

**ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
COMISIÓN PERMANENTE ESPECIAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA Y EDUCACIÓN**

Texto Sustitutivo

**GOBERNANZA DE LOS SERVICIOS DIGITALES
Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

EXPEDIENTE N° 23184

(Texto Sustitutivo aprobado el 02 de marzo de 2022)

PRIMERA LEGISLATURA

SEGUNDO PERÍODO DE SESIONES EXTRAORDINARIAS

**ÁREA DE COMISIONES LEGISLATIVAS V
DEPARTAMENTO DE COMISIONES LEGISLATIVAS**

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:

**GOBERNANZA DE LOS SERVICIOS DIGITALES
Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

Expediente N.º 23.184

TEXTO SUSTITUTIVO

**CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

ARTÍCULO 1- Objeto, fines y ámbito de aplicación de la ley

Los fines de esta ley son los siguientes:

1. Fomentar la innovación, inclusión, el crecimiento económico y la competitividad en el mercado digital mediante reglas claras que brinden seguridad jurídica al comercio electrónico y a los contratos celebrados por medios electrónicos.
2. Proteger de manera efectiva a los consumidores, garantizar sus derechos fundamentales frente a los servicios digitales de la sociedad de la información, e incrementar sus posibilidades de decisión y autonomía en el entorno en línea.
3. Establecer un marco de transparencia y rendición de cuentas para las plataformas en línea.

El ámbito de aplicación material de la presente ley abarca las siguientes actividades:

- a. Los servicios de la sociedad de la información y, en especial, los servicios intermediarios, así como las obligaciones de interés público y transparencia que deben cumplir los prestadores de estos servicios, y su régimen de responsabilidad como intermediarios de la información que circula por sus redes o plataformas; y
- b. El comercio electrónico como manifestación de dichos servicios, es decir, las transacciones comerciales de compra y venta de bienes o servicios a través de medios electrónicos, así como las comunicaciones electrónicas y la contratación electrónica en general.

La presente ley será de aplicación a cualquier persona física o jurídica, de naturaleza pública o privada, que preste los servicios o realice las actividades

descritas anteriormente. En el caso de entidades o empresas públicas, la ley será de aplicación en el tanto la actividad y/o servicios regulados en esta ley los ejerzan en su capacidad de derecho privado.

La presente ley no será de aplicación a la contratación pública, la cual se regirá por lo dispuesto en la Ley General de Contratación Pública, N° 9986. No obstante, el capítulo II de la presente ley podrá ser de aplicación supletoria a la contratación pública cuando exista vacío o laguna en aquella ley para regular algún supuesto o formalidad en la tramitación electrónica de los concursos o actividad contractual, siempre que dicho capítulo sea compatible con la naturaleza pública de la contratación.

Las disposiciones contenidas en esta ley, se entenderán sin perjuicio de lo dispuesto en otras normas que tengan como finalidad la protección de la salud y seguridad pública, el régimen jurídico sustantivo de la contratación civil y mercantil, el régimen de tutela de los consumidores y usuarios, el régimen tributario, la propiedad intelectual, la protección de datos personales, las normas referidas a las telecomunicaciones, la normativa reguladora de la defensa de la competencia y las regulaciones sobre firma electrónica o digital y documentos electrónicos.

Los prestadores de servicios y comerciantes a quienes les sea de aplicación esta ley estarán sujetos a las demás disposiciones del ordenamiento jurídico costarricense que les sean de aplicación, en función de la actividad que desarrollen, con independencia de la utilización de medios electrónicos para su realización.

ARTÍCULO 2- Ámbito de aplicación territorial

La presente ley se aplicará a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que ofrezcan y dirijan sus servicios a destinatarios del servicio que tengan su lugar de establecimiento o residencia en Costa Rica, con independencia del lugar de establecimiento de los prestadores de dichos servicios o comerciantes.

También le será de aplicación a los comerciantes por vía electrónica que dirijan su oferta de bienes y servicios a consumidores que tengan su residencia en Costa Rica, con independencia del lugar de establecimiento de dichos comerciantes.

El Reglamento a la ley establecerá los criterios objetivos y razonables que determinarán si la oferta de servicios o bienes se están dirigiendo y ofreciendo a personas o empresas radicadas en Costa Rica.

ARTÍCULO 3- Principios

Las cuestiones relativas a las materias que se rigen por la presente ley que no estén expresamente resueltas en ella, se dirimirán de conformidad con el principio general de buena fe y los siguientes principios específicos:

a) Principio de equivalencia funcional: para efectos de esta Ley, la información dirigida a los consumidores y las transacciones de comercio electrónico cuentan con la misma tutela que las efectuadas mediante otras formas de comercio. Cualquier manifestación con carácter representativo o declarativo, expresada o transmitida por un medio electrónico o informático, se tendrá por jurídicamente equivalente a los documentos que se otorguen, residan o transmitan por medios físicos. La protección que tiene el consumidor en este ámbito no podrá ser menor a la protección otorgada por las disposiciones del Capítulo V y VI de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley N° 7472, relativo a la Defensa Efectiva del Consumidor, y su Reglamento.

b) Principio de neutralidad tecnológica: la presente ley cubre todas las situaciones de hecho en que la información se genera, almacena o transmite en forma de mensajes de datos o comunicaciones electrónicas, independientemente de la tecnología o del medio que se haya utilizado.

c) Principio de inalterabilidad del derecho preexistente: salvo en lo expresamente dispuesto en la presente ley, las disposiciones aquí establecidas no implican una modificación del derecho preexistente.

