La Protección al Consumidor Electrónico y su Privacidad en la Vision Empresarial

Hernán Quiroz V.

Nuevos paradigmas del Derecho del Consumidor en el comercio global

- Particularidades de la contratación mediante técnicas de comunicación a distancia que hacen inaplicables las reglas tradicionales sobre contratación entre personas ausentes

- En busca de nuevas soluciones para determinar el nacimiento del contrato celebrado mediante técnicas de comunicación a distancia

Los Contratos celebrados a distancia y "la Nueva Economía"

- La Nueva Economía y la Sociedad de la Información
- Necesidad de una protección especial del consumidor en el comercio electrónico
- Distinciones que deben considerarse en la protección del consumidor electrónico
- Relación de género a especie entre comercio electrónico, contratación a distancia y contratación electrónica
- Sistemas especiales para la defensa de los derechos del consumidor en la contratación con técnicas de comunicación a distancia

Razones para privilegiar la autorregulación antes que la intervención del regulador estatal

- El Orden Público Económico Constitucional
- La experiencia práctica de las autorregulación de los proveedores electrónicos en Chile
- La inconveniencia de regulaciones excesivas o innecesarias

La Protección de la Privacidad en el Comercio Electrónico

- Elementos objetivos y subjetivos que distinguen un contrato electrónico
- Resguardos relativos a la privacidad del canal por el que se transmite el mensaje electrónico
- Resguardos al contenido de la información que se transmite en internet
- Resguardos sobre la identidad de las personas que transmiten mensajes por la red
- El repudio en los mensajes electrónicos y su diferencia con el derecho de retracto
- Resguardos frente al repudio del emisor: La certificación electrónica
- Reglas especiales sobre publicidad en internet
- La protección de los datos personales del consumidor
- Breve referencia al sistema chileno de protección de los datos de índole personal
- El Consumidor como sujeto protegido por la LPVP

Desafiós que representan las cookies para el comercio electrónico

Conclusiones