio electrónico.
- Desarrollo de un enfoque pragmático que adapte principios regulatorios existentes al entorno digital en lugar de crear regímenes completamente nuevos.
- Implementación de mecanismos de coordinación entre diferentes agencias y niveles de gobierno para asegurar coherencia regulatoria.
- Promoción del *engagement* con *stakeholders* para desarrollar regulaciones que balanceen diferentes intereses y necesidades.

- Inversión en capacidad de *enforcement* para asegurar que las regulaciones puedan ser implementadas efectivamente.
- Participación en iniciativas de cooperación internacional para contribuir al desarrollo de estándares globales y beneficiarse de mejores prácticas internacionales.

El caso australiano demuestra que el desarrollo de marcos regulatorios efectivos para el comercio electrónico requiere un enfoque integral que combine bases legales sólidas, instituciones fuertes, coordinación efectiva y adaptabilidad continua. Estas lecciones pueden ser valiosas para países que buscan desarrollar sus propios marcos regulatorios en esta área crítica.

Legislación de Argentina (Ver Anexo 9)

Argentina representa uno de los mercados de comercio electrónico más desarrollados de América Latina, posicionándose como el tercer mercado regional con proyecciones de crecimiento significativas que lo ubican en una posición estratégica para el desarrollo del comercio digital en la región. El marco regulatorio argentino se caracteriza por su enfoque integral que combina aspectos de seguridad jurídica, protección al consumidor y promoción del desarrollo digital, estableciendo un modelo que puede servir de referencia para otros países latinoamericanos en proceso de modernización de sus marcos normativos.

La experiencia argentina en la regulación del comercio electrónico ofrece importantes lecciones sobre la integración de múltiples instrumentos normativos para crear un ecosistema regulatorio coherente y efectivo. El país ha logrado desarrollar un sistema que equilibra la necesidad de seguridad jurídica con la flexibilidad requerida para adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado digital, mientras mantiene un enfoque proactivo hacia la inclusión digital y el desarrollo económico sostenible.

El pilar fundamental del marco regulatorio argentino se establece a través de la Ley 25.506 de Firma Digital y Mensajes de Datos, que reconoce la equivalencia jurídica entre las firmas digitales y las firmas manuscritas tradicionales. Esta legislación permite el uso de firmas digitales en contratos y documentos electrónicos, con excepciones específicas para casos como testamentos o actos de familia, estableciendo así una base sólida para la validez legal de las transacciones electrónicas (Artículos 1-3, Ley 25.506, 2001).

Para ello, la ley establece requisitos específicos de validez que exigen que los certificados digitales sean emitidos por entidades licenciadas, incluyendo períodos definidos de vigencia y procedimientos de revocación (Artículos 9, 14-15, Ley 25.506, 2001). Adicionalmente, establece presunciones legales que otorgan presunción de autoría e integridad a los documentos firmados digitalmente, proporcionando un marco de certeza jurídica fundamental para el desarrollo del comercio electrónico (Artículos 7-8, Ley 25.506, 2001).

La protección al consumidor en el comercio electrónico argentino se fundamenta en la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, que incluye disposiciones específicas para transacciones digitales. El Artículo 10 ter establece que cuando la contratación de un servicio haya sido realizada en forma telefónica, electrónica o similar, podrá ser rescindida a elección del consumidor mediante el mismo medio utilizado en la contratación, proporcionando flexibilidad y protección efectiva para los consumidores digitales.

Cabe destacar que esta disposición representa un avance significativo en el reconocimiento de los derechos específicos de los consumidores en entornos digitales, estableciendo principios de simetría en los medios de contratación y rescisión que facilitan el ejercicio efectivo de los derechos del consumidor. Argentina adopta un enfoque integral para la protección de datos personales a través de la Ley 25.326, que establece derechos fundamentales para los titulares de datos personales. La legislación reconoce el derecho a que los datos personales no sean utilizados ni registrados sin consentimiento, así como el derecho a solicitar y recibir información sobre qué datos personales están registrados en bancos de datos públicos o privados (Organización de los Estados Americanos, 2000).

La ley define el tratamiento de datos como "operaciones y procedimientos sistemáticos, electrónicos o no, que permitan la recolección, conservación, ordenación, almacenamiento, modificación, relacionamiento, evaluación, bloqueo, destrucción, y en general el procesamiento de datos personales, así como también su cesión a terceros a través de comunicaciones, consultas, interconexiones o transferencias" (Artículo 2, Ley 25.326, 2000).

Además, los derechos establecidos incluyen la posibilidad de solicitar la corrección o actualización de datos, pedir su supresión en los casos que corresponda, exigir que sean guardados confidencialmente, e iniciar acción judicial para conocer los datos o exigir su rectificación, supresión, confidencialidad o actualización.

El sistema argentino establece obligaciones específicas para las empresas de comercio electrónico, comenzando con la inscripción obligatoria en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Todos los negocios online deben registrarse como monotributistas o responsables inscriptos para facturar legalmente, asegurando la formalización del sector y la contribución fiscal correspondiente.

Asimismo, las tiendas online deben incluir textos legales obligatorios que comprenden términos y condiciones, políticas de privacidad, aviso legal y datos del titular, garantizando la transparencia y el acceso a información esencial para los consumidores. Adicionalmente, rubros específicos como alimentos, medicamentos o juegos online requieren permisos adicionales e información específica al consumidor, reconociendo las particularidades sectoriales que requieren supervisión especializada.

Argentina ha fortalecido su posición en el comercio electrónico regional a través de la ratificación del Acuerdo de eCommerce del Mercosur (2021), que elimina barreras como aranceles a transacciones digitales, incluyendo descargas y streaming, y unifica normas de protección al consumidor y firmas digitales en el bloque. Este acuerdo representa un avance significativo hacia la armonización normativa regional y la eliminación de obstáculos al comercio digital transfronterizo.

Las Instituciones Reguladoras y Promotoras son las siguientes:

- La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) desempeña un papel fundamental en la regulación de aspectos tributarios del comercio electrónico, exigiendo el Formulario 960/D para transparentar información fiscal y supervisando el cumplimiento de obligaciones impositivas. Esta institución garantiza la formalización del sector y la contribución adecuada al sistema tributario nacional.
- La Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) constituye una asociación civil sin fines de lucro que promueve el sector mediante eventos emblemáticos como Hot Sale y CyberMonday, capacitaciones especializadas y estudios estadísticos anuales. La organización agrupa a más de 1,400 empresas y facilita networking y buenas prácticas, cumpliendo un rol fundamental en la profesionalización y desarrollo del sector.

- El Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI) gestiona el registro de marcas para prevenir usurpaciones y proteger la identidad de los eCommerce, proporcionando seguridad jurídica a los operadores del mercado digital y facilitando el desarrollo de marca en entornos digitales.

Argentina ha implementado programas integrales de capacitación a través de la Ruta de eCommerce (gob.ar), que ofrece 6 capacitaciones totalizando 36 horas en creación de tiendas online, gestión comercial y promoción en redes sociales, desarrollado en alianza con CACE y otras entidades especializadas.

Los programas sectoriales incluyen cursos específicos como "*E-Commerce Manager*" y "Redes sociales: transformar seguidores en compradores", orientados a profesionalizar vendedores online y mejorar las capacidades técnicas del sector. Así, el país ha desarrollado políticas específicas para combatir la brecha digital, extendiendo el acceso a internet en zonas rurales y comunidades vulnerables, con foco en alfabetización digital. Las proyecciones indican que el sector digital aportará USD 360.300 millones al PIB regional en 2025, impulsado por 459 millones de usuarios latinoamericanos.

Cabe destacar que Argentina se posiciona como el tercer mercado de *eCommerce* en América Latina, con ventas proyectadas en 2.9 billones de pesos (2022) y un aumento del 67% esperado para 2027. El país cuenta con 41.2 millones de usuarios proyectados para 2025, representando una entrada del 85%, con preferencia marcada por compras en smartphones y pagos con tarjeta.

De igual forma, el sistema enfrenta desafíos logísticos significativos, con 43% de los consumidores considerando altos los costos de envío y 26% señalando demoras en entregas, estos aspectos representan áreas críticas para el desarrollo futuro del sector.

Por ello, el marco integral argentino busca adaptarse a retos como la inclusión digital y la inestabilidad económica, mientras aprovecha el potencial de un mercado que ya representa el 72% de ventas en indumentaria y electrónicos. La experiencia argentina demuestra la importancia de desarrollar marcos normativos integrales que combinen seguridad jurídica, protección al consumidor y promoción del desarrollo económico y al mismo tiempo, destacan la necesidad de mantener un enfoque equilibrado entre regulación y promoción, asegurando

que los marcos normativos faciliten el desarrollo del sector mientras protegen efectivamente los derechos de los consumidores y garantizan la seguridad jurídica necesaria para el crecimiento sostenible del comercio electrónico.

Legislación de la Unión Europea (Ver Anexo 10)

La Unión Europea ha establecido uno de los marcos regulatorios más comprehensivos y sofisticados del mundo para el comercio electrónico y la protección de datos personales. Este sistema normativo representa un modelo de referencia internacional que combina la protección robusta de los derechos de los consumidores con la promoción del desarrollo económico digital. La experiencia europea ofrece importantes lecciones para jurisdicciones como Chile, que buscan fortalecer sus marcos regulatorios en materia de comercio digital, demostrando cómo es posible equilibrar la innovación tecnológica con la protección efectiva de los derechos fundamentales de los ciudadanos.

La normativa de la Unión Europea establece un marco regulatorio completo que abarca tanto las transacciones físicas como el comercio electrónico, caracterizándose por su enfoque integral y especializado. Esta regulación incluye normas de aplicación general y disposiciones específicas para sectores particulares como medicamentos, cosméticos, juguetes, productos del tabaco y organismos modificados genéticamente (Parlamento Europeo, 2024). Esta aproximación sectorial permite una protección más específica y adaptada a las particularidades de cada tipo de producto comercializado en el entorno digital.

El sistema normativo europeo se distingue por su capacidad de adaptación a las nuevas realidades del comercio digital, estableciendo estándares elevados de protección que han servido como referencia para otras jurisdicciones a nivel mundial. La legislación europea reconoce la naturaleza transfronteriza del comercio electrónico y establece principios uniformes que garantizan la protección de los consumidores independientemente del país de origen del proveedor, siempre que la transacción se realice dentro del espacio económico europeo.

Asimismo, la regulación europea del comercio electrónico se fundamenta en principios de transparencia, información clara y protección efectiva de los derechos del consumidor. Estos principios se materializan a través de obligaciones específicas para los operadores del

mercado digital y derechos expresos para los consumidores, creando un ecosistema regulatorio que fomenta la confianza en las transacciones digitales y promueve el desarrollo sostenible del comercio electrónico.

Los consumidores de países pertenecientes a la Unión Europea que realizan compras en línea gozan de un conjunto robusto de derechos específicamente diseñados para el entorno digital. El derecho a la información constituye uno de los pilares fundamentales de esta protección, estableciendo que los vendedores en línea deben proporcionar información clara y completa sobre el producto o servicio, incluyendo su precio, los costos de envío y el tiempo de entrega (Europa.eu, 2024).

No obstante, la normativa europea va más allá de la información básica del producto, exigiendo que los proveedores digitales proporcionen información detallada sobre aspectos operativos y de servicio al cliente. Entre la información obligatoria se incluye la dirección de correo electrónico, los servicios postventas disponibles y los mecanismos de resolución de conflictos disponibles para el consumidor (Europa.eu, 2024). Esta exigencia de transparencia informativa busca empoderar al consumidor con la información necesaria para tomar decisiones informadas y acceder a mecanismos de protección cuando sea necesario.

También se encuentra el derecho de cancelación, que representa una innovación significativa del marco regulatorio europeo, otorgando a los compradores en línea el derecho a cancelar las compras dentro de los 14 días posteriores a la recepción de los productos, por cualquier motivo, y obtener un reembolso completo (Europa.eu, 2024). Este derecho reconoce las particularidades del comercio electrónico, donde el consumidor no puede examinar físicamente el producto antes de la compra, estableciendo un período de reflexión que permite evaluar el producto recibido.

Por tanto, la implementación del derecho de cancelación refleja la comprensión europea de que el comercio electrónico requiere protecciones específicas que compensen las limitaciones inherentes de las transacciones digitales. Este derecho no solo protege al consumidor individual, sino que también fomenta la confianza general en el mercado digital, contribuyendo al desarrollo sostenible del comercio electrónico en la región.

Otro aspecto distintivo de la regulación europea es la exigencia de transparencia respecto a la naturaleza jurídica de los vendedores en las plataformas digitales. Los mercados en línea deben indicar claramente si un vendedor es un comerciante o un particular, ya que las leyes de protección del consumidor solo se aplican cuando se compra a comerciantes (Europa.eu, 2024). Esta distinción resulta fundamental para que los consumidores comprendan el alcance de sus derechos y las protecciones aplicables a cada transacción.

Por ejemplo, la normativa establece que los proveedores en línea deben indicar si el vendedor es un comerciante, definido como empresa registrada o empresario individual, o un particular. Esto representa una distinción crucial en la legislación de la Unión Europea en materia de consumo en comparación con otras, ya que solo protege las transacciones realizadas con comerciantes, no con particulares. Por ello, el mercado debe advertir expresamente al consumidor sobre esta distinción al momento de elegir una oferta de un particular, garantizando así una decisión informada sobre el nivel de protección aplicable.

