

Consulta Pública Reglamento de Comercio Electrónico

I. Introducción

En los últimos años, se ha generado un crecimiento exponencial de la digitalización de la actividad económica y la vida en general, experimentando el canal de ventas electrónico tasas de crecimiento anuales en torno al 30% y 40% entre los años 2008 y 2019.

La industria del *e-commerce*, al igual que aquellas actividades expuestas más fuertemente a nuevas tecnologías, ha experimentado cambios relevantes en el último tiempo. Hoy en día, existen múltiples formas en que se ofrecen servicios o productos a consumidores a través de canales digitales, ya sea por parte de un proveedor (B2C) o entre los mismos consumidores (C2C).

Un modelo que ha ido adquiriendo protagonismo en el país es el de los “*marketplaces*”, donde proveedores y consumidores pueden ofrecer sus productos o servicios a través de plataformas propias u operadas por terceros. La estructura y modelo de negocio de dichas plataformas puede ser muy variado, donde las distintas etapas del proceso pueden ser delegadas a otros actores, como en la etapa de preventa, venta, gestión y preparación del pedido, despacho y servicio post venta o de atención al cliente.

De este modo, el comercio electrónico otorga nuevas posibilidades de emprendimiento, habilita nuevos modelos de interacción, más ágiles y personalizados, y permite un crecimiento económico inclusivo. En este sentido, las barreras geográficas y temporales se diluyen a través de los nuevos canales de venta y distribución. Asimismo, presenta una oportunidad única para que las micro, pequeñas y medianas empresas puedan proveer sus productos y servicios a través de plataformas a la cual visitan miles de consumidores, democratizando su acceso y participación en la industria del comercio.

De acuerdo a nuestro marco legal vigente, el comercio electrónico -al igual que el comercio físico tradicional- está regulado por la Ley sobre Protección de los derechos de los consumidores (“Ley N°19.496”). Esta norma dispone -en materia de Información Básica Comercial- qué información y cómo ésta debe ser proporcionada a los consumidores que adquieren productos o contratan servicios a través de canales digitales. Lo anterior, con el objeto de permitirles un acceso expedito y oportuno a dicha información y así fortalecer su derecho a la libre elección y a obtener información veraz y oportuna.

II. Objetivo

Ante el significativo desarrollo del comercio electrónico, se ha vuelto necesario subsanar ciertos defectos que se observan en la forma en que se entrega a los consumidores la información sobre las características y prestaciones esenciales del producto o servicio ofrecido a través de una plataforma digital, y respecto al precio final a pagar. Asimismo, se han detectado deficiencias en la calidad de la información entregada.

Así, el Reglamento de Comercio Electrónico tiene por objeto disponer la entrega de mejor y más información a los consumidores que adquieren productos o servicios a través de canales electrónicos, reconociendo, a la vez, el rol de cada uno de los intervinientes que participan en el proceso de

adquisición y contratación de modo de establecer de forma clara las obligaciones de cada uno de ellos.

III. Razones de someter a consulta pública

Considerando la rápida evolución de la materia que se busca regular, así como el amplio alcance que tendría esta normativa, a la luz del cada día mayor número de consumidores y vendedores que operan por canales digitales, este Ministerio estima de la mayor relevancia conocer la opinión de todos aquellos que pueden verse afectados por la normativa propuesta.

Lo anterior, con el objetivo de poder regular de la mejor manera los canales digitales de consumo, y asegurar de esta forma el derecho de los consumidores para optar libremente, basando dicha decisión en información veraz, oportuna y completa. Todo esto, siempre dentro de los límites de la potestad regulatoria de este Ministerio y dentro del marco legal vigente.

IV. Consulta

¿Cuál es su opinión en relación al texto preliminar del Reglamento de Comercio Electrónico?

El comentario u observación debe presentarse en el formato dispuesto para estos efectos y puede ser relativo al texto considerado en su conjunto, o bien, a artículos en particular.