ARTÍCULO 4- Definiciones

A efectos de la presente ley, se entenderá por:

a) Medio electrónico o vía electrónica: equipos electrónicos de tratamiento (incluida la compresión digital) y de almacenamiento de datos que son transmitidos, canalizados o recibidos enteramente por cables, ondas de radio, medios ópticos o cualquier otro medio electromagnético, conocido o por conocerse, o medio que sea técnicamente equivalente. Se consideran medios electrónicos, entre otros que pudieran existir, los canales digitales, el correo electrónico, la Internet, las cadenas de bloques (“blockchain”), las tecnologías de libro mayor distribuido (“DLT”), o el intercambio electrónico de datos (“EDI”).

b) Comunicación electrónica: toda comunicación que una persona física o jurídica haga por medios electrónicos.

c) Contrato electrónico: cualquier contrato cuya celebración se haya efectuado por medios electrónicos.

d) Comercio electrónico: transacciones comerciales de bienes o servicios cuya negociación y celebración se haya efectuado a distancia y a través de medios electrónicos.

e) Documento electrónico: cualquier manifestación con carácter representativo o declarativo, expresada o transmitida por un medio electrónico o informático, en

los términos de la Ley N.º 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos.

- f) Iniciador de una comunicación electrónica: toda persona física o jurídica que haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar una comunicación electrónica antes de ser almacenada, si ese es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario a su respecto.
- g) Destinatario de una comunicación electrónica: la persona física o jurídica designada por el iniciador para recibir una comunicación electrónica, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a ella.
- h) Servicio de la sociedad de la información: todo servicio prestado normalmente a cambio de remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario del servicio. Este concepto comprende también los servicios no remunerados por esos destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador del servicio. Los servicios de intermediación regulados en esta ley son un tipo de servicio de la sociedad de la información.

Las actividades o servicios como la entrega física de mercancías en sí misma o la prestación de servicios que no se efectúe por vía electrónica y a distancia, no están cubiertas por esta definición ni están sujetas a esta ley.

- i) Sistema de información: todo sistema que sirva para generar, enviar, recibir, almacenar o procesar de alguna otra forma comunicaciones electrónicas.
- j) Sistema automatizado de mensajes -agente automático-: programa informático o un medio electrónico o algún otro medio automatizado utilizado para iniciar una acción o para responder a operaciones o mensajes de datos, que actúe, total o parcialmente, sin que una persona física haya de intervenir o revisar la actuación cada vez que se inicie una acción o que el sistema genere una respuesta.
- k) Establecimiento mercantil: todo lugar donde una parte mantiene un centro de operaciones no temporal para realizar una actividad económica distinta del suministro transitorio de bienes o servicios desde determinado lugar.
- l) Mercado electrónico o plataforma de comercio electrónico: toda plataforma en línea creada por un prestador de servicios de la sociedad de la información, que actúa como un tercero neutral para poner en contacto a comerciantes y consumidores.
- m) Contenido digital: datos que se producen y suministran en formato digital.
- n) Contenido ilícito: toda información o actividad, incluida la venta de productos o la prestación de servicios, que haya sido determinado como ilícita por parte de la autoridad judicial competente.

- o) Conocimiento efectivo: se genera a partir del momento en que los prestadores de servicios de intermediación son debidamente notificados por la autoridad judicial competente, siguiendo el procedimiento establecido en esta ley, sobre la ilicitud del contenido.
- p) Servicios de intermediación o intermediarios: para efectos de esta ley, serán servicios de intermediación o intermediarios, los siguientes:
 - i. Los servicios de mera transmisión: consistentes en transmitir, en una red de comunicaciones, información facilitada por el destinatario del servicio o en facilitar acceso a una red de telecomunicaciones, incluyendo servicios técnicos auxiliares funcionales.
 - ii. Los servicios de copia temporal de datos (caching): consistentes en transmitir por una red de comunicaciones información facilitada por el destinatario del servicio, que conlleve el almacenamiento automático, provisional y temporal de esta información, prestado con la única finalidad de hacer más eficaz la transmisión ulterior de la información a otros destinatarios del servicio, a petición de estos.
 - iii. Los servicios de alojamiento de datos: consistentes en almacenar datos facilitados por el destinatario del servicio y a petición de este.
- q) Plataforma en línea: un prestador de un servicio de alojamiento de datos que, a petición de un destinatario del servicio, almacena y difunde al público información, salvo que esa actividad sea una característica menor o puramente auxiliar de otro servicio o funcionalidad del servicio principal y, por razones objetivas y técnicas, no pueda utilizarse sin ese otro servicio, y la integración de la característica o funcionalidad en el otro servicio no sea un medio para eludir la aplicabilidad de la presente ley.
- r) Difusión al público: poner información a disposición de un número potencialmente ilimitado de terceros a petición del destinatario del servicio que ha facilitado dicha información.
- s) Interfaz en línea: todo programa informático, incluidos los sitios web o partes de sitios web, y las aplicaciones, incluidas las aplicaciones móviles, que permita a los destinatarios del servicio acceder al servicio intermediario pertinente e interactuar con él.
- t) Sistema de recomendación: un sistema total o parcialmente automatizado y utilizado por una plataforma en línea para proponer, priorizar o clasificar en su interfaz en línea información específica para los destinatarios del servicio, por ejemplo, a consecuencia de una búsqueda iniciada por el destinatario o que determine de otro modo el orden relativo o la relevancia de la información presentada.