Así, la regulación europea establece estándares específicos para los procesos de entrega en el comercio electrónico. En casos donde el consumidor no retira su compra inmediatamente o ha solicitado que se entregue en un domicilio, el vendedor o proveedor debe entregar el producto en un plazo máximo de 30 días (Europa.eu, 2024). Este plazo estandarizado proporciona certidumbre tanto a consumidores como a proveedores sobre las expectativas temporales en las transacciones de comercio electrónico. Esta regulación temporal reconoce las complejidades logísticas del comercio electrónico y establece un equilibrio entre las expectativas razonables de los consumidores y las capacidades operativas de los proveedores. Además, el establecimiento de plazos máximos también facilita la resolución de conflictos al proporcionar criterios objetivos para evaluar el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

La Unión Europea ha establecido un marco robusto de protección de datos personales a través del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), que garantiza la protección de los datos personales de los consumidores en todas las transacciones digitales. Las normas de protección de datos se aplican tanto a empresas como organizaciones públicas y privadas de la UE, así como a aquellas que tienen sede fuera de la UE, pero ofrecen bienes y servicios en el territorio europeo (Europa.eu, 2024).

Entonces, el RGPD representa un cambio paradigmático en la regulación de datos personales ya que establece un estándar global que ha influido en la legislación de protección de datos en numerosas jurisdicciones. Su alcance extraterritorial demuestra la determinación europea de proteger los datos de sus ciudadanos independientemente del lugar donde se procesen, creando un efecto de armonización regulatoria global.

El RGPD establece circunstancias específicas bajo las cuales una empresa u organización puede recopilar o reutilizar información personal de los consumidores. Entre estas circunstancias se incluyen: la existencia de un contrato con el consumidor, como un contrato para suministrar bienes o servicios; el cumplimiento de una obligación legal; cuando el procesamiento de datos sea de interés vital para proteger la vida del titular; para completar una tarea pública relacionada con las funciones de administraciones públicas; y cuando existan intereses legítimos, como la verificación de elegibilidad para productos financieros (Europa.eu, 2024).

Esta clasificación de bases legales proporciona un marco claro y predecible para las empresas, permitiéndoles determinar cuándo pueden procesar datos personales sin consentimiento específico. Al mismo tiempo, establece límites precisos que protegen la autonomía y privacidad de los individuos, creando un equilibrio entre las necesidades comerciales legítimas y los derechos fundamentales de privacidad.

En todas las situaciones que no se enmarcan en las excepciones específicas del RGPD, las empresas u organizaciones deben solicitar el consentimiento explícito del consumidor antes de poder recopilar o reutilizar datos personales. El consentimiento debe manifestarse a través de una acción clara de aceptación por parte del consumidor, eliminando así las prácticas de consentimiento implícito o por defecto que podrían vulnerar los derechos de privacidad.

Además, la regulación europea exige que se proporcione información detallada antes de solicitar el consentimiento, incluyendo: información sobre la empresa u organización que procesa los datos, incluyendo datos de contacto; el motivo por el cual se utilizarán los datos personales; el tiempo previsto de conservación de los datos personales; detalles de cualquier otra empresa u organización que recibirá los datos personales; e información sobre los derechos de protección de datos, incluyendo acceso, corrección, eliminación, reclamación y revocación del consentimiento. Esta información debe presentarse de forma clara y

comprensible, garantizando que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sobre el uso de sus datos personales (Europa.eu, 2024).

Por todo ello, el marco regulatorio europeo ha tenido un impacto significativo en el desarrollo de la regulación del comercio electrónico a nivel mundial. Diversas legislaciones han adoptado elementos del modelo europeo, particularmente en lo que respecta a los derechos de los consumidores y la protección de datos personales. Este efecto de armonización demuestra la eficacia del enfoque europeo y su capacidad para influir en estándares globales de protección.

La experiencia europea ofrece lecciones importantes para países como Chile, que buscan desarrollar marcos regulatorios modernos y efectivos para el comercio electrónico. La combinación de derechos específicos para los consumidores, obligaciones claras para los operadores del mercado y mecanismos efectivos de *enforcement* ha demostrado ser una fórmula exitosa para el desarrollo sostenible del comercio digital.

De igual manera, la implementación del marco regulatorio europeo ha enfrentado diversos desafíos, particularmente en lo que respecta a la armonización entre diferentes estados miembros y la adaptación a las rápidas evoluciones tecnológicas. Sin embargo, estos desafíos también han generado oportunidades para el desarrollo de mejores prácticas y la innovación en materia de protección de derechos.

En suma, la experiencia europea demuestra que es posible mantener un equilibrio entre la protección robusta de los derechos de los consumidores y la promoción del desarrollo económico digital. Este equilibrio requiere una aproximación normativa sofisticada que combine principios claros, reglas específicas y mecanismos efectivos de *enforcement*. La normativa de comercio electrónico y protección de datos de la Unión Europea representa un modelo de referencia internacional que ha demostrado su eficacia en la protección de los derechos de los consumidores y el fomento del desarrollo digital sostenible. Su enfoque integral, que combina derechos específicos para los consumidores con obligaciones claras para los operadores del mercado, ha creado un ecosistema regulatorio que fomenta la confianza en las transacciones digitales.

Además, la experiencia europea ofrece importantes lecciones para jurisdicciones como Chile, demostrando que es posible desarrollar marcos regulatorios que protejan efectivamente los derechos fundamentales sin obstaculizar la innovación tecnológica. La clave del éxito del modelo europeo radica en su capacidad para establecer principios claros, desarrollar reglas específicas y mantener mecanismos efectivos de *enforcement* que garanticen el cumplimiento de las obligaciones regulatorias.

El futuro desarrollo del comercio electrónico requerirá una continua adaptación de los marcos regulatorios a las nuevas realidades tecnológicas y comerciales. La experiencia europea demuestra que este proceso de adaptación es posible cuando existe un compromiso firme con la protección de los derechos fundamentales y una aproximación normativa que equilibre la certidumbre jurídica con la flexibilidad necesaria para adaptarse a los cambios tecnológicos.

Tabla Comparativa: Regulaciones de comercio electrónico en comparación con Chile

País / Bloque	Regulación principal en Comercio Electrónico	Contraste con Chile
Unión Europea (UE)	<ul style="list-style-type: none"> - Marco armonizado con Directivas y GDPR. - Derecho de retracto: 14 días. - Plazos claros de entrega (30 días). - Regulación de plataformas digitales (DSA) y transparencia algorítmica. 	Derecho de retracto menor (10 días), sin equivalente al DSA, marco menos técnico y mayor fragmentación institucional.
Estados Unidos (EE. UU.)	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque sectorial con fuerte FTC. - Reembolsos masivos y sanciones severas. - Protección de datos fragmentada a nivel federal y robusta en algunos estados (ej. California). 	Carece de un ente central con poder sancionador equivalente; marco aún reactivo y fragmentado.
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> - Código de Defensa del Consumidor + Decreto 7.962/2013 con requisitos técnicos detallados (información, desistimiento, confirmación de compra). - Plataforma pública de resolución de disputas (consumidor.gov.br). 	Sin regulación técnica tan específica ni plataforma ODR pública obligatoria; mediación en SERNAC más limitada.
Canadá	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación federal-provincial. - PIPEDA (protección de datos) y leyes provinciales. - Ley anti-spam (CASL). - Jurisprudencia que protege a consumidores frente a cláusulas abusivas. 	Sin coordinación multinivel (modelo unitario), sin ley anti-spam fuerte y falta de regulación/jurisprudencia clara sobre jurisdicción en disputas digitales transfronterizas

Singapur	<ul style="list-style-type: none"> - Estándar nacional TR-76 (requisitos técnicos en Comercio Electrónico). - PDPA con multas proporcionales a ingresos. - Sistemas mixtos de resolución de disputas (CASE, FIDReC). 	Carece de estándares técnicos similares y sanciones proporcionales. Resolución de disputas menos desarrollada.
Australia	<ul style="list-style-type: none"> - Autoridad amplia (ACCC) con fuerte poder de <i>enforcement</i>. - OAIC con facultades en datos. - Educación proactiva a consumidores y empresas. 	Instituciones fragmentadas (SERNAC, Agencia de Datos, Subtel) y con menor coordinación y capacidad sancionatoria.
Japón	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes específicas para plataformas digitales (transparencia y equidad). - Enfoque extraterritorial en ciertos casos. - Sanciones severas. 	Sin regulación diferenciada para plataformas digitales ni obligaciones de transparencia equivalentes.
Argentina	<ul style="list-style-type: none"> - Marco normativo básico en Comercio Electrónico. - Derechos de corrección/supresión en datos. - Limitaciones institucionales y menor capacidad de fiscalización. 	Situación similar, con avances recientes en datos, pero con implementación aún muy reciente y limitada en <i>enforcement</i> .

Fuente: Elaboración propia

Hallazgos Principales del Análisis Comparativo

El análisis exhaustivo de los marcos regulatorios de Estados Unidos, Brasil, Canadá, Singapur, Japón, Australia, Argentina y la Unión Europea revela que Chile enfrenta deficiencias estructurales críticas que comprometen la efectividad de su sistema de protección al consumidor digital. La principal debilidad radica en la fragmentación institucional, donde las competencias se distribuyen dispersamente entre SERNAC, la Agencia de Protección de Datos, Subtel y otros organismos sin coordinación efectiva, contrastando con modelos exitosos como el estadounidense donde la Federal Trade Commission opera como autoridad central integral, o el australiano donde la ACCC funciona como organismo transversal con mandato claro y capacidades educativas hacia empresas y consumidores.

Esta fragmentación se agrava por la debilidad sancionatoria del sistema chileno, que carece de herramientas efectivas para generar cumplimiento normativo. Mientras jurisdicciones como Singapur pueden imponer multas hasta el 10% de la facturación anual, Estados Unidos cuenta con capacidad para ordenar reembolsos masivos a través de la FTC, y Australia dispone de multas altas que refuerzan el *enforcement*, Chile presenta limitaciones sancionatorias que no logran efectos disuasivos reales. Esta asimetría se evidencia también

en comparación con sistemas como el canadiense, donde las sanciones pueden alcanzar multas globales e incluso pena carcelaria, o el japonés, que contempla desde multas altas hasta privación de libertad por incumplimiento.

En ese sentido, un hallazgo significativo del análisis comparativo es que ninguna de las jurisdicciones estudiadas define explícitamente el comercio electrónico en su legislación, incluyendo Chile. Sin embargo, las jurisdicciones más exitosas han desarrollado estrategias compensatorias diferenciadas que proporcionan certeza operativa sin rigidez normativa. Singapur establece el *Technical Reference 76* que define actividades clave y momentos críticos como el punto de compra, Estados Unidos adopta un enfoque pragmático de regulación por prácticas comerciales específicas, Japón implementa regulación por categorías con marcos específicos para plataformas digitales, mientras Canadá utiliza principios de neutralidad tecnológica que permiten adaptación continua. La Unión Europea compensa esta ausencia mediante regulaciones detalladas como el *Digital Services Act* y directivas específicas de protección al consumidor.

En específico, Chile se diferencia negativamente al carecer tanto de definición legal como de marcos técnicos equivalentes, generando incertidumbre jurídica y operativa que afecta tanto a operadores como consumidores. Esta situación contrasta con el enfoque sistemático de jurisdicciones que han logrado mantener sistemas regulatorios efectivos mediante instituciones fuertes con mandatos claros, como el Ministerio de Economía, Comercio e Industria japonés con sus estudios anuales de monitoreo, o la coordinación interinstitucional canadiense que evita duplicidades entre agencias reguladoras.

Asimismo, en cuanto a la implementación reciente de la Ley 21.719 de protección de datos personales en Chile, se evidencia un rezago significativo respecto a marcos internacionales más maduros y especializados. Por ejemplo, Brasil cuenta con un sistema consolidado que incluye definiciones claras de tratamiento de datos personales, enumeración específica de hipótesis para procesamiento, y derecho a solicitar revisión de decisiones automatizadas, mientras que el sistema estadounidense, aunque fragmentado en múltiples leyes sectoriales, cuenta con *enforcement* robusto a través de la FTC. Por su lado, Singapur opera un sistema con alcance extraterritorial y capacidades sancionatorias del 10% de facturación anual, Japón dispone de legislación con alcance extraterritorial y sanciones severas, y Canadá ha

evolucionado gradualmente desde 1983 con enfoque marcado en consentimiento que permite incluso venta de datos a terceros con autorización explícita.

Además, Australia presenta un sistema particularmente maduro con múltiples agencias coordinadas donde la Office of the Australian Information Commissioner puede realizar investigaciones, emitir resoluciones, imponer multas y solicitar cumplimiento ante tribunales federales. Y, La Unión Europea estableció el GDPR como estándar global con lista taxativa de situaciones de procesamiento y coordinación efectiva entre Autoridades Nacionales de Protección de Datos. En contraste, Argentina muestra un marco más básico limitado a derechos de corrección y supresión sin entidad fiscalizadora específica, mientras Chile se encuentra en fase inicial de implementación sin capacidades técnicas especializadas desarrolladas ni definiciones operativas claras.

A ello se le añade, que tras el análisis realizado, se define que Chile presenta limitaciones significativas en sus mecanismos de resolución online de disputas comparado con sistemas internacionales robustos. Un ejemplo es Brasil, quien opera la plataforma consumidor.gov.br como servicio público gratuito que facilita comunicación directa entre empresas y consumidores, incorpora información sobre reputación empresarial, permite acceso a reportes y respuestas, con obligatoriedad para proveedores de mantener canales visibles y eficaces. O también está Singapur, quien ha desarrollado un sistema integral que combina múltiples canales incluyendo OCCS, *Financial Industry Disputes Resolution Centre*, *CASE* y *Law Society of Singapore*, involucrando tanto entidades públicas como privadas. Chile, en contraste, mantiene dependencia excesiva del sistema judicial tradicional y una plataforma SERNAC de mediación voluntaria sin obligatoriedad, generando sobrecarga judicial y limitando accesibilidad efectiva.

Así, una brecha particularmente crítica del marco chileno es la ausencia completa de regulación específica para plataformas digitales, contrario a tendencias internacionales consolidadas. Como se mencionó, Japón estableció la Ley de Promoción de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales que aborda integralmente estos actores con sistema diferenciado B2B/B2C reconociendo diferentes necesidades de protección, mientras la Unión Europea implementó el *Digital Services Act* que crea entornos más seguros protegiendo contra productos falsificados y prácticas manipuladoras, introduciendo responsabilidades y

sistemas de transparencia para proveedores de servicios intermediarios, complementado por la Directiva sobre Contenido Digital que regula contratos de suministros digitales, esta experiencia representa un modelo que observar como ejemplo.

Por ello, el análisis comparativo identifica tres oportunidades prioritarias para modernizar el marco regulatorio chileno basadas en mejores prácticas internacionales verificadas. En esa línea, el fortalecimiento institucional requiere consolidación de una autoridad central inspirada en modelos como la FTC estadounidense, la ACCC australiana, o el METI japonés, implementable mediante fortalecimiento de SERNAC con competencias vinculantes específicas para comercio electrónico, desarrollo de capacidades técnicas especializadas siguiendo regulaciones detalladas como el Decreto brasileño N° 7.962/2013, y dotación de recursos suficientes para supervisión efectiva con capacidad sancionatoria real que genere efectos disuasivos.

El desarrollo de estándares técnicos debe inspirarse en la experiencia internacional para proporcionar certeza jurídica sin rigidez normativa, incorporar principios de neutralidad tecnológica que permitan adaptación continua, y establecer mecanismos sistemáticos de monitoreo. Asimismo, la implementación de mecanismos ODR robustos debe considerar servicios públicos gratuitos, sistemas comprensivos con tribunales especializados, coordinación transfronteriza y programas de capacitación al consumidor/a.

En síntesis, Chile se encuentra en una encrucijada regulatoria donde las deficiencias identificadas requieren transformaciones que trascienden ajustes normativos puntuales hacia una reorganización institucional integral. La experiencia internacional demuestra que sistemas regulatorios efectivos requieren instituciones fuertes con mandatos claros, recursos suficientes, y capacidades técnicas especializadas. La fragmentación normativa chilena genera complejidades operativas que no enfrentan empresas operando bajo marcos consolidados como el europeo, brasileño o singapurense, mientras la ausencia de visión estratégica integral contrasta con enfoques sistemáticos hacia digitalización y competitividad económica presentes en jurisdicciones exitosas.

La implementación exitosa de mejoras requiere consolidación del marco normativo fragmentado, desarrollo de visión estratégica que articule comercio electrónico con transformación digital nacional, y fortalecimiento institucional con capacidades técnicas y

recursos necesarios para un *enforcement* efectivo. Entonces, si bien la ventana de oportunidad para estas transformaciones es limitada considerando la velocidad de evolución del ecosistema digital y la necesidad de mantener competitividad regulatoria internacional, es necesario que el marco regulatorio chileno evolucione desde su aproximación reactiva actual hacia un enfoque preventivo y sistemático que anticipe desafíos del comercio digital moderno, siguiendo patrones exitosos identificados en el análisis comparativo internacional.

Análisis Económico

El comercio electrónico chileno ha experimentado una transformación estructural profunda desde 2011, consolidándose como un componente crítico de la economía digital nacional que refleja cambios fundamentales en los patrones de producción, distribución y consumo (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). Esta evolución trasciende el mero crecimiento cuantitativo para representar una reconfiguración cualitativa del ecosistema comercial, donde la digitalización no constituye simplemente un canal adicional, sino una nueva arquitectura económica que redefine las relaciones entre productores, intermediarios y consumidores. Los datos del Banco Central de Chile (2024) revelan un crecimiento exponencial del 127% entre 2020 y 2023, alcanzando los 8.500 millones de dólares anuales y representando el 4,2% del PIB nacional, cifras que posicionan a Chile como uno de los mercados digitales más dinámicos de América Latina.

La proyección de 11.500 millones de dólares para 2024 (Banco Central de Chile, 2024) implica una tasa de crecimiento sostenida del 35%, reflejando no solo la recuperación postpandemia sino una transformación permanente en los patrones de consumo que supera significativamente el crecimiento del PIB tradicional. Esta aceleración diferencial indica una recomposición sectorial hacia actividades digitales que genera efectos multiplicadores en sectores como logística, telecomunicaciones, servicios financieros digitales y desarrollo tecnológico. A nivel general, el fenómeno adquiere dimensiones macroeconómicas relevantes cuando se considera que esta expansión ocurre en un contexto de desaceleración económica global, sugiriendo que el comercio electrónico funciona como motor de crecimiento económico que se mantiene a pesar de los diversos choques externos que pueden existir.

Así, el comercio electrónico chileno presenta características oligopólicas pronunciadas, donde cinco empresas concentran el 80,01% del volumen de ventas online (Cámara de Comercio de Santiago, 2024), generando implicaciones económicas significativas que trascienden los indicadores tradicionales de competencia. Esta concentración refleja la operación de fuerzas económicas fundamentales que incluyen economías de escala masivas, efectos de red exponenciales, y barreras de entrada tecnológicas y financieras que caracterizan los mercados digitales modernos (Baldwin y Cave, 1999). La estructura actual combina *retailers* tradicionales digitalizados como Falabella, Ripley y París, que aprovechan economías de alcance mediante la integración de canales físicos y digitales, con plataformas digitales nativas como MercadoLibre y Amazon, que operan con modelos de negocio basados en efectos de red y economías de escala tecnológicas.

Cabe recalcar, que el comportamiento del consumidor/a chileno/a en el comercio electrónico ha evolucionado significativamente, mostrando patrones de adopción y uso que reflejan tanto las características específicas del mercado nacional como tendencias globales de digitalización comercial. El aumento de 63% en compras online durante 2023 (Cámara de Comercio de Santiago, 2024) representa una maduración significativa del mercado, particularmente notable por la incorporación de segmentos socioeconómicos, indicando una democratización del acceso que trasciende las limitaciones tradicionales de infraestructura digital y adopción tecnológica. Esta expansión sugiere que las barreras tradicionales de acceso al comercio electrónico han disminuido significativamente, creando un mercado más inclusivo y representativo de la población nacional.

Además, existen patrones económicos relevantes que reflejan tanto preferencias del consumidor como características específicas de diferentes tipos de productos en el entorno digital. Por ejemplo, vestuario (47%) representa una categoría de alta frecuencia cuyo liderazgo indica que los consumidores chilenos han desarrollado confianza suficiente para adquirir productos de experiencia a través de canales digitales. Calzado (30%) indica mayor sofisticación del consumidor digital, alimentación (25%) representa la mayor transformación conductual al ser tradicionalmente resistente al canal digital, mientras que tecnología (24%) mantiene participación estable como categoría tradicionalmente digital (Cámara de Comercio de Santiago, 2024).

De igual manera, es relevante mencionar que el 78% de consumidores que reporta problemas en compras online (Cámara de Comercio de Santiago, 2024) evidencia las asimetrías informacionales identificadas en el marco teórico por Akerlof (1970), Stiglitz (2000) y Bar-Gill (2012), donde las características específicas del comercio electrónico intensifican las asimetrías tradicionales entre compradores y vendedores, creando nuevas formas de falla de mercado. Los productos no entregados (34%) indican problemas de coordinación logística y posibles prácticas oportunistas, las diferencias entre producto ofrecido y recibido (28%) reflejan asimetrías informacionales intensificadas sobre calidad y características, las dificultades con garantías (23%) sugieren marcos contractuales inadecuados para el entorno digital, y los problemas de devolución (19%) evidencian complicaciones en procesos postventa que afectan la confianza del consumidor/a (Cámara de Comercio de Santiago, 2024).

Por ello, se menciona que la evidencia empírica sustenta las justificaciones teóricas para la intervención regulatoria identificando fallas específicas del mercado digital que requieren marcos normativos adaptados a las características únicas del comercio electrónico (Stigler, 1971). Las asimetrías de información intensificadas por los algoritmos y complejidad técnica se manifiestan concretamente en donde el producto recibido difiere significativamente del ofrecido, indicando que los mecanismos tradicionales de información al consumidor resultan insuficientes en entornos digitales donde la información es mediada por algoritmos y sistemas de recomendación que pueden priorizar objetivos comerciales por sobre precisión informativa.

A ello se le suman las externalidades negativas en protección de datos personales, lo que genera costos sociales no internalizados por las empresas, requiriendo marcos como la Ley 21.719 que establecen derechos específicos y mecanismos de supervisión institucional (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). Cabe recalcar, que el comercio electrónico genera cantidades masivas de datos personales cuyo tratamiento inadecuado puede generar costos sociales significativos incluyendo pérdida de privacidad, discriminación algorítmica, manipulación comercial, y riesgos de seguridad cibernética, es de suma importancia relevar la necesidad de generar políticas y acciones que estén enfocadas

en mejorar la confianza de las y los consumidores, para así generar efectos positivos en todo lo que permea al comercio electrónico.

Por ello, es necesario el fortalecimiento de SERNAC como autoridad central, lo que generaría beneficios múltiples mediante la reducción de costos administrativos al consolidar supervisión y eliminar duplicidades, desarrollar expertise especializado en comercio electrónico, y mejoras en *enforcement* a través de capacidades sancionatorias efectivas. Sin dudas, existirían efectos positivos en confianza si es que existiera un marco institucional sólido, lo que podría generar efectos multiplicadores significativos incluyendo mayor adopción del comercio electrónico, incremento en frecuencia de compras, y atracción de empresas internacionales que requieren marcos regulatorios sólidos.

En suma, el análisis económico confirma que Chile se encuentra en un punto de inflexión crítico donde el crecimiento exponencial del sector (127% en tres años) genera oportunidades significativas, pero las fallas regulatorias identificadas amenazan la sostenibilidad de este crecimiento (Reich & Micklitz, 2014). La concentración oligopólica actual, combinada con altas tasas de problemas del consumidor (78%), sugiere en temáticas que podrían derivar en pérdida de confianza sistémica.

En ese sentido, la experiencia internacional demuestra que marcos regulatorios sólidos no inhiben el crecimiento del comercio electrónico, sino que lo facilitan mediante la generación de confianza, reducción de fricciones comerciales, y creación de condiciones propicias para la innovación y competencia (Kuner et al., 2020). Así, las recomendaciones institucionales propuestas tienen potencial de generar beneficios económicos netos significativos, tanto por reducción de costos administrativos como por mejoras en funcionamiento del mercado. Sin embargo, su implementación exitosa requiere una visión integral que articule objetivos de protección al consumidor con promoción de la competencia e innovación tecnológica, reconociendo que estos objetivos son complementarios en el largo plazo (Gillespie, 2018; Cafaggi, 2006). El éxito de estas reformas puede posicionar a Chile como líder regional en regulación de comercio electrónico y generar ventajas competitivas sostenibles en la economía digital global.

Recomendaciones de Política Pública

Como se revisó a lo largo del estudio, Chile se enfrenta a numerosos desafíos en materia de normas sobre comercio electrónico y derecho de los/as consumidores/as. Según la cámara de comercio, Chile es líder en comercio electrónico en América Latina, destacando por su alto impacto en lo digital y su liderazgo en el canal de consumo masivo y bienes durables, lo que ha aumentado la confianza del consumidor y abierto oportunidades para pymes y emprendimientos.

Sin embargo, el aumento de las transacciones digitales y el desarrollo acelerado del comercio electrónico no ha ido de la mano con un sistema jurídico robusto que proteja de forma eficiente y accesible a quienes consumen. Esta desconexión ha creado vacíos normativos importantes, escasa fiscalización y problemas graves de acceso a la justicia, además de la falta de tribunales especializados que comprendan las particularidades del entorno digital.

Los principales problemas de la regulación chilena del comercio electrónico son, en primer lugar, la falta de facultades sancionatorias de la autoridad a cargo, en donde las sanciones existentes carecen de eficacia disuasoria, puesto que las multas establecidas en la norma en muchos casos no son lo suficientemente altas para desincentivar las malas prácticas, especialmente de las grandes empresas. En segundo lugar, está la ausencia de una institución coordinadora central con mandato específico y recursos suficientes, lo que limita severamente la capacidad de desarrollo e implementación de políticas coherentes. Y, en tercer lugar, se encuentra la deficiencia en regulación específica para plataformas digitales, lo que deja un vacío importante en la supervisión de los actores más influyentes del ecosistema digital, ya que la normativa actual no cubre eficientemente los problemas que surgen con la digitalización del consumo.

En base al análisis realizado sobre las distintas legislaciones que existen en el mundo sobre comercio electrónico, se pueden realizar diversas recomendaciones de políticas públicas que, dependiendo del enfoque que se busque, pueden tomar diferentes formas: desde políticas más estrictas centradas en la sanción y mayor fiscalización, hasta enfoques más flexibles con énfasis en la educación y colaboración de todas las entidades que participan en una relación de consumo.

Para estructurar estas recomendaciones de manera realista, se propone un enfoque de implementación gradual en tres etapas. La primera fase, se centraría en el fortalecimiento

institucional inmediato mediante reformas administrativas y presupuestarias, mejoras en los mecanismos de cumplimiento existentes y programas piloto de educación al consumidor. La segunda fase, abarcaría el desarrollo normativo específico con nueva regulación para plataformas digitales, creación de tribunales especializados y sistemas de fiscalización activa. Finalmente, la tercera fase, consolidaría un marco regulatorio integral con sistemas de inteligencia regulatoria e integración con estándares internacionales, en donde idealmente existiría un fortalecimiento a SERNAC y sus facultades sancionatorias.