- u) Comerciante: toda persona física, entidad de hecho o de derecho definida como tal en la Ley N.º 7472, de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor.
- v) Prestador del servicio de la sociedad de la información o “prestador del servicio”: cualquier persona física o jurídica que suministre un servicio de la sociedad de la información.
- w) Destinatario del servicio de la sociedad de la información o “destinatario del servicio”: cualquier persona física o jurídica que utilice un servicio de la sociedad de la información por motivos profesionales, personales, o de otro tipo y, en especial, que utilice los servicios de intermediación definidos en esta ley. Un destinatario del servicio de la sociedad de la información puede o no ser, a su vez, un consumidor.
- x) Consumidor: persona física o entidad de hecho o de derecho, definida como tal en la Ley N.º 7472, de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor.
- y) Comunicación comercial electrónica (publicidad digital o por Internet): toda comunicación electrónica con o sin fines de venta directa, dirigida a la promoción directa o indirecta de la imagen, los bienes o servicios de una empresa, organización o persona, que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.
- z) Contratación a distancia: todo contrato celebrado entre un comerciante y un consumidor en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea de las partes y, en el que se han utilizado comunicaciones electrónicas hasta el momento en que se celebra el contrato y en la propia celebración de este.
- aa) Sistema de pago electrónico: todo sistema que facilite la aceptación de pagos electrónicos para las transacciones electrónicas.
- bb) Moderación de contenidos: actividades, tanto por medios automatizados como manuales, realizadas por los prestadores de servicios intermediarios destinadas a detectar, identificar y actuar contra contenidos ilícitos declarados como tales o contra información incompatible con sus términos y condiciones, que los destinatarios del servicio hayan proporcionado; por ejemplo, la adopción de medidas que afecten a la disponibilidad, visibilidad, monetización y accesibilidad de dicho contenido ilícito o de dicha información, como la relegación de la información, la inhabilitación del acceso a esta, su exclusión de las listas, su desmonetización o su retirada, su bloqueo o supresión, o que afecten a la capacidad de los destinatarios del servicio de proporcionar dicha información, como la eliminación o suspensión de la cuenta de un destinatario del servicio.

cc) Términos y condiciones: todas las condiciones o especificaciones, sea cual sea su nombre y forma, establecidas por el prestador de servicios, que rigen la relación contractual entre el prestador de servicios intermediarios y los destinatarios de los servicios.

CAPÍTULO II DE LAS COMUNICACIONES, LA CONTRATACIÓN Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Sección Primera

De las comunicaciones electrónicas y la contratación electrónica en general

ARTÍCULO 5- Reconocimiento jurídico de las comunicaciones, documentos y contratos electrónicos

No se negará validez, fuerza ejecutoria, efectos jurídicos, ni admisibilidad como prueba en procesos judiciales, administrativos o arbitrales, a una declaración, comunicación, documento o a un contrato por la sola razón de que esa declaración, comunicación, documento o contrato conste o se haya emitido en formato electrónico.

Cuando la ley requiera que una cierta información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, comunicación electrónica o documento electrónico, si la información que este contiene es accesible en cualquier momento para su ulterior consulta.

En aquello no regulado en esta ley sobre documentos electrónicos y firmas electrónicas o digitales, se aplicará la Ley N.º 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos.

ARTÍCULO 6- Tiempo y lugar de envío y de recepción de las comunicaciones electrónicas

Toda comunicación electrónica se tendrá por emitida en el momento en que salga de un sistema de información que se halle en la esfera de control del iniciador o de quien la envió en nombre de este. En caso que la declaración no deba salir de un sistema de información en el que se generó el mensaje, se considerará expedida en el momento de su llegada al destinatario.

La comunicación electrónica se tendrá por recibida en el momento en que pueda ser recuperada por el destinatario en una dirección electrónica que él haya designado. La comunicación electrónica se tendrá por recibida en otra dirección electrónica del destinatario en el momento en que pueda ser recuperada por el destinatario en esa dirección y en el momento en que el destinatario tenga conocimiento de que esa comunicación ha sido enviada a dicha dirección. Se

presumirá que una comunicación electrónica puede ser recuperada por el destinatario en el momento en que llegue a la dirección electrónica de éste.

ARTÍCULO 7- Régimen jurídico de las comunicaciones comerciales y de las ofertas electrónicas

Las comunicaciones comerciales, las invitaciones a presentar ofertas y las ofertas efectuadas por medios electrónicos o digitales se regularán, a falta de norma especial, por la presente ley y por la normativa vigente en materia de protección al consumidor, ésta última cuando el destinatario sea un consumidor.

En todo caso, serán de aplicación la Ley N.º 8642, Ley General de Telecomunicaciones” y la Ley N.º 8968, Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, o cualquiera que las sustituya, en aquellas materias sujetas a su ámbito de aplicación.

ARTÍCULO 8- Invitaciones para presentar ofertas

Toda propuesta de celebrar un contrato presentada por medio de una o más comunicaciones electrónicas que no vaya dirigida a una o varias partes determinadas, sino que sea generalmente accesible para toda persona que haga uso de sistemas de información, así como toda propuesta que haga uso de canales digitales para recibir pedidos a través de dichos sistemas, se considerará una invitación a presentar ofertas. Lo anterior salvo que el prestador de servicios indique claramente su intención de quedar obligado por su oferta en caso de ser aceptada.

ARTÍCULO 9- Vigencia de invitaciones y ofertas

Las invitaciones a hacer ofertas y las ofertas realizadas mediante el uso de medios electrónicos, incluidos canales digitales, estarán vigentes durante el periodo que fije quien las efectúa y que se contenga en el documento o publicación de invitación o, en su defecto, durante el tiempo que permanezcan accesibles a sus destinatarios.

ARTÍCULO 10- Información exigida sobre las comunicaciones comerciales, invitaciones a hacer ofertas y las ofertas de contrato

Las comunicaciones comerciales, las invitaciones a hacer ofertas y las ofertas de contrato realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales y el nombre del iniciador que las realiza también deberá ser claramente identificable.

En los supuestos en que la comunicación comercial, la invitación o la oferta, incluyan alguna clase de promoción, como podrían ser descuentos, premios, regalos, concursos o alguna otra prevista por la ley, se deberá asegurar que estas queden claramente identificadas como tales y que las condiciones de acceso y, en su caso, de participación, sean fácilmente accesibles y se expresen de forma clara e inequívoca.