En ese sentido, la fragmentación institucional actual representa uno de los obstáculos más serios para una protección efectiva del consumidor digital. Esto ya que las competencias dispersas entre SERNAC, SUBTEL y otros organismos generan vacíos de coordinación y duplicación de esfuerzos que debilitan la respuesta regulatoria. La experiencia internacional, demuestra que los marcos regulatorios más efectivos se sustentan en instituciones especializadas con mandatos claros y recursos suficientes.

Por esta razón, una de las opciones que se propone es la creación de un organismo que consolide las competencias actualmente dispersas y proporcione el liderazgo regulatorio necesario. En donde, sería importante que existan atribuciones sancionatorias directas sin necesidad de un proceso judicial previo, capacidad para emitir normativa técnica especializada, y facultades de investigación que incluyan el acceso a datos y sistemas de las plataformas supervisadas.

Además, es necesario destacar que las plataformas digitales operan actualmente en un vacío regulatorio que no considera sus características específicas como intermediarios tecnológicos. A diferencia del comercio tradicional, estas plataformas emplean algoritmos para determinar qué productos o servicios se muestran a los consumidores, utilizan técnicas de personalización masiva, y concentran información detallada sobre comportamientos de compra que les otorga ventajas significativas sobre consumidores individuales.

Por ello, es necesario abordar estos desafíos específicos, por ejemplo, en materia de transparencia algorítmica, en donde se prohíban prácticas discriminatorias en algoritmos de precios o disponibilidad, y al mismo tiempo, garantizar el derecho del consumidor a recibir explicaciones comprensibles sobre decisiones automatizadas que lo afecten directamente. Respecto a la responsabilidad de intermediarios, los *marketplaces* deberían asumir

responsabilidad solidaria en casos de productos defectuosos o servicios fraudulentos cuando no hayan implementado sistemas adecuados de verificación. Esto incluye la obligación de verificar la identidad de vendedores terceros, mantener registros actualizados y accesibles, y proporcionar sistemas de calificación transparentes y verificables que no puedan ser manipulados fácilmente.

La regulación también debe prohibir específicamente las interfaces diseñadas para engañar o presionar al consumidor/a. Estas prácticas incluyen suscripciones automáticas ocultas, botones de cancelación difíciles de encontrar, precios que cambian durante el proceso de compra, y ofertas por tiempo limitado falsas. Por ello, la normativa debería establecer estándares claros sobre transparencia en precios dinámicos y procesos de suscripción, con multas significativas para quienes las incumplan.

Por otro lado, como se mencionó, el sistema sancionatorio actual presenta fallas estructurales que impiden un cumplimiento efectivo de las normas de protección al consumidor/a. Las multas existentes, calculadas en unidades tributarias mensuales, resultan insignificantes para empresas de gran tamaño que pueden absorber estos costos como parte de sus gastos operacionales sin modificar comportamientos abusivos. Además, el hecho de que las multas sean a beneficio fiscal, sin compensación directa a los consumidores afectados, genera incentivos en donde las empresas pueden continuar con prácticas perjudiciales si los beneficios superan las eventuales sanciones. La reforma integral del sistema sancionatorio debería establecer multas basadas en facturación anual, siguiendo el modelo exitoso de la Unión Europea con el RGPD.

Por otro lado, las barreras para acceder a mecanismos de protección representan uno de los problemas más serios del sistema actual. Los/as consumidores/as enfrentan costos elevados, procedimientos complejos y períodos de tramitación excesivamente largos que desincentivan la búsqueda de reparación. Esta situación es particularmente grave en el comercio electrónico, donde muchas disputas involucran montos relativamente pequeños que no justifican los costos de un proceso judicial tradicional.

En esa línea, se destaca la necesidad de avanzar en un sistema que transforme esta realidad, en donde se podría abordar en específico las transacciones de menor precio, pero que garantice respuestas efectivas ante las problemáticas que se dan en el contexto de comercio

electrónico y en casos más complejos, podría definirse la existencia de tribunales especializados en materias digitales. Ello debe ir acompañado de una fiscalización que no sea reactiva y que no responda a denuncias individuales sin capacidad para identificar patrones sistemáticos de abuso o anticipar problemas emergentes. Esto ya que, resulta insuficiente en un entorno digital donde las prácticas abusivas pueden escalar masivamente en períodos muy cortos y donde la evidencia de infracciones puede desaparecer o modificarse fácilmente. Si no que se necesita una fiscalización que reconozca rápidamente las prácticas abusivas en precios, publicidad engañosa y términos contractuales.

Y también, que se tenga en cuenta la asimetría de información entre proveedores y consumidores, puesto que se ha agudizado significativamente en el entorno digital ya que las empresas disponen de datos masivos sobre comportamientos de compra, emplean técnicas sofisticadas de segmentación y personalización, y utilizan interfaces diseñadas psicológicamente para influir en decisiones de compra. Los/as consumidores/as, por el contrario, frecuentemente carecen de competencias básicas para navegar este entorno de manera segura y informada. Países como Canadá han demostrado que la educación del consumidor puede ser tan efectiva como la regulación y sanción para proteger derechos. Por tanto, es necesario integrar educación formal, comunitaria y herramientas digitales interactivas para crear consumidores más empoderados y conscientes de sus derechos.

En el ámbito de educación formal, se podría buscar la incorporación de módulos específicos sobre consumo digital en el currículum escolar permitiría formar nuevas generaciones con competencias relevantes, entre otras opciones que apunten a este objetivo específico.

Por otra parte, se destaca que el marco regulatorio actual no contempla adecuadamente tecnologías emergentes que están transformando aceleradamente el comercio electrónico. Inteligencia artificial, *blockchain*, realidad virtual y aumentada, y otros desarrollos tecnológicos crean nuevos modelos de negocio que no encajan en categorías regulatorias tradicionales, generando vacíos normativos que pueden ser explotados en perjuicio de los consumidores. Por ello, es necesario que exista una correcta evaluación regulatoria prospectiva de tecnologías emergentes antes de su masificación, autorización temporal para testear innovaciones bajo condiciones específicas de protección al consumidor, desarrollo de

principios regulatorios adaptables para tecnologías en evolución, y cooperación internacional en el desarrollo de estándares tecnológicos que protejan a consumidores globalmente.

Consideraciones Finales

Chile cuenta con una base regulatoria significativa en materia de comercio electrónico a través del Reglamento de Comercio Electrónico (Decreto N° 6 de 2021), que desarrolla aspectos operativos fundamentales de la Ley 19.496. Este reglamento establece obligaciones concretas sobre información al consumidor, transparencia en precios y condiciones de venta, constituyendo un marco jurídico sólido que diferencia a Chile de otros países de la región que carecen de normativa específica para el comercio digital. Sin embargo, las brechas identificadas en esta investigación no invalidan estos avances, sino que evidencian áreas específicas donde la modernización es necesaria para alcanzar estándares internacionales, particularmente en regulación de plataformas digitales, coordinación institucional y mecanismos de fiscalización efectiva.

A nivel general, la implementación exitosa de estas recomendaciones enfrentará riesgos significativos que deben gestionarse proactivamente. La resistencia del sector privado puede mitigarse mediante mesas de trabajo público-privadas que permitan incorporar perspectivas empresariales en el diseño regulatorio y una implementación gradual que proporcione tiempo de adaptación. Las limitaciones presupuestarias por su parte pueden abordarse focalizando recursos en medidas de mayor impacto inmediato y desarrollando mecanismos de autofinanciamiento progresivo.

Además, la brecha de capacidades técnicas en el sector público requiere inversión sostenida en capacitación y desarrollo de alianzas estratégicas con el sector académico y privado para transferencia de conocimientos especializados. Y en ese sentido, el riesgo de obsolescencia tecnológica debe enfrentarse creando mecanismos institucionales de actualización regulatoria continua y manteniendo flexibilidad adaptativa en el marco normativo.

Los factores críticos de éxito incluyen liderazgo político sostenido que trascienda cambios de gobierno, participación multisectorial que involucre activamente a consumidores, empresas y academia en el diseño e implementación de políticas, flexibilidad adaptativa para

ajustar regulaciones ante cambios tecnológicos acelerados, y sistemas rigurosos de monitoreo y evaluación que permitan correcciones de curso basadas en evidencia.

En definitiva, aunque Chile ha logrado avances importantes con normas como la Ley de Protección de Datos Personales, estos esfuerzos han resultado insuficientes para proporcionar protección efectiva en el entorno digital actual. Las brechas regulatorias frente a estándares internacionales son evidentes, pero la experiencia europea demuestra que la adaptación es posible cuando existe compromiso firme con la protección de derechos y un enfoque normativo que equilibre certidumbre jurídica con flexibilidad tecnológica.

Los próximos años presentarán desafíos crecientes que requerirán adaptación continua de marcos regulatorios a realidades tecnológicas y comerciales en evolución permanente. Por tanto, la implementación de estas recomendaciones demanda transformaciones estructurales significativas, incluyendo consolidación del marco normativo fragmentado, desarrollo de visión estratégica integral que articule comercio electrónico con transformación digital, y fortalecimiento institucional con capacidades técnicas y recursos suficientes para *enforcement* efectivo en el ecosistema digital moderno.

Bibliografía

- Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Arana, M. (2004). *Comercio electrónico: un estudio introductorio*. Lima: Universidad de Lima.
- Australian Competition and Consumer Commission. (2023a). Buying online. <https://www.accc.gov.au/consumers/buying-products-and-services/buying-online>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2023b). Consumer rights and guarantees. <https://www.accc.gov.au/consumers/buying-products-and-services/consumer-rights-and-guarantees>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2024a). About the ACCC. <https://www.accc.gov.au/about-us/accc-role-and-structure/about-the-accc>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2024b). Home. <https://www.accc.gov.au/>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2025a). Compliance and enforcement priorities. <https://www.accc.gov.au/about-us/accc-priorities/compliance-and-enforcement-priorities>
- Australian Competition and Consumer Commission. (2025b). Where to go for consumer help. <https://www.accc.gov.au/consumers/problem-with-a-product-or-service-you-bought/where-to-go-for-consumer-help>
- Autoridade Nacional de Proteção de Dados. (2021). Guía de protección de datos personales para el consumidor. Secretaría Nacional del Consumidor. <https://www.gov.br/anpd/>
- Baldwin, R., & Cave, M. (1999). *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice*. Oxford University Press.
- Banco Central de Chile. (2024a). Cuentas nacionales: Comercio electrónico en Chile 2020-2023.
- Banco Central de Chile. (2024b). Estadísticas de comercio electrónico 2020-2023. Banco Central de Chile.

Bar-Gill, O. (2012). *Seduction by contract: Law, economics, and psychology in consumer markets*. Oxford University Press.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2021a). Ley N° 21.398: Ley Pro-Consumidor. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1164023>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2021b). Ley 21.398 que moderniza la legislación de protección al consumidor [Ley Pro-Consumidor]. <https://www.bcn.cl>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2024a). Ley N° 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=61438>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2024b). Ley N° 21.719 sobre protección de datos personales. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1221347>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2024c). Ley 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores. <https://www.bcn.cl>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2024d). Ley 21.719 sobre protección de datos personales. <https://www.bcn.cl>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2024e). Ley 21.719 sobre Protección y Tratamiento de Datos Personales y creación de la Agencia de Protección de Datos Personales. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1209272>

Cafaggi, F. (2006). *The transformation of private regulation: Enforcement of consumer law by consumer associations*. EUI Working Papers LAW, 2006/31.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico. (2024). Informe anual del sector eCommerce. CACE. <https://www.tiendanube.com/>

Cámara de Comercio de Santiago. (2024a). Estudio nacional de comercio electrónico 2024: Tendencias y comportamientos del consumidor digital. CCS.

Cámara de Comercio de Santiago. (2024b). Estudio Nacional de Comercio Electrónico 2024. Cámara de Comercio de Santiago.

CASE - Consumers Association of Singapore. (2024, 10 de junio). CASE and the Law Society of Singapore to offer consumers a new dispute resolution option. <https://www.case.org.sg/>

CCCS - Competition and Consumer Commission of Singapore. (2017). Memorandum of Understanding between CCCS and Japan Fair Trade Commission. <https://www.cccs.gov.sg>

CCCS - Competition and Consumer Commission of Singapore. (2018). Annual Report 2018: Strengthening consumer protection mandate. <https://www.cccs.gov.sg>

CCCS - Competition and Consumer Commission of Singapore. (2024a). CCCS Annual Report 2024. <https://www.cccs.gov.sg>

CCCS - Competition and Consumer Commission of Singapore. (2024b). Make a Complaint. <https://www.cccs.gov.sg/get-in-touch/for-consumers/make-a-complaint>

CCCS - Competition and Consumer Commission of Singapore. (2025). CCCS mandate expansion: Integration of consumer product safety and weights and measures. <https://www.cccs.gov.sg>

CCCS & Competition Bureau Canada. (2019). Cooperation Agreement on Competition Law Enforcement. <https://www.cccs.gov.sg>

Chambers and Partners. (2024). Data Protection & Privacy 2025 - Japan. <https://practiceguides.chambers.com/>

Comisión Europea. (2022). Ley de Servicios Digitales (Reglamento UE 2022/2065). <https://eur-lex.europa.eu/>

Competition Bureau Canada. (2024). Annual Report 2023-2024: Protecting consumers in the digital marketplace. <https://www.competitionbureau.gc.ca>

Congreso de la Nación Argentina. (1993). Ley 24.240 de Defensa del Consumidor. Boletín Oficial de la República Argentina.

Congreso de la Nación Argentina. (2000). Ley 25.326 de Protección de Datos Personales. Boletín Oficial de la República Argentina.