Queda prohibido el envío de comunicaciones comerciales, invitaciones o de ofertas de contrato, en las que se disimule o se oculte la identidad del remitente por cuenta de quien se efectúa la comunicación o que contravengan lo dispuesto en este artículo, así como aquellas en las que se incite a los destinatarios a visitar sitios de Internet que contravengan lo dispuesto en este artículo.

SECCIÓN SEGUNDA

SOBRE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

ARTÍCULO 11- Ámbito de aplicación de la sección

Las disposiciones de la presente sección regirán las relaciones entre los comerciantes y los consumidores, en el ámbito del comercio electrónico, sin detrimento de la demás normativa de protección del consumidor.

Esta sección también será aplicable a las relaciones entre prestadores de servicios de la sociedad de la información, y destinatarios de servicios de la sociedad de la información que tengan la condición de consumidores, sin perjuicio de las reglas especiales aplicables a los servicios de intermediación, contenidas en el capítulo III de esta ley, las cuales privarán sobre las de esta sección.

ARTÍCULO 12- Regla general de protección

A los consumidores que participen en el comercio electrónico o sean destinatarios de servicios de la sociedad de la información, se les otorgará una protección transparente y eficaz que no sea inferior al nivel de protección que se otorga en otras formas de comercio no electrónicas.

ARTÍCULO 13- Información sobre el comerciante o prestador del servicio de la sociedad de la información

El comerciante o prestador de servicios debe informar de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su verdadera identidad, especificando su ubicación geográfica principal, nombre o razón social, cédula jurídica y domicilio social en caso de personas jurídicas, teléfono, correo electrónico y demás puntos de contacto, información adecuada del registro del nombre del dominio para los sitios web que estén promoviendo, o del perfil o canal digital utilizado para las transacciones comerciales con consumidores y cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes.

ARTÍCULO 14- Pertinencia a programas de autorregulación o buenas prácticas

Cuando un comerciante o prestador del servicio hace pública su pertenencia a un programa de autorregulación, asociación empresarial, organización de resolución de controversias u otro organismo, debe proporcionar información suficiente al consumidor para que este pueda contactar directamente al organismo. El comerciante debe brindar a los consumidores métodos de fácil uso para verificar esta membresía, acceder a los códigos y prácticas de la organización, y utilizar cualquier mecanismo de resolución de controversias que esta ofrezca.

ARTÍCULO 15- Información sobre los bienes y servicios

El comerciante o prestador del servicio debe proporcionar al consumidor información clara, precisa, fácilmente accesible, en un lenguaje sencillo y fácil de comprender acerca de los bienes y servicios ofrecidos, de acuerdo con la naturaleza de los bienes o servicios de que se trate, de modo que el consumidor tenga información suficiente para tomar una decisión informada, por lo que no deberá inducir a error o prestarse para interpretaciones, limitaciones o condiciones que puedan afectar la capacidad del usuario final de adquirir, acceder o usar el bien o servicio.

Cuando proceda, esta información debe incluir los siguientes elementos:

- a) La funcionalidad de las interfaces, canales o contenidos digitales utilizados, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables.
- b) Toda interoperabilidad relevante del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por el comerciante.
- c) Los principales requisitos técnicos o contractuales, limitaciones o condiciones que puedan afectar la capacidad del consumidor de adquirir, acceder o usar el bien o servicio.

ARTÍCULO 16- Información sobre la transacción

El comerciante o prestador del servicio debe informar al consumidor de manera clara, previa y completa acerca de los términos y condiciones de la transacción. Los consumidores deben tener acceso fácil a esta información en cualquier etapa de la operación.

Según resulte aplicable y apropiado según la naturaleza de la transacción, la información debe incluir los siguientes elementos:

- a) El sistema de tratamiento de las reclamaciones, adoptado por el comerciante, incluidos los datos de contacto donde se atiendan las quejas del consumidor.
- b) Los procedimientos de pago, entrega y ejecución, incluyendo el transporte de las mercaderías, de haberlo.

- c) Cuando proceda, la fecha para la entrega del bien o el inicio de la prestación del servicio.
- d) Los términos del contrato en idioma español.
- e) Las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto.
- f) Un recordatorio de la existencia de una garantía legal de conformidad para los bienes, así como las condiciones para hacerla valer.
- g) Cuando proceda, la existencia de asistencia posventa al consumidor, servicios posventa y garantías comerciales, así como sus condiciones.
- h) La duración del contrato y, cuando proceda, el plazo mínimo de duración de este. Si el contrato es de duración indeterminada o si se prorroga de forma automática, las condiciones para su resolución.

ARTÍCULO 17- Información sobre el precio

El comerciante o prestador del servicio está obligado a informar al consumidor, de forma clara, previa y fácilmente visible, sobre el precio total de los bienes o servicios, el cual incluirá el precio y los costos adicionales, siempre y cuando tales costos se encuentren asociados a la provisión de ese bien o servicio. Cuando se contraten servicios adicionales cuya provisión dependa de un tercero, esos costos deben ser informados por este tercero. Para estos efectos los costos adicionales serán: los impuestos, los gastos de transporte, entrega, servicios postales y cualquier otra comisión, cargo, gasto o erogación adicional que se requiera cubrir con motivo de la adquisición o contratación respectiva. Los servicios de transporte contratados directamente por el consumidor no serán considerados como costos adicionales.

En el caso de que el precio no pueda ser calculado razonablemente de antemano, debido a la naturaleza de los bienes o de los servicios, debe indicarse la forma en que se determinará. Si los costos adicionales no pueden ser calculados razonablemente de antemano, deberá informarse acerca de la posibilidad de que estos sean incluidos en el precio total y, cuando esto sea técnicamente posible, la forma en que serán calculados.