Congreso de la Nación Argentina. (2001). Ley 25.506 de Firma Digital y Mensajes de Datos. Boletín Oficial de la República Argentina. <http://www.sice.oas.org/>

Constitución de la República Federativa del Brasil. (1988). Artículo 5º, inciso XXXII. Planalto. <http://www.planalto.gov.br/>

Consumers International. (s.f.). Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). <https://www.consumersinternational.org/>

CookieYes. (2023, 21 de noviembre). Singapore's Personal Data Protection Act (PDPA). CookieYes Blog. <https://www.cookieyes.com/blog/singapore-pdpa/>

Cornell Law School. (2025). Cooling-off rule. Legal Information Institute. https://www.law.cornell.edu/wex/cooling-off_rule

Electronic Code of Federal Regulations. (2025). 16 CFR Part 429 — Rule concerning cooling-off period for sales made at homes or at certain other locations. <https://www.ecfr.gov/>

Enterprise Singapore. (2020). Technical Reference 76 (TR 76) for e-commerce transactions. Singapore Standards Council.

FindLaw. (2024). E-commerce law in the United States. <https://www.findlaw.com/>

Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. Yale University Press.

Gobierno de Chile. (2022). Decreto Supremo N° 6: Reglamento de Comercio Electrónico. Diario Oficial de la República de Chile.

Gómez Segade, J. A. (2001). El comercio electrónico: aspectos jurídicos. Civitas.

Howells, G. (2005). The potential and limits of consumer empowerment by information. *Journal of Law and Society*, 32(3), 349-370.

ICLG. (2025). Digital Business Laws and Regulations USA 2025. International Comparative Legal Guides.

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). (2021). El comercio electrónico en Canadá. ICEX España Exportación e Inversiones.

Justia. (2024). Children's Online Privacy Protection Act (COPPA). <https://www.justia.com/>

Kuner, C., Bygrave, L. A., & Docksey, C. (2020). *The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A commentary*. Oxford University Press.

- Lexology. (2021). United States: Data protection enforcement and penalties. <https://www.lexology.com/>
- Lexology. (2023). E-commerce regulation in Canada. <https://www.lexology.com/>
- Lexology. (2024). Consumer protection in the digital economy. <https://www.lexology.com/>
- Malca, O. (2020). Comercio electrónico y regulación digital. Universidad ESAN.
- Ministério da Justiça e Segurança Pública. (2020). Código de Defesa do Consumidor. Brasília: Governo Federal.
- Personal Data Protection Commission (PDPC). (2024). Personal Data Protection Act 2012 (PDPA). <https://www.pdpc.gov.sg/>
- Presidência da República. (2013). Decreto N° 7.962/2013 sobre contratação em comercio electrónico. Brasília.
- Reich, N., & Micklitz, H.-W. (2014). European consumer law. Intersentia.
- Secretaría Nacional del Consumidor (SENACON). (2019). Protección al consumidor en la era digital. Brasília.
- Singapore Standards Council. (2020). Technical Reference 76 for e-commerce transactions. Enterprise Singapore.
- Stigler, G. J. (1971). The theory of economic regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 2(1), 3-21.
- Stiglitz, J. E. (2000). The contributions of the economics of information to twentieth century economics. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(4), 1441-1478.
- Unión Europea. (2011). Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores. *Diario Oficial de la Unión Europea*.
- Unión Europea. (2016). Reglamento (UE) 2016/679, Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). *Diario Oficial de la Unión Europea*.
- UNCTAD. (2016). United Nations guidelines for consumer protection. United Nations Conference on Trade and Development.

U.S. Department of Commerce. (2023). E-commerce in Canada: Market overview. International Trade Administration.

Zweigert, K., & Kötz, H. (1998). An introduction to comparative law (3rd ed.). Oxford University Press.

Anexos

Anexo 1: Minuta acerca del Reglamento de Comercio Electrónico en Chile

El Decreto N° 6, publicado el 8 de mayo de 2021 y vigente desde el 9 de noviembre de 2021, aprueba el Reglamento de Comercio Electrónico en cumplimiento de los artículos 30 y 62 de la Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. Este reglamento fue desarrollado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo como complemento operativo a la Ley 21.398 (Ley Pro-Consumidor), proporcionando especificaciones técnicas y procedimentales para las transacciones comerciales electrónicas.

El reglamento representa un esfuerzo por adaptar el marco general de protección del consumidor a las particularidades del entorno digital, estableciendo obligaciones específicas que buscan garantizar transparencia, información adecuada y protección efectiva de los derechos de los consumidores en plataformas digitales. Su promulgación marca un hito importante en la evolución del comercio electrónico chileno, proporcionando mayor certeza jurídica tanto para consumidores como para proveedores que operan en el ecosistema digital.

Por ello, este se aplica a todas las transacciones comerciales realizadas por medios electrónicos entre proveedores y consumidores en Chile, incluyendo sitios web de comercio electrónico operados directamente por proveedores, aplicaciones móviles para smartphones y tablets, *marketplaces* que conectan múltiples vendedores con consumidores, transacciones realizadas a través de plataformas de redes sociales, y cualquier otra forma de comercio digital que pueda surgir con el desarrollo tecnológico.

Esta normativa establece obligaciones tanto para proveedores directos como para operadores de plataformas intermediarias, aunque con distintos niveles de responsabilidad según su rol específico en la transacción. Esta distinción es fundamental para comprender el alcance de las obligaciones de cada actor en el ecosistema del comercio electrónico, reconociendo que los *marketplaces* tienen un rol diferenciado respecto de los vendedores individuales que operan sus propias plataformas.

Un aspecto a destacar del reglamento es la exigencia de transparencia informativa antes de que la o el consumidor tome la decisión de compra. Los proveedores deben exhibir de manera clara, visible y accesible su identificación completa, incluyendo razón social o nombre

completo, RUT o identificación tributaria, domicilio comercial con dirección física del establecimiento o domicilio legal, y medios de contacto efectivo como correo electrónico, teléfono y otros canales de comunicación directa. Esta información debe estar disponible permanentemente en el sitio web o aplicación, sin necesidad de que el consumidor complete procesos de registro o navegación compleja para acceder a ella.

Respecto a la información del producto o servicio, el reglamento exige detalles exhaustivos que permitan al consumidor tomar una decisión informada. Esto incluye características esenciales como dimensiones, color, peso, material y composición, el número exacto de unidades que componen el producto, especificaciones técnicas cuando sean relevantes para la decisión de compra, imágenes representativas que correspondan fielmente al producto real, y cualquier restricción o limitación relacionada con condiciones de uso, compatibilidad o requisitos especiales. Esta obligación busca reducir la asimetría informacional inherente al comercio electrónico, donde el consumidor no puede inspeccionar físicamente el producto antes de comprarlo.

La información de precio constituye otro elemento crítico de la obligación precontractual. Las plataformas deben mostrar el precio final total incluyendo todos los impuestos, cargos por envío y costos adicionales que pudieran aplicar. Este precio debe presentarse con un desglose claro que separe el precio base de los impuestos y cargos adicionales, especificando la moneda utilizada y las formas de pago aceptadas con sus condiciones asociadas. Cuando corresponda según el Decreto PPUM, también debe incluirse el precio por unidad de medida. El precio final debe ser visible antes de que el consumidor confirme la compra, evitando sorpresas en etapas avanzadas del proceso que puedan considerarse prácticas abusivas.

En cuanto a plazos y entrega, los proveedores deben informar el tiempo aproximado desde la confirmación de compra hasta la recepción del producto, las condiciones de despacho incluyendo cobertura geográfica y restricciones de envío, la disponibilidad del producto indicando si hay stock disponible o tiempo de reposición necesario, y las diferentes opciones de entrega disponibles como despacho a domicilio o retiro en tienda. Esta información es esencial para que el consumidor pueda planificar adecuadamente su compra y evaluar si las condiciones ofrecidas satisfacen sus necesidades.

Además, el reglamento desarrolla operativamente el derecho a retracto establecido en la Ley 19.496, uno de los derechos más importantes para los consumidores en el comercio electrónico. El consumidor tiene un plazo de 10 días corridos desde la recepción del producto o contratación del servicio para ejercer este derecho, pudiendo manifestar su voluntad de retracto por cualquier medio fehaciente sin necesidad de expresar causa alguna ni incurrir en costos adicionales o penalidades por ejercer este derecho.

Los proveedores están obligados a informar sobre la existencia del derecho a retracto de manera clara y destacada antes de que se concrete la compra, especificando el plazo de 10 días corridos para ejercerlo, describiendo el procedimiento concreto que debe seguir el consumidor para hacerlo efectivo, y detallando los casos excepcionales en que no aplica este derecho. Esta información debe ser fácilmente accesible y comprensible para cualquier consumidor, independientemente de su nivel de conocimiento legal.

Asimismo, el reglamento especifica casos donde no aplica el derecho a retracto, incluyendo productos perecibles o que puedan deteriorarse rápidamente, productos personalizados o hechos a medida específicamente para el consumidor, productos sellados que no puedan ser devueltos por razones de higiene o protección de salud una vez abiertos por el consumidor, contenido digital que haya sido descargado o servicios ya ejecutados completamente con el consentimiento expreso del consumidor, y periódicos, revistas o publicaciones periódicas. Estas excepciones buscan equilibrar la protección del consumidor con la viabilidad comercial de ciertos tipos de productos y servicios.

Una vez ejercido el derecho a retracto, el proveedor debe devolver lo pagado dentro de 10 días corridos mediante el mismo medio de pago utilizado originalmente o por otro medio acordado con el consumidor. La o el consumidor, por su parte, debe hacerse cargo del costo de envío para la devolución del producto, salvo que el proveedor ofrezca voluntariamente cubrirlo, y debe devolver el producto en el mismo estado en que fue recibido. Este equilibrio de obligaciones busca proteger al consumidor sin hacer inviable comercialmente el derecho a retracto para los proveedores.

Cabe recalcar, que el reglamento establece requisitos específicos para el proceso de compra que buscan garantizar que el consumidor tenga plena conciencia de lo que está adquiriendo antes de comprometerse definitivamente. Antes de confirmar la transacción, el consumidor

debe visualizar un resumen completo que incluya la descripción detallada de productos o servicios, el precio total desglosado con todos sus componentes, el plazo de entrega estimado, las condiciones específicas del derecho a retracto y los términos y condiciones aplicables a la transacción. Este resumen debe presentarse en una pantalla de confirmación donde la o el consumidor pueda revisar cuidadosamente toda la información antes de ejecutar el pago.

Una vez completada la compra, el proveedor debe enviar inmediatamente un comprobante electrónico con todos los detalles de la transacción, información de seguimiento cuando aplique para rastrear el estado del pedido, y un número de orden que sirva como identificador único de la transacción. Este comprobante no solo sirve como evidencia de la operación sino también como referencia para cualquier consulta o reclamo posterior que pueda surgir.

Así, se establece que el proveedor debe informar claramente las condiciones bajo las cuales se puede modificar o cancelar un pedido. Si el producto no está disponible después de confirmada la compra, el proveedor debe informar al consumidor de inmediato, y el consumidor tiene derecho a cancelar la transacción si hay cambios sustanciales en precio, plazo o características respecto de lo originalmente informado. Esta protección evita que los consumidores queden atrapados en transacciones que no corresponden a lo que inicialmente aceptaron.

En materia de medios de pago, los proveedores deben especificar claramente qué métodos aceptan, informar sobre cualquier recargo asociado a formas de pago específicas si estos aplican, y garantizar que el proceso de pago sea seguro para proteger los datos financieros del consumidor. Aunque el reglamento no establece estándares técnicos específicos de seguridad, requiere que los proveedores implementen medidas razonables para proteger datos personales y financieros que cumplan con la legislación vigente sobre protección de datos personales, y utilicen protocolos seguros para la transmisión de información sensible.

Ahora bien, se exige que los proveedores mantengan canales de contacto visibles, colocando la información en lugares destacados y fácilmente accesibles de sus plataformas. Estos deben ser canales múltiples, incluyendo email, teléfono y formularios web, y deben ser efectivos en el sentido de permitir comunicación real y no meramente decorativa. Los proveedores deben especificar claramente los horarios de disponibilidad para atención de consultas y reclamos, permitiendo a los consumidores saber cuándo pueden esperar respuestas.

En cuanto al procedimiento de reclamos, el reglamento reconoce el derecho del consumidor a presentar reclamos por cualquier aspecto de la transacción, establece la obligación del proveedor de responder en plazos razonables, y requiere que se mantenga un registro de reclamos disponible para fiscalización posterior por parte del SERNAC. Esto busca facilitar la resolución directa de controversias entre consumidores y proveedores antes de escalar a instancias formales de mediación o litigio.

Para tener en consideración, es menester mencionar que el tratamiento de los *marketplaces* y plataformas multivendedor representa uno de los aspectos más complejos del reglamento. Ya que estas plataformas actúan como intermediarios, por tanto, deben facilitar la identificación clara del vendedor directo para que el consumidor sepa con quién está contratando realmente, informar sobre su rol específico en la transacción para delimitar responsabilidades, establecer mecanismos propios de resolución de controversias que faciliten la solución de problemas, y pueden asumir responsabilidades solidarias según las circunstancias específicas del caso.

Las plataformas son responsables de verificar que los vendedores que operan en sus espacios cumplan con las obligaciones de información establecidas en el reglamento, remover a vendedores que incumplan sistemáticamente con estas obligaciones, y facilitar procesos de reclamo que permitan a los consumidores ejercer efectivamente sus derechos. Sin embargo, el reglamento no establece con precisión suficiente cuándo exactamente una plataforma intermediaria asume responsabilidad solidaria, generando una zona gris que ha sido objeto de interpretaciones divergentes en la práctica.

Para finalizar, se destaca que es el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) el encargado de fiscalizar el cumplimiento del reglamento, recibir denuncias de consumidores que identifiquen incumplimientos, e iniciar procesos sancionatorios contra los infractores. El incumplimiento del reglamento constituye infracción a la Ley 19.496, lo que habilita la aplicación de multas según la gravedad y reiteración de la infracción conforme al artículo 24 de la LPC, medidas correctivas que ordenen modificar prácticas identificadas como problemáticas, y en casos graves, la publicación de las sanciones para informar al público sobre proveedores que han incurrido en infracciones significativas.

Y que el Reglamento de Comercio Electrónico chileno representa un avance significativo en la adaptación del marco general de protección del consumidor a las particularidades del entorno digital. Además, proporciona claridad operativa sobre obligaciones fundamentales de información, transparencia y protección de derechos como el retracto, posicionando a Chile favorablemente en el contexto regional latinoamericano donde muchos países aún carecen de normativa específica para el comercio electrónico.

Anexo 2: Minuta Precio Por Unidad de Medida (PPUM)

Contexto Normativo

El Decreto Supremo sobre Precio Por Unidad de Medida (PPUM), publicado el 10 de diciembre de 2024, representa un avance significativo en la protección al consumidor en el comercio electrónico chileno. Este reglamento, desarrollado en cumplimiento de la Ley 19.496, establece la obligación de exhibir el precio por unidad de medida junto al precio de venta en todos los productos envasados o con unidades iguales, tanto en comercio físico como digital.

La norma entró en vigor de manera diferenciada 9 meses después de su publicación para empresas en general (aproximadamente septiembre 2025) y 12 meses para pequeñas empresas (aproximadamente diciembre 2025), quedando las microempresas exceptuadas de esta obligación. La implementación escalonada responde a las observaciones recibidas durante el proceso participativo, donde se recogieron comentarios de empresas, gremios y organizaciones de consumidores entre octubre y noviembre de 2023.

La incorporación expresa de las plataformas de comercio electrónico y *marketplaces* en el ámbito de aplicación del reglamento constituye una de las modificaciones más significativas resultantes del proceso participativo. Esta inclusión responde a la necesidad de asegurar que los consumidores digitales cuenten con la misma información comparable que los consumidores en tiendas físicas, abordando así una brecha crítica en la transparencia del comercio electrónico.

El reglamento establece que en plataformas digitales el precio por unidad de medida debe mostrarse siempre junto al precio de venta, en el mismo campo visual, con un tamaño mínimo equivalente al 50% del precio de venta. Esta disposición busca garantizar que la información

sea efectivamente visible y utilizable para los consumidores, no meramente decorativa. Adicionalmente, las plataformas tienen la opción de habilitar funcionalidades que permitan ordenar productos por precio por unidad de medida, facilitando la comparación rápida entre diferentes opciones.

Una de las justificaciones económicas más relevantes del PPUM es su capacidad para detectar y combatir prácticas de "inflación encubierta" o "reduflación", donde las empresas reducen el contenido de los productos manteniendo el precio nominal, generando aumentos efectivos de precio que pueden pasar inadvertidos para las y los consumidores. En el comercio electrónico, donde la inspección física del producto es imposible y la dependencia de la información proporcionada por el vendedor es total, estas prácticas resultan particularmente difíciles de detectar sin información clara sobre el precio por unidad de medida.

El reglamento aborda esta problemática mediante varias disposiciones específicas, por ejemplo, en el caso de conservas, el cálculo debe realizarse por peso drenado y no por el peso total del envase, evitando que los consumidores paguen por líquidos o salmueras como si fueran producto. Para diferentes categorías de productos se establecen unidades estandarizadas que facilitan la comparación: cosméticos por 100 gramos o 100 mililitros, pañales por unidad, rollos de papel por metro, huevos por unidad, entre otros. Esta estandarización permite comparaciones justas entre productos de diferentes marcas y formatos.

Desde una perspectiva económica, el PPUM aborda fallas de mercado relacionadas con asimetrías informacionales que son particularmente agudas en el comercio electrónico. Esto ya que la obligación de presentar información comparable reduce los costos de búsqueda para quienes consumen y facilita la competencia basada en precio efectivo, no en estrategias de empaquetado o presentación que pueden confundir.

Así, se define que la transparencia generada por el PPUM puede generar efectos positivos múltiples en el funcionamiento del mercado digital, esto ya que, al facilitar la comparación entre productos, se intensifica la competencia por precio, presionando a la baja de los precios efectivos. Las y los consumidores pueden tomar decisiones más informadas sobre qué formatos realmente ofrecen mejor valor, evitando caer en la "trampa del envase grande"

donde productos de mayor tamaño no necesariamente resultan más económicos por unidad de medida. La detección de reduflación se vuelve más accesible, ya que es posible que se identifique cuando un producto mantiene su precio nominal, pero aumenta su precio por unidad de medida debido a reducciones en el contenido.

Cabe recalcar, que el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) es la autoridad responsable de fiscalizar el cumplimiento del reglamento PPUM, con ciertas facultades conforme al artículo 24 de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores. Esta atribución de competencias resulta consistente con el rol general de SERNAC en la supervisión del comercio electrónico, aunque plantea desafíos operativos relacionados con la capacidad institucional para fiscalizar efectivamente el cumplimiento en plataformas digitales.

Además, la fiscalización del PPUM en comercio electrónico presenta complejidades específicas relacionadas con la naturaleza dinámica de las plataformas digitales, donde los productos y precios pueden cambiar con alta frecuencia, la multiplicidad de vendedores en *marketplaces* que pueden no estar todos sujetos a la obligación, y las capacidades técnicas requeridas para verificar el cumplimiento a escala en plataformas con miles o millones de productos listados.

A nivel general, se destaca que el reglamento PPUM representa un avance significativo en la protección del consumidor digital en Chile al abordar directamente problemas de asimetría informacional que son particularmente agudos en el comercio electrónico. La obligación de presentar información estandarizada y comparable facilita la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores y puede generar efectos positivos en la intensidad competitiva del mercado digital.

Sin embargo, la efectividad del reglamento dependerá crucialmente de varios factores. La capacidad de SERNAC para fiscalizar efectivamente el cumplimiento en plataformas digitales resultará determinante, particularmente considerando las limitaciones institucionales y de recursos identificadas en otras áreas de supervisión del comercio electrónico. Y a ello se le añade, el desarrollo de herramientas tecnológicas que faciliten tanto el cumplimiento por parte de las plataformas como la verificación por parte del regulador será fundamental. Finalmente, la educación del consumidor sobre la importancia y

uso del PPUM para tomar decisiones de compra más informadas puede potenciar significativamente el impacto de la normativa.

Anexo 3: Ficha Analítica Comparativa Normativa Estados Unidos

Ficha Analítica Comparativa Normativa

País / Región Analizada: Estados Unidos

Normas revisadas: Ley Comisión Federal de Comercio, Ley COPPA, "COPPA, Privacy Act 1974, GLBA, HIPAA, FCRA, ADPPA (proyecto)

Institución o ente regulador: Comisión Federal de Comercio

1. Definición legal de comercio electrónico

¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?

- Sí
- No
- Parcial/Implícita

Extracto o resumen de la definición: define el comercio electrónico como "*Electronic commerce on the Internet, or 'e-commerce,' is a subject of compelling public interest*", estableciendo implícitamente que se refiere a todas las transacciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos, particularmente Internet.

Observaciones comparativas con Chile: Chile no tiene definición de comercio electrónico

2. Derechos del consumidor digital

¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?

- Derecho a retracto
- Información clara previa a la compra

- Consentimiento informado
- Protección frente a prácticas engañosas

Otro: _____

Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos: No define actos específicos para abordar la infracción a los derechos de las y los consumidores. Solo define como ilegal las prácticas injustas o engañosas.

Comparación con la legislación chilena: Chile posee legislación más específica en cuanto a derechos de retracto para *e-commerce*. EE. UU. tiene mayor desarrollo en transparencia de comunicaciones comerciales y manejo de retrasos, pero menor protección en retracto para compras online.

3. Protección de datos personales

- ¿Existe legislación específica sobre protección de datos?
 - Sí
 - No
 - Parcial
- **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas
- **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No
- **Entidad fiscalizadora:** Comisión Federal de Comercio

- **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** EE. UU. se regula por materia/sectorial con múltiples leyes específicas, mientras que la ley chilena es integral y aborda todos los aspectos mencionados de manera unificada. Chile tiene un enfoque más próximo al GDPR europeo, mientras que EE. UU. mantiene flexibilidad sectorial, pero con *enforcement* más robusto.

4. Mecanismos de resolución de conflictos

¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?

- Sí
- No

¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?

- Sí
- No

Actores responsables o modelos destacados: No existen

Comparación con mecanismos disponibles en Chile: Chile exige canales visibles de atención al cliente y cuenta con SERNAC para resolución administrativa de conflictos. EE. UU. carece de esta mediación administrativa, pero compensa con *enforcement* federal más efectivo y capacidad de sanciones significativas que incluyen reembolsos masivos a consumidores.

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** Se podría considerar el establecimiento de una autoridad central para el comercio electrónico con capacidades de supervisión y *enforcement* similares a las de la FTC estadounidense, dicha autoridad debería tener la capacidad de desarrollar regulaciones técnicas específicas, coordinar con otras agencias regulatorias e imponer sanciones proporcionales a las violaciones. El desarrollo de estándares técnicos específicos para transparencia en comunicaciones comerciales, manejo de retrasos en envíos y protección de datos en transacciones de comercio electrónico podría

proporcionar mayor certeza jurídica y mejorar la protección al consumidor.

- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?** Es complejo dada la distribución territorial del país, por lo que generar una entidad distinta a SERNAC sería muy complicado, no obstante, una condición podría ser que dentro de dicha institución se aborde en específico el comercio electrónico, vale decir, que se cree una unidad específica para ello que tenga competencias vinculantes, ya que en EE. UU es posible imponer sanciones, en cambio en Chile no.
-

- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** El análisis comparativo entre el marco regulatorio estadounidense y las brechas regulatorias del comercio electrónico en Chile revela tanto oportunidades como desafíos para la modernización del sistema normativo nacional. Estados Unidos demuestra que es posible mantener un sistema regulatorio efectivo y adaptativo incluso en un contexto de complejidad jurisdiccional, siempre que existan instituciones fuertes con mandatos claros y recursos suficientes.

Anexo 4: Ficha Analítica Comparativa Normativa Brasil

País / Región Analizada: Brasil

Normas revisadas: Ley de comercio electrónico, código de Defensa del Consumidor (Decreto N° 7.962 del año 2013), Ley General de Protección de Datos.

Institución o ente regulador: Secretaría Nacional del Consumidor, Autoridad nacional de protección de datos

1. Definición legal de comercio electrónico

- **¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?**

- Sí
 - No
 - Parcial/Implícita
-
- **Extracto o resumen de la definición:**
 - **Observaciones comparativas con Chile:** Al igual que Chile, Brasil no posee una definición de comercio electrónico.
-

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**
 - Derecho a retracto
 - Información clara previa a la compra
 - Consentimiento informado
 - Protección frente a prácticas engañosas
 - **Otro:** Derecho a protección contra prácticas abusivas y Derecho a accidentes de consumo.
 - **Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos:** Al ser una ley integral no explicita lo que es el comercio electrónico y, además, reconoce el derecho a protegerse contra prácticas abusivas, sumado a la figura de accidentes de consumo, en donde la o el consumidor puede acceder a protección.
-

- **Comparación con la legislación chilena:** En comparación con Chile, donde la protección al consumidor se basa en una ley general sin regulación específica para el comercio electrónico, Brasil cuenta con un marco normativo más robusto y detallado. Este se sustenta en una base constitucional y se complementa con regulaciones específicas como el Decreto N° 7.962/2013, que establece estándares técnicos claros

para plataformas digitales. A diferencia de Chile, que presenta vacíos en la implementación efectiva de derechos como el retracto o la protección de datos, Brasil ofrece mayores garantías jurídicas y mecanismos de *enforcement* más eficaces, lo que permite una protección más integral del consumidor digital.

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**
 - Sí
 - No
 - Parcial
 - **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas
 - **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No
 - **Entidad fiscalizadora:** Autoridad nacional de protección de datos
 - **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** Es una normativa mucho más completa, tiene una definición clara de lo que es tratamiento de datos personales, se enumeran hipótesis respecto a cuándo se puede realizar tratamiento de datos personales, y se puede solicitar la revisión de las decisiones automatizadas generadas desde el tratamiento de datos.
-

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**
 - Sí
 - No
 - **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
 - Sí
 - No
 - **Actores responsables o modelos destacados:** Secretaría Nacional del Consumidor, Portal del Consumidor y como modelo destacado es la plataforma consumidor.gov.br, que es un servicio público gratuito que permite la comunicación entre empresas y consumidores en línea, en la cual además existe información acerca de la reputación de los principales comercios, además de la posibilidad de leer reportes de las y los consumidores, quejas y respuestas de las empresas.
-

- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** En Chile, existen mecanismos de resolución de conflictos a través del SERNAC, incluyendo una plataforma en línea para mediación voluntaria entre consumidores y empresas. Sin embargo, su uso no es obligatorio y su eficacia depende de la voluntad de las partes. A diferencia de Brasil, donde los proveedores están obligados a contar con canales visibles y eficaces de atención al consumidor y a confirmar la recepción de reclamos por medios electrónicos, en Chile no siempre se garantiza la calidad ni la visibilidad de estos canales. El modelo brasileño, con regulaciones más técnicas y exigentes, ofrece mayor certeza y protección en la resolución de conflictos en entornos digitales.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** La plataforma pública sobre la reputación de empresas y quejas y respuestas de éstas, el derecho a solicitar la revisión cuando los datos personales son utilizados para tomar decisiones automatizadas, que exista una definición explícita de

tratamiento de datos personales, se destaca también la figura de accidentes de consumo y la severidad de las sanciones ante el incumplimiento de la ley.

- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?**

A diferencia de Chile en Brasil existe la protección al consumidor a un nivel constitucional, lo cual permite la implementación de una legislación más completa, entonces, la condición que podría otorgar ese nivel es que se categorice el derecho al consumidor como un derecho fundamental.

- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?**

La principal brecha es que Brasil tiene la protección al consumidor a nivel constitucional, falta una regulación específica y técnica respecto a los derechos para plataformas digitales y la severidad de las multas, pues las que Chile tiene actualmente no logran una imposición concreta al cumplimiento de las leyes.

Anexo 5: Ficha Analítica Comparativa Normativa Canadá

País / **Región** **Analizada:** Canadá

Normas revisadas: Ley Uniforme de Comercio Electrónico, Ley de Protección Personal, de Documentos Electrónicos, Ley Anti-Spam y la Ley Canadiense sobre Protección al Consumidor.

Institución o ente regulador: Agencias de Protección al Consumidor y Oficina de Competencias y Comisión Canadiense de radio, televisión y telecomunicaciones.

1. Definición legal de comercio electrónico

- **¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?**

- Sí

- No
 - Parcial/Implícita
 - **Extracto o resumen de la definición:**
 - **Observaciones comparativas con Chile:** Al igual que Chile, Canadá no posee una definición de comercio electrónico.
-

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**
 - Derecho a retracto
 - Información clara previa a la compra
 - Consentimiento informado
 - Protección frente a prácticas engañosas
 - Otro: Protección de datos personales y Ley Anti-Spam
 - **Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos:** En Canadá existe una particularidad, ya que hay derechos que se garantizan en provincias específicas del país mas no a nivel general, como, por ejemplo, el derecho a la información clara previa a la compra con condición de monto (Ontario) y el derecho a devoluciones de productos a menos que esté defectuoso.
-

- **Comparación con la legislación chilena:** La legislación chilena presenta un enfoque más garantista en ciertos aspectos específicos, como el derecho de retracto establecido en la Ley 21.398 que otorga 10 días para devoluciones en compras a distancia, mientras que Canadá carece de un derecho federal uniforme en esta materia, con algunas excepciones provinciales.
-

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**
 - Sí
 - No
 - Parcial
 - **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas
 - **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No
 - **Entidad fiscalizadora:** Oficina del Comisionado de Privacidad de Canadá
 - **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** Canadá posee una legislación que es federal, sin embargo, hay tres provincias en donde no se aplica y tienen su propia legislación en torno a la protección de datos personales. La principal diferencia radica en que el sistema canadiense ha evolucionado gradualmente desde 1983 con ampliaciones sucesivas de mandato (PIPEDA) y ley Anti-Spam, mientras que Chile ha creado una agencia especializada desde el inicio con un enfoque más centralizado y técnico para la fiscalización y sanción del cumplimiento normativo. Además, Canadá posee un enfoque muy marcado en cuanto al consentimiento, ya que se pueden realizar venta de datos a terceros, siempre y cuando exista consentimiento.
-

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**

- Sí
 - No
 - **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
 - Sí
 - No
 - **Actores responsables o modelos destacados:** Los actores responsables son las Agencias de Protección al Consumidor.
-

- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** En caso de conflicto, hay posibilidad de multa entre 50 y 250 USD e incluso multas globales y pena carcelaria, lo que en Chile no sucede.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** Chile podría beneficiarse del sistema de coordinación interinstitucional canadiense que evita duplicidades entre agencias reguladoras, también del principio de neutralidad tecnológica que permite adaptación a innovaciones futuras sin reformas constantes. Al igual que, se podría analizar una legislación antispam integral como CASL que establezca criterios claros de consentimiento, y de precedentes jurisprudenciales que protejan contra cláusulas abusivas en plataformas digitales internacionales.
-
- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?** La implementación requeriría fortalecer la coordinación entre SERNAC, la Agencia de Protección de Datos y reguladores sectoriales, desarrollar una ley integral de comercio electrónico con principios de neutralidad tecnológica, capacitar tribunales especializados en

disputas digitales transfronterizas, y mejorar la infraestructura tecnológica para *enforcement* efectivo y plataformas ODR más robustas.

- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** Canadá posee sanciones más severas en caso de incumplimiento a los derechos de la ley de protección al consumidor en comparación con Chile, lo que promueve un *enforcement* más efectivo.
-

Anexo 6: Ficha Analítica Comparativa Normativa Singapur

País / Región Analizada: Singapur

Normas revisadas: Technical Reference 76 (TR 76) - 2020, Personal Data Protection Act (PDPA) - 2012 y Consumer Protection (Fair Trading) Act. __

Institución o ente regulador: Enterprise Singapore y Personal Data Protection Commission (PDPC)

1. Definición legal de comercio electrónico

- **¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?**
 - Sí
 - No
 - **Parcial/Implícita**
 - **Extracto o resumen de la definición:** El comercio electrónico establece que se enfoca en las actividades clave que rodean las transacciones en línea y define el punto de compra como el momento cuando el cliente expresa el compromiso de pagar (o eventualmente pagar) por los productos y/o servicios declarados, y es aceptado por la organización a través de la entrega de una factura, orden de venta o equivalente.
-

- **Observaciones comparativas con Chile:** A diferencia de Chile que carece de una legislación única e integral sobre comercio en internet, Singapur estableció un marco técnico específico que estandariza las prácticas del comercio electrónico, aunque se enfoca más en los procesos y actividades que en una definición conceptual explícita.
-

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**
 - Derecho a retracto
 - Información clara previa a la compra
 - Consentimiento informado
 - Protección frente a prácticas engañosas
 - Otro:
 - **Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos:** El marco regulatorio singapurense reconoce varios derechos específicos en contextos de comercio electrónico, principalmente centrados en la transparencia de información previa a la compra y protección frente a prácticas engañosas. El TR 76 establece como elemento fundamental la transparencia en transacciones y el fortalecimiento de la confianza del consumidor para el crecimiento sostenible del sector. Además, el derecho a retracto es parcial debido a que se aplica solo cuando está en contratos específicos.
-

- **Comparación con la legislación chilena:** En comparación con Chile, este último sí posee derecho a retracto, en cambio, Singapur adopta un enfoque más integral que prioriza la prevención de conflictos a través de la transparencia y estandarización de procesos, complementado por mecanismos efectivos de resolución de disputas.
-

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**

- Sí
 - No
 - Parcial

 - **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas

 - **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No

 - **Entidad fiscalizadora:** Personal Data Protection Commission (PDPC)

 - **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** En general, Singapur tiene un enfoque más maduro y establecido, lo que proporciona mayor claridad y predictibilidad para los operadores del mercado digital. Además, la entidad fiscalizadora establece obligaciones claves relacionadas con consentimiento, notificación, derechos individuales, seguridad, entre otras. Además, tiene el carácter de extraterritorial por lo que la legislación es aplicable a quienes realicen transacciones con empresas/proveedores extranjeros. A ello se le añade que, la PDPC tiene la facultad de sancionar con multas financieras de un máximo del 10% de la facturación anual de la empresa.
-

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**
- Sí
- No

- **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
 - Sí
 - No
-
- **Actores responsables o modelos destacados:** Competition and Consumers Comition of Singapore (OCCS) que facilita la presentación de quejas a través de múltiples canales, incluyendo el Financial Industry Disputes Resolution Centre. Además, se encuentra el CASE (Consumers Association of Singapore) y la Law Society of Singapore que han colaborado para ofrecer a los consumidores nuevas opciones de resolución de disputas.
-

- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** En comparación con Chile, donde los mecanismos de resolución de conflictos en comercio electrónico están menos desarrollados e integrados, Singapur presenta un sistema más robusto y accesible que combina múltiples canales de atención e involucra tanto a entidades públicas como privadas en la protección del consumidor. Además, Singapur ha desarrollado un sistema integral de resolución de conflictos que incluye tanto mecanismos tradicionales como innovadores enfoques digitales.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** Involucrar a organizaciones de la sociedad civil en la resolución de conflictos es un elemento destacable para ofrecer nuevas soluciones a los consumidores en caso de problemas en el consumo. Además, el enfoque preventivo de Singapur, que prioriza la transparencia y estandarización de procesos para evitar conflictos antes de que ocurran, representa una visión regulatoria más avanzada que la aproximación reactiva tradicional.

-
- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?** La implementación exitosa de estos elementos en Chile requeriría transformaciones estructurales significativas. En primer lugar, está la consolidación del marco normativo fragmentado actual en una legislación integral que aborde de manera comprehensiva todos los aspectos del comercio electrónico.

Segundo, el desarrollo de una visión estratégica de largo plazo para el sector que incluya objetivos claros de transformación digital y posicionamiento competitivo y tercero, el fortalecimiento de las instituciones regulatorias con capacidades técnicas y recursos suficientes para implementar y supervisar el nuevo marco normativo

-
- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** La comparación entre ambos marcos regulatorios revela varias brechas significativas en la regulación chilena. En primer lugar, la ausencia de un estándar técnico nacional similar al TR 76 de Singapur limita la estandarización de prácticas comerciales y la confianza del consumidor. En segundo lugar, la fragmentación normativa genera complejidades operativas que no enfrentan las empresas que operan bajo el marco regulatorio singapurense. La falta de una visión estratégica integral para el desarrollo del comercio electrónico en Chile contrasta con el enfoque sistemático de Singapur hacia la digitalización y la transformación en una nación inteligente. Las brechas claras observadas respecto al marco chileno actual incluyen la ausencia de un estándar técnico nacional que proporcione certeza jurídica y operativa a los participantes del mercado, la fragmentación normativa que genera complejidades operativas innecesarias, y la falta de una visión estratégica integral que articule el desarrollo del comercio electrónico con objetivos más amplios de transformación digital y competitividad económica.

País / **Región** **Analizada:** Japón
Normas revisadas: Ley de Promoción de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales y Ley de Protección de Información Personal
Institución o ente regulador: Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI)

1. Definición legal de comercio electrónico

- ¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?

- Sí
- No
- Parcial/Implícita

- **Extracto o resumen de la definición:**
-

- **Observaciones comparativas con Chile:** Al igual que Chile, Japón no posee una definición explícita de comercio electrónico y opta por una regulación por categoría.
-

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**

- Derecho a retracto
- Información clara previa a la compra
- Consentimiento informado
- Protección frente a prácticas engañosas

Otro: _____

- **Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos:** Sistema diferenciado B2B/B2C que reconoce diferentes necesidades de protección, además de un marco robusto de protección de datos con actualizaciones continuas, también existe un monitoreo sistemático a través de estudios anuales del METI y está la integración con sistemas gubernamentales digitales (GBizID).

-
- **Comparación con la legislación chilena:** Japón posee un sistema integrado en cuanto a comercio electrónico, en cambio Chile, posee una fragmentación entre múltiples organismos para poder fiscalizar, sancionar y regular, lo que genera confusión y duplicidad de funciones. Además, Chile no posee una regulación específica de plataformas digitales.
-

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**
 - Sí
 - No
 - Parcial
- **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas
- **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No
- **Entidad fiscalizadora:** Comisión de Protección de Información Personal (PPC)
- **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** En general, la legislación es similar a la de Chile, sin embargo, posee diferencias en las sanciones por incumplimiento, las que pueden ir desde multas altas hasta privación de libertad. A ello se le suma que, la APPI tiene un alcance extraterritorial, lo que implica que las empresas extranjeras que procesan datos personales de ciudadanos japoneses también se apliquen.

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**
 - Sí
 - No

- **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
 - Sí
 - No

- **Actores responsables o modelos destacados:** Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI) y como modelo destacado está el sistema de períodos de reflexión (cooling-off): Mecanismo diferenciado según tipo de transacción (8 días para ventas puerta a puerta, 20 días para marketing multinivel, sin cooling-off para ventas por correo/compras en línea tradicionales).

-
- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** Chile carece de un organismo equivalente al METI con mandato específico y recursos suficientes, además se encuentra la falta de regulación específica para plataformas digitales.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** La implementación de un marco regulatorio específico para plataformas digitales, inspirado en la Ley de Promoción de la Transparencia y Equidad de las Plataformas Digitales de Japón, podría abordar uno de los vacíos más significativos en la regulación chilena. Finalmente, la integración de sistemas gubernamentales digitales con procesos regulatorios y el establecimiento de mecanismos sistemáticos de monitoreo y evaluación del mercado podrían mejorar significativamente la efectividad y relevancia del marco regulatorio chileno.

-
- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?** En este sentido, se encuentra la creación o fortalecimiento de una institución coordinadora central con mandato específico para comercio electrónico (similar al METI japonés), sumado a la dotación de recursos humanos especializados y presupuesto suficiente para esta institución y una coordinación efectiva entre organismos existentes (SERNAC, Subtel, UAF, etc.)

-
- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** En primer lugar, la ausencia de una institución coordinadora central con mandato específico y recursos suficientes limita la capacidad de desarrollo e implementación de políticas coherentes. En segundo lugar, la falta de regulación específica para plataformas digitales deja un vacío importante en la supervisión de los actores más influyentes del ecosistema digital. Además, la ausencia de mecanismos de evaluación y monitoreo continuo limita la capacidad de Chile para adaptar su marco regulatorio a las realidades cambiantes del mercado digital. La falta de diferenciación regulatoria entre transacciones B2B y B2C puede resultar en regulaciones ineficientes que no reflejan las diferentes dinámicas de riesgo y poder en estos tipos de transacciones.