Cuando se trate de un contrato de duración indeterminada o de un contrato sujeto a suscripción, el precio incluirá el total de los costos adicionales por período de facturación. Cuando dichos contratos se cobren con arreglo a una tarifa fija periódica, el precio total también deberá incluir los costos adicionales.

El comerciante deberá brindar, en todos los casos, un desglose de los rubros incluidos en el precio total.

ARTÍCULO 18- Patrones oscuros de diseño, opciones preseleccionadas y engaños en la suscripción

En el ofrecimiento de bienes y servicios, el comerciante o prestador del servicio debe abstenerse de seleccionar previamente cualquier prestación, así como la contratación automática de prestaciones sucesivas o recurrentes. Tal conducta será considerada un engaño en la suscripción que incorpora una venta atada en perjuicio del consumidor.

En todo caso, el comerciante debe garantizar que el consumidor sea quien seleccione libremente y de manera inequívoca las prestaciones, predeterminadas o no por el proveedor, que desee incorporar al contrato.

Se prohíbe al comerciante o prestador del servicio diseñar, organizar o gestionar sus interfaces en línea de manera que engañen, induzcan o manipulen a los destinatarios del servicio o consumidores, o de manera que distorsionen u obstaculicen sustancialmente de otro modo la capacidad de los destinatarios de su servicio o consumidores, de tomar decisiones libres, autónomas e informadas.

La Comisión del Consumidor deberá emitir y publicar directrices razonables y proporcionales, previa audiencia al público y partes interesadas, sobre cómo aplicará el párrafo anterior a prácticas específicas y, en particular, a las siguientes prácticas:

- a) Dar más protagonismo a determinadas opciones al pedir al destinatario del servicio o consumidor que tome una decisión;
- b) Solicitar reiteradamente que el destinatario del servicio o consumidor elija una opción cuando ya se haya hecho esa elección, especialmente a través de la presentación de ventanas emergentes que interfieran en la experiencia del usuario; y
- c) Hacer que el procedimiento para poner fin a un servicio requiera un esfuerzo mayor, o una cantidad mayor de pasos, que el esfuerzo o la cantidad de pasos que tomó suscribirse a él.

ARTÍCULO 19- Proceso de confirmación

El comerciante o prestador del servicio debe garantizar que el consumidor conozca de manera previa, suficiente, clara e inequívoca el momento en el cual se requiere que este confirme la transacción, así como los pasos necesarios para completarla. Durante este proceso de confirmación, el comerciante o prestador del servicio deberá presentarle al consumidor un resumen de la transacción, que incluya los bienes y servicios de que se trate, el tiempo de entrega, el precio, los eventuales costos adicionales de la transacción y el monto total de la operación, así como cualquier otro elemento relevante que integre la transacción, a fin de que el consumidor pueda verificar la información, modificar su contenido y corregir errores, así como decidir acerca de si continúa o desiste la transacción. Esta información no deberá presentarse de forma desagregada.

El comerciante no debe procesar una transacción sin que conste de manera inequívoca que el consumidor ha consentido expresamente todos sus términos.

ARTÍCULO 20- Perfeccionamiento del contrato

Los contratos con consumidores celebrados por medios electrónicos quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o de las condiciones con que esta fuera modificada. La simple visita a la interfaz, perfil, canal, aplicación o sitio de Internet en el cual se ofrecen determinados servicios o bienes, no impone al consumidor obligación alguna.

El consentimiento solo se entenderá formado si el consumidor:

- a) Ha tenido previamente acceso a las condiciones generales del contrato, las cuales deben estar expresadas en términos claros, comprensibles e inequívocos.
- b) Ha aceptado expresamente las condiciones del contrato. Dicha aceptación se manifestará por medio de firma digital o firma digital certificada, según lo establecido en la Ley N.º 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos. También será válida la aceptación a través de firma electrónica, si esta se compone de datos electrónicos únicos y personalísimos, que el firmante tiene bajo su posesión y custodia y que utiliza para firmar, tales como códigos, contraseñas, datos biométricos, claves criptográficas, o cualquier otro dato electrónico que permita identificar al firmante, en relación con un documento electrónico, siempre y cuando el mismo sea confiable y apropiado respecto de los fines para los que se utiliza la firma. La parte que provee los métodos de firma electrónica deberá asegurarse de que sus mecanismos son técnicamente seguros y confiables para el propósito de los mismos. A dicha parte le corresponderá probar estos requisitos en caso de que sea necesario en vía judicial o administrativa.
- c) Ha contado con la posibilidad de almacenar las condiciones del contrato digitalmente y/o imprimirlas.

Los contratos regulados en el presente capítulo se tendrán por celebrados en el lugar del domicilio del consumidor. Si el consumidor que no reside permanentemente en el país celebra el contrato encontrándose en Costa Rica, podrá decidir que los eventuales diferendos sean conocidos en Costa Rica, aplicándose la legislación costarricense.

ARTÍCULO 21- Comprobante para el consumidor

Sin detrimento de las disposiciones del artículo anterior, el comerciante o prestador del servicio, una vez perfeccionado el contrato, estará obligado a enviar al consumidor un comprobante íntegro, preciso y duradero de la transacción.

El comprobante podrá ser enviado por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación acordado previa y libremente entre las partes.

La factura electrónica de la transacción se considerará un comprobante suficiente para efectos de este artículo.

ARTÍCULO 22- Seguridad en los medios de pago

Los comerciantes o prestadores del servicio deberán adoptar sistemas de seguridad efectivos, confiables y que cumplan con los estándares mínimos exigidos en las disposiciones reglamentarias del Banco Central de Costa Rica y otras entidades competentes respecto de los sistemas de pago, con el objeto de garantizar la seguridad, la integridad y la confidencialidad de las transacciones y de los pagos electrónicos realizados por los consumidores.

El comerciante o prestador del servicio deberá informar oportunamente en su interfaz o medio electrónico sobre:

- a) El nivel de protección que se aplica a los datos entregados por los consumidores y las posibles limitaciones de los sistemas de seguridad empleados.
- b) La seguridad de los medios de pago y la tecnología que se esté utilizando para proteger la transmisión, procesamiento y almacenamiento de los datos financieros.
- c) El nombre de la entidad certificadora de los sistemas de seguridad, de haberla.

ARTÍCULO 23- Notificación del intermediario financiero

La entidad financiera que facilita la transacción realizada por medios electrónicos deberá informar inmediatamente a su cliente de la transacción realizada, por los medios de comunicación que previamente hayan sido establecidos de común acuerdo.

ARTÍCULO 24- Plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio

El comerciante o prestador del servicio deberá respetar el plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio. De no ser así, se entenderá que ha incumplido el contrato y deberá devolverle al consumidor la suma de dinero pagada, sin ninguna deducción y en un plazo razonable; salvo que demuestre que las causas del retraso en la entrega no son imputables al prestador del servicio. Una vez superadas dichas causas y, en cualquier caso, a más tardar diez días hábiles después de comunicado al consumidor o destinatario del servicio el retraso y sus causas, el comerciante o proveedor deberá entregar el bien o servicio, o devolver la suma pagada por dicho bien o servicio.

En caso de no informar dicho plazo de entrega, se entenderá que el contrato se cumplirá de conformidad con lo dispuesto en el artículo 465 del Código de Comercio.

ARTÍCULO 25- Reclamaciones del consumidor

El comerciante o prestador del servicio debe establecer un mecanismo gratuito, transparente y eficaz para recibir las quejas y reclamaciones de los consumidores. Para tales efectos, deberá utilizarse el mismo medio de comercio electrónico empleado para completar la transacción.

Dicho mecanismo deberá ser de fácil acceso y uso por parte del consumidor, y el comerciante o prestador del servicio deberá informar además los plazos de respuesta, que deberán ser razonables según el caso que se trate, así como los medios o las alternativas con que cuenta el consumidor para dar seguimiento a su reclamación. El Reglamento a esta Ley determinará dichos plazos.

Las resoluciones que resuelvan una reclamación del consumidor deberán ser motivadas. El comerciante o proveedor del servicio debe asegurarse de que el consumidor o destinatario del servicio reciba una copia o que pueda acceder y almacenar para consulta posterior, la resolución de su denuncia.

ARTÍCULO 26- Evaluaciones del consumidor

El comerciante o prestador del servicio, siempre que la naturaleza del negocio, del servicio o de las transacciones lo permitan, debe establecer un mecanismo gratuito y transparente para recibir y publicar las evaluaciones, tanto positivas como negativas, que los consumidores o destinatarios del servicio realicen acerca de la calidad de los bienes y servicios que han adquirido del comerciante. Este mecanismo deberá ser de fácil acceso y utilización para el consumidor; el cual deberá ser informado de su existencia. La Comisión Nacional del Consumidor podrá dictar lineamientos sobre el tipo de proveedores digitales que deberán cumplir con dichas evaluaciones.

La obligación establecida en este artículo no será aplicable a comerciantes o proveedores que demuestren estar registrados como micro, pequeña o mediana empresa (pymes) ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), durante el plazo y en el tanto mantengan esa condición.

ARTÍCULO 27- Reglas para realizar la publicidad y el mercadeo

La publicidad y el mercadeo que efectúe el comerciante o prestador del servicio deben ser claramente identificables como tales. Asimismo, deben detallar la empresa en cuyo nombre se realizan, cuando el no hacerlo pueda resultar engañoso.

El comerciante o prestador del servicio debe garantizar que cualquier publicidad o mercadeo de bienes o servicios sea consistente con sus características, acceso y

uso reales. Asimismo, deberá informar el precio final del bien o servicio, de manera que no se tergiverse el costo total incluidos todos los rubros que lo componen, de conformidad con lo establecido por la Ley 7472 y su reglamento.

Las recomendaciones utilizadas en publicidad y mercadotecnia digitales deberán ser veraces, estar bien fundamentadas y reflejar las opiniones y la experiencia real de los que recomiendan. Cualquier conexión material entre las empresas y quienes recomienden en su nombre sus productos o servicios en línea, que pueda afectar el peso o la credibilidad que los consumidores otorgan a una recomendación, deberá ser revelada de manera clara y transparente.

ARTÍCULO 28- Publicidad dirigida a menores de edad o consumidores vulnerables

Los comerciantes o prestadores del servicio deberán tener especial cuidado en que la publicidad dirigida a menores de edad o a consumidores vulnerables, y otros que podrían no tener la facultad de comprender la información con la cual se representan, no atente contra su dignidad y bienestar integral.

Los comerciantes o prestadores del servicio están obligados, en relación con la publicidad dirigida a menores de edad, que es difundida por medio de sus sitios de Internet o por otros medios electrónicos, a:

- a) Identificar los contenidos dirigidos únicamente a adultos.
- b) Adoptar las medidas necesarias para prevenir que los menores puedan acceder a bienes y servicios que por ley no son aptos para menores de edad.
- c) Abstenerse de presentar a niños en situaciones peligrosas, salvo que se trate de advertencias en materia de seguridad; o en situaciones que atenten contra la ley, la moral, las buenas costumbres o el orden público;
- d) Abstenerse de hacer publicidad que incentive a los menores a realizar conductas impropias, ilegales, que atenten contra su dignidad, interés superior y bienestar integral, o contra el de los demás.
- e) Respetar las otras obligaciones que, en materia de publicidad dirigida a menores de edad, establece la legislación aplicable.

ARTÍCULO 29- Protección de los datos personales

Los comerciantes o prestadores del servicio están obligados a:

- a) Adoptar medidas de seguridad eficaces en sus procesos para proteger la integridad, veracidad y confidencialidad de los datos personales existentes en sus bases de datos.

b) Informar sobre el nivel de protección que otorgan a los datos personales de los consumidores, en especial en lo relativo a la transmisión, tratamiento y almacenamiento de sus datos personales.

c) Introducir en los contratos que suscriban con otros comerciantes que tengan acceso a los datos personales de los consumidores, cláusulas que tengan por objeto proteger la confidencialidad de los datos personales de los consumidores.

Lo anterior sin detrimento de las disposiciones y obligaciones que al respecto imponga la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, N.º 8968, de 5 de setiembre de 2011, o cualquiera que la sustituya.

ARTÍCULO 30- Comunicaciones electrónicas no consentidas por los consumidores

El comerciante o prestador del servicio debe abstenerse de enviar comunicaciones comerciales por cualquier medio electrónico, cuando estas no han sido previamente solicitadas o consentidas por los consumidores, o cuando no se deriven de una relación contractual o precontractual existente entre el consumidor y el el comerciante o el prestador del servicio. Para el otorgamiento de dicho consentimiento, el comerciante o prestador del servicio deberá desarrollar e implementar procedimientos efectivos y fáciles de usar por parte de los consumidores, para que estos elijan si desean recibir o no mensajes comerciales y, cuando elijan no recibirlos, su decisión debe ser acatada de forma inmediata. No se podrá supeditar la transacción comercial o la prestación del servicio, a la aceptación del consumidor de recibir comunicaciones comerciales.

Cualquier comunicación realizada con sistemas automáticos de comunicación sin el consentimiento previo del usuario, no derivada de una relación contractual o precontractual, o cuando se oculte o falsee el origen de la comunicación y no se cuente con una alternativa para poner fin a dichas comunicaciones, corresponde a una comunicación no solicitada.

Todo lo anterior sin detrimento de la aplicación de la legislación de protección de datos personales, la Ley General de Telecomunicaciones, Ley N.º 8642 de 04 de junio de 2008, y el Código Penal, Ley 4573 de 04 de mayo de 1970, sección VIII, Delitos informáticos y conexos. La Superintendencia de Telecomunicaciones, en cumplimiento de sus potestades, podrá remitir a la Comisión Nacional del Consumidor aquellos casos en que se evidencie una eventual responsabilidad de un comerciante, por la emisión de comunicaciones no solicitadas o la suscripción de bienes o servicios de forma automática o engañosa sin contar con el consentimiento expreso del consumidor, excepto, cuando se trate de operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones.

CAPÍTULO III
RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS SERVICIOS INTERMEDIARIOS DE LA
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

SECCIÓN PRIMERA
RESPONSABILIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS
INTERMEDIARIOS

ARTÍCULO 31- Servicios de mera transmisión

1. Cuando se preste un servicio de la sociedad de la información que consista en transmitir, en una red de telecomunicaciones, información facilitada por el destinatario del servicio o en facilitar el acceso a una red de telecomunicaciones, no se podrá considerar al prestador del servicio responsable de la información transmitida, a condición de que el prestador del servicio:

- a) No haya originado él mismo la transmisión.
- b) No seleccione al receptor de la transmisión.
- c) No seleccione ni modifique la información transmitida.

2. Las actividades de transmisión y concesión de acceso o conexión enumeradas en el apartado 1 engloban el almacenamiento automático, provisional y transitorio de la información transmitida, siempre que dicho almacenamiento se realice con la única finalidad de ejecutar la transmisión en la red de telecomunicaciones y que su duración no supere el tiempo razonablemente necesario para dicha transmisión.

3. El presente artículo no afectará a la posibilidad de que un órgano judicial, la Superintendencia de Telecomunicaciones o una autoridad administrativa competente, exija al prestador de servicios que ponga fin a una infracción o que la impida.

ARTÍCULO 32- Servicios de copia temporal de datos (caching)

1. Cuando se preste un servicio de la sociedad de la información consistente en transmitir por una red de telecomunicaciones información facilitada por un destinatario del servicio, el prestador del servicio no podrá ser considerado responsable del almacenamiento automático, provisional y temporal de esta información, realizado con la única finalidad de hacer más eficaz o segura la transmisión ulterior de la información a otros destinatarios del servicio, a petición de estos, a condición de que:

- a) El prestador de servicios no modifique la información.
- b) El prestador de servicios cumpla las condiciones de acceso a la información.

c) El prestador de servicios cumpla las normas relativas a la actualización de la información, especificadas de una manera ampliamente reconocida y utilizada por el sector.

d) El prestador de servicios no interfiera en la utilización lícita de tecnología, ampliamente reconocida y utilizada por el sector, con el fin de obtener datos sobre la utilización de la información.

e) El prestador de servicios actúe con prontitud para retirar la información que haya almacenado, o inhabilitar el acceso a la misma, en cuanto tenga conocimiento efectivo del hecho de que la información contenida en la fuente inicial de la transmisión ha sido retirada de la red, de que se ha inhabilitado el acceso a dicha información o de que una autoridad judicial o administrativa ha ordenado retirarla o impedir que se acceda a ella.

2. El presente artículo no afectará a la posibilidad de que una autoridad judicial o administrativa competente exija al prestador de servicios que ponga fin a una infracción o que la impida.

ARTÍCULO 33- Servicio de alojamiento de datos y plataformas en línea

1. Cuando se preste un servicio de la sociedad de la información consistente en almacenar información facilitada por un destinatario del servicio, el prestador de servicios no podrá ser considerado responsable de la información almacenada a petición del destinatario, a condición de que el prestador de servicios:

a) No tenga conocimiento efectivo de una actividad ilícita o de un contenido ilícito y, en lo que se refiere a una acción por daños y perjuicios, no tenga conocimiento de hechos o circunstancias por los que la actividad o el contenido revele su carácter ilícito, o de que,

b) En cuanto tenga conocimiento efectivo de lo anterior, el prestador de servicios actúe con prontitud para retirar el contenido ilícito o inhabilitar el acceso a este.

2. El apartado 1 no se aplicará cuando el destinatario del servicio actúe bajo la autoridad o el control del prestador de servicios.

3. El presente artículo no afectará a la posibilidad de que un órgano judicial exija al prestador de servicios que ponga fin a una infracción o que la impida.

4. Cuando una autoridad administrativa competente o el Ministerio Público tengan conocimiento sobre un potencial contenido ilícito en un servicio de alojamiento de datos o plataforma en línea, podrán acudir al Tribunal Contencioso Administrativo o al juzgado penal competente, respectivamente, a solicitar una medida cautelar tendiente a dictar una orden para dar de baja temporal el contenido, bloquear temporalmente su acceso o cualquier otra acción preventiva, a criterio de

la autoridad judicial, previa demostración de los requisitos establecidos en la legislación procesal aplicable para esos efectos y, en especial, el daño grave que se podría derivar debido a la demora del proceso judicial.

ARTÍCULO 34- Investigaciones voluntarias por iniciativa propia y cumplimiento de la legislación

Los prestadores de servicios intermediarios no serán considerados inelegibles para acogerse a las exenciones de responsabilidad a que se refieren los artículos 31, 32 y 33 por la única razón de que realicen investigaciones por iniciativa propia u otras actividades de forma voluntaria o adopte medidas con el fin de detectar, identificar y retirar contenidos ilícitos, o inhabilitar el acceso a los mismos, o adoptar las medidas necesarias para cumplir los requisitos de la legislación nacional, incluidos los estipulados en la presente ley.

Los prestadores de servicios intermediarios se asegurarán de que las investigaciones voluntarias de propia iniciativa y las medidas adoptadas con arreglo al apartado 1 sean efectivas, específicas y encaminadas a la consecución de determinados objetivos. Tales investigaciones voluntarias de propia iniciativa y medidas estarán acompañadas de las salvaguardas apropiadas, como las de supervisión humana, documentación o de cualquier otra medida adicional que garantice y demuestre que dichas investigaciones y medidas sean precisas, no discriminatorias, proporcionadas y transparentes, y que no den lugar a excesos en la supresión de contenidos. Los prestadores de servicios intermediarios se esforzarán al máximo por garantizar que, cuando se utilicen herramientas automatizadas o algoritmos, la tecnología sea lo suficientemente fiable como para limitar en la mayor medida posible el porcentaje de errores al considerar la información incorrectamente como contenido ilícito.

ARTÍCULO 35- Inexistencia de obligación general de supervisión o de búsqueda activa de hechos y protecciones al cifrado y la privacidad

Los prestadores de servicios intermediarios no tendrán ninguna obligación general, ni de jure ni de facto, por medios automatizados o no, de supervisar los datos que transmitan o almacenen, ni de buscar activamente hechos o circunstancias que indiquen la existencia de actividades ilícitas, ni de supervisar el comportamiento de las personas físicas.

Ninguna autoridad administrativa podrá impedir que los prestadores de servicios intermediarios proporcionen servicios cifrados de extremo a extremo. Tampoco podrá ninguna autoridad administrativa obligar a los prestadores de servicios intermedios a conservar de manera general e indiscriminada los datos personales de los destinatarios de sus servicios. Toda conservación selectiva de los datos de un destinatario específico será ordenada por resolución fundada emitida por una autoridad judicial competente.

ARTÍCULO 36- Órdenes de actuación contra contenidos ilícitos

1. Los prestadores de servicios intermediarios, cuando reciban una orden de actuación contra uno o varios elementos concretos de contenido ilícito, dictada por las autoridades judiciales, informarán a la autoridad que haya dictado la orden, sin dilaciones indebidas, acerca de su aplicación y especificarán las actuaciones realizadas y el momento en que se realizaron.

2. Las órdenes a que se refiere el apartado 1 deben cumplir las siguientes condiciones:

a) Que las órdenes contengan los siguientes elementos:

a.1. Una referencia a la base jurídica de la orden.

a.2. Una exposición de motivos detallada en la que se explique por qué la información es un contenido ilícito, haciendo referencia a la disposición específica del ordenamiento jurídico que se haya infringido. Cuando la orden provenga de una medida cautelar, la autoridad judicial justificará todos los requisitos establecidos en la legislación procesal aplicable y, en especial, las razones para considerar que el contenido es potencialmente ilícito.

a.3. Una indicación clara de la localización electrónica exacta de esa información, por ejemplo, uno o varios localizadores uniformes de recursos (URL) exactos y, en su caso, información adicional que permita identificar el contenido ilícito de que se trate.

a.4. Información acerca de las formas y plazos para recurrir o apelar la orden, disponibles para el prestador del servicio y para el destinatario del servicio que haya proporcionado el contenido.

a.5. Determinación de la autoridad emisora, incluida la fecha, el sello de tiempo y la firma electrónica de la autoridad, que permita al destinatario autenticar la orden y los datos de contacto de una persona de contacto en el seno de dicha autoridad.

a.6. Cuando sea necesario y proporcionado, la orden de no divulgar información sobre la retirada del contenido, la inhabilitación del acceso a este o cualquier otra restricción impuesta sobre dicho contenido, por motivos de seguridad pública, como la prevención, investigación, detección y enjuiciamiento de delitos graves. La orden de no divulgar o notificar al destinatario las razones de la restricción impuesta sobre el contenido o sobre su cuenta de usuario vencerá