Anexo 8: Ficha Analítica Comparativa Normativa Australia

País / Región Analizada: Australia

Normas revisadas: Ley de transacciones electrónicas, Ley de Comercio Justo, Ley de SPAM, Ley de Privacidad, Ley de Control de Denuncias y Ley Australiana del Consumidor

Institución o ente regulador: Comisión Australiana de la Competencia y el Consumidor

1. Definición legal de comercio electrónico

- **¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?**
 - Sí
 - No
 - Parcial/Implícita
- **Extracto o resumen de la definición:**

-
- **Observaciones comparativas con Chile:** Al igual que Chile, Australia no posee una definición explícita de comercio electrónico y posee un enfoque pragmático.
-

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**
 - Derecho a retracto
 - Información clara previa a la compra
 - Consentimiento informado
 - Protección frente a prácticas engañosas
 - Otro: _ Derecho a no recibir mensajes comerciales electrónicos no solicitados y a solicitar que se dejen enviar.
- **Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos:** La entidad reguladora y sancionadora tiene la capacidad de *enforcement*, ya que hace cumplir las regulaciones con recursos suficientes y autoridad legal clara. Además de ello, tiene una función educativa más allá del consumidor, sino que también va dirigido hacia las empresas.

-
- **Comparación con la legislación chilena:** En Australia, existe una autoridad central que posee un mandato claro, con la capacidad de sancionar, sumado a multas muy

altas que refuerzan el *enforcement*. Además, tienen organizaciones para bienes y servicios específicos que ayudan a la regulación de materias específicas.

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**
 - Sí
 - No
 - Parcial
 - **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas
 - **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No
 - **Entidad fiscalizadora:** Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) y Office of the Australian Information Commissioner (OAIC)
 - **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** Australia tiene un sistema más maduro con múltiples agencias coordinadas, además que la OAIC puede realizar investigaciones, emitir resoluciones, imponer multas y además solicitar cumplimiento ante el tribunal federal, en cambio Chile crea una agencia específica nueva y está recién comenzando la implementación de la nueva ley.
-

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**
 - Sí
 - No
 - **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
 - Sí
 - No
 - **Actores responsables o modelos destacados:** Se encuentra la ACCC, mecanismos administrativos, tribunales especializados, servicios de mediación y múltiples agencias sectoriales. Además, como modelo destacado está la ACCC que se encarga de abordar problemas desde la empresa hacia el consumidor cuando han sido afectados por prácticas desleales, anticompetitivas y/o engañosas.
-

- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** Australia posee resolución en línea, un marco normativo más robusto y con más herramientas para poder fiscalizar, sancionar y educar a las partes involucradas con relación al consumo.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** El modelo australiano posee varios elementos significativos que podrían ser útiles para Chile, como, por ejemplo, el tener un organismo transversal que regule cada departamento de bienes y servicios específicos. Además de definir que la institución central reguladora cuente con estrategias de cumplimiento específicas y prioridades focalizadas, junto con recursos suficientes y autoridad legal clara.
-
- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?** Lo esencial es que exista un fortalecimiento institucional, consolidando tanto el rol de SERNAC como el de la Agencia de Protección de Datos Personales, similar a la ACCC de Australia.

-
- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** La institucionalidad es la principal brecha que existe en cuanto a la fiscalización y sanción. Chile posee recursos insuficientes para la supervisión efectiva del comercio electrónico y carece de estrategias de cumplimiento específicas y priorizadas.
-

Anexo 9: Ficha Analítica Comparativa Normativa Argentina

País / Región Analizada: Argentina

Normas revisadas: Ley N° 25.506 de Firma Digital y Mensajes de datos, Ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor y Ley N° 25.326 de Titulares de Datos Personales

Institución o ente regulador: No existe

1. Definición legal de comercio electrónico

- **¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?**
 - Sí
 - No
 - Parcial/Implícita
 - **Extracto o resumen de la definición:**
-

- **Observaciones comparativas con Chile:** Al igual que Chile, no se tiene una definición de comercio electrónico.
-

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**
- Derecho a retracto

- Información clara previa a la compra
 - Consentimiento informado
 - Protección frente a prácticas engañosas
 - Otro: _____
 - **Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos:** Se identifican limitaciones en la supervisión del cumplimiento de obligaciones de transparencia, insuficientes mecanismos de resolución de conflictos específicos para comercio electrónico, y la persistencia de la brecha digital pese a los programas implementados, lo que sugiere la necesidad de actualización continua del marco regulatorio para abordar las dinámicas cambiantes del mercado digital y fortalecer la protección efectiva de los consumidores.
-

- **Comparación con la legislación chilena:** En comparación con Argentina, Chile presenta un marco más reciente y específico con su Reglamento de Comercio Electrónico que complementa la Ley N°19.799 sobre documentos y firma electrónicos. Mientras Argentina tiene un enfoque integral basado en la Ley 25.506 de Firma Digital y adaptaciones de normativas existentes, Chile es más específico en obligaciones de transparencia, exigiendo informar costos totales, características detalladas y términos claros. El modelo chileno prioriza la protección específica del consumidor digital, mientras que Argentina enfatiza la formalización fiscal y la integración regional a través de acuerdos como el del Mercosur.
-

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**
- Sí
- No
- Parcial

- **¿Qué derechos garantiza?**
 - Acceso
 - Rectificación
 - Supresión
 - Portabilidad
 - Oposición a decisiones automatizadas
 - **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**
 - Sí
 - No
 - **Entidad fiscalizadora:** No existe
 - **Comparación con la ley 21.719 en Chile:** Chile posee un marco normativo más moderno y tiene estándares más estrictos para el consentimiento, alineado con estándares internacionales. Mientras que, Argentina se limita a derechos más básicos como corrección y supresión.
-

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**
 - Sí
 - No
 - **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
 - Sí
 - No
 - **Actores responsables o modelos destacados:** No se encuentran.
-

- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** Chile presenta un sistema más desarrollado de resolución de conflictos que Argentina. Mientras Argentina carece de plataformas ODR específicas, Chile cuenta con SERNAC.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?** Desde la perspectiva del consumidor, el modelo argentino ofrece elementos valiosos para Chile. Los eventos masivos como Hot Sale y CyberMonday han demostrado democratizar el acceso a ofertas digitales, permitiendo que consumidores de menores ingresos accedan a productos con descuentos significativos, lo que podría beneficiar a sectores vulnerables chilenos que actualmente tienen limitado acceso al consumo digital. La Ruta de eCommerce con 36 horas de capacitación empodera directamente a los consumidores con competencias digitales específicas, enseñándoles a identificar sitios seguros, comparar precios y ejercer sus derechos online, lo que fortalecería la protección del consumidor chileno.
-

- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?** La implementación de elementos del modelo argentino en Chile requeriría condiciones para generar una adaptación cultural en cuanto a eventos masivos como Hot Sale, Black Friday y CyberMonday, lo cual requeriría generar confianza en promociones digitales, demandando mayor transparencia en precios y condiciones que supere los estándares actuales chilenos. Se requiere que canales institucionales fomenten y den a conocer los distintos medios desde los cuales se pueden hacer comparativa y seguimiento de los productos en oferta o incluso crearlos desde su potestad.
-

- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** Desde la perspectiva del consumidor, el marco chileno presenta brechas importantes comparado con el modelo argentino. Chile se encuentra al debe en materia acceso a eventos digitales y generando cultura de compra online en cuanto a eventos masivos

de promoción como Hot Sale y CyberMonday, limitando las oportunidades de consumo a precios accesibles para sectores de menores ingresos. La capacitación específica al consumidor en competencias digitales es insuficiente en Chile, donde no existen programas equivalentes a la Ruta de eCommerce que empoderan a los usuarios para aprovechar mejor las oportunidades del comercio digital. Existe una brecha en protección específica para consumidores vulnerables en entornos digitales, ya que Chile no ha desarrollado políticas focalizadas como las iniciativas argentinas para comunidades con menor acceso tecnológico.

Anexo 10: Ficha Analítica Comparativa Normativa Unión Europea

País / Región Analizada: Unión Europea

Normas revisadas: Directiva sobre los derechos de los consumidores 2011/83 de 25 de octubre de 2011, directiva 2019/2161 de 27 de noviembre de 2019, directiva 2024/825 de 28 de febrero de 2024, directiva 2023/2673 de 22 de noviembre de 2023.

Institución o ente regulador: Dirección General de Justicia y Consumidores (DG JUST) de la Comisión Europea y la Red de Centros Europeos del Consumidor (Red CEC) que brinda asistencia a los consumidores en litigios transfronterizos dentro de la Unión Europea.

1. Definición legal de comercio electrónico

- **¿Existe una definición explícita de comercio electrónico en la legislación?**
 - Sí
 - No
 - Parcial/Implícita

Extracto o resumen de la definición:

Observaciones comparativas con Chile: Al igual que Chile, La Unión Europea no entrega una definición de comercio electrónico.

2. Derechos del consumidor digital

- **¿Qué derechos específicos se reconocen en contextos de comercio electrónico?**
- Derecho a retracto
- Información clara previa a la compra
- Consentimiento informado
- Protección frente a prácticas engañosas
- Otro: Derecho a información sobre naturaleza jurídica del vendedor (comerciante vs. particular), plazo máximo de entrega (30 días), información sobre servicios postventas y mecanismos de resolución de conflictos

Comentarios sobre su aplicación efectiva o vacíos: La regulación europea establece derechos específicos y detallados para el comercio electrónico. El derecho de retracto de 14 días es amplio y cubre la mayoría de las transacciones. Las protecciones solo se aplican a transacciones con comerciantes, no con particulares, por lo que las plataformas deben advertir claramente esta distinción.

Comparación con la legislación chilena: La UE tiene un marco más desarrollado en cuanto a:

- Período de retracto más amplio (14 días vs. 10 días en Chile)
 - Exigencias más detalladas de información precontractual
 - Distinción clara entre comerciantes y particulares
 - Regulación específica de plazos de entrega (30 días máximo)
-

3. Protección de datos personales

- **¿Existe legislación específica sobre protección de datos?**

- Sí
- No
- Parcial

- **¿Qué derechos garantiza?**

- Acceso
- Rectificación
- Supresión
- Portabilidad
- Oposición a decisiones automatizadas

- **¿Requiere consentimiento explícito para tratamiento de datos?**

- Sí
- No

Entidad fiscalizadora: _ Autoridades Nacionales de Protección de Datos (una por Estado miembro), coordinadas por el Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD)

Comparación con la ley 21.719 en Chile:

La Unión Europea sobre las normas de protección de datos de la UE, también conocidas como Reglamento General de Protección de Datos de la UE, describe diferentes situaciones en las que una empresa u organización puede recopilar o reutilizar su información personal, es decir a diferencia de Chile hace una lista taxativa.

4. Mecanismos de resolución de conflictos

- **¿Existen plataformas de resolución de conflictos en línea (ODR)?**
- Sí
- No
- **¿Se exige a proveedores contar con canales de atención visibles y eficaces?**
- Sí

- No
 - **Actores responsables o modelos destacados:** La existencia del Reglamento de Servicios Digitales (DSA – Digital Services Act, 2022) que crea un entorno en línea más seguro para los consumidores que los protege de los productos falsificados, de prácticas manipuladoras “dark patterns”. Además, este reglamento introduce responsabilidades y un sistema de rendición de cuentas y transparencia para los proveedores de servicios intermediarios. Y por último, La Directiva sobre Contenido Digital de la UE de 2019 que se enfoca en la protección al consumidor en el mercado digital y regula los contratos de suministros de contenido digital (como software, música, videos, etc) y servicios digitales (redes sociales, aplicaciones, almacenamiento, etc)
-

- **Comparación con mecanismos disponibles en Chile:** La Unión Europea posee una amplia normativa respecto a mayor protección a los consumidores en materia de servicios digitales, resolución en línea, y ese marco normativo más robusto permite entregar mayor seguridad al consumidor. A diferencia de Chile que no tiene una mayor regulación en estas materias.
-

5. Conclusiones para la comparación con Chile

- **¿Qué elementos de esta regulación podrían ser útiles para adaptar al caso chileno?**

El sistema normativo europeo se distingue por su capacidad de adaptación a las nuevas realidades del comercio digital, estableciendo estándares elevados de protección. La legislación europea reconoce la naturaleza transfronteriza del comercio electrónico y establece principios uniformes que garantizan la protección de los consumidores independientemente del país de origen del proveedor, siempre que la transacción se realice dentro del espacio económico europeo.
-

- **¿Qué condiciones permitirían su implementación en Chile?**

La implementación exitosa de estos elementos en Chile requeriría transformaciones estructurales significativas. En primer lugar, está la consolidación del marco normativo fragmentado actual en una legislación integral que aborde de manera comprehensiva todos los aspectos del comercio electrónico.

Segundo, el desarrollo de una visión estratégica de largo plazo para el sector que incluya objetivos claros de transformación digital y posicionamiento competitivo y tercero, el fortalecimiento de las instituciones regulatorias con capacidades técnicas y recursos suficientes para implementar y supervisar el nuevo marco normativo

-
- **¿Qué brechas claras se observan respecto al marco chileno actual?** La comparación entre ambos marcos regulatorios revela varias brechas significativas en la regulación chilena. Partiendo por la fragmentación normativa genera complejidades operativas que no enfrentan las empresas que operan bajo el marco regulatorio de la Unión Europea. La falta de una visión estratégica integral para el desarrollo del comercio electrónico en Chile contrasta con el enfoque sistemático hacia la digitalización y la transformación en una nación inteligente que tiene la Unión Europea. Las brechas claras observadas respecto al marco chileno actual incluyen la ausencia de un estándar técnico nacional que proporcione certeza jurídica y operativa a los participantes del mercado, la fragmentación normativa que genera complejidades operativas innecesarias, y la falta de una visión estratégica integral que articule el desarrollo del comercio electrónico con objetivos más amplios de transformación digital y competitividad económica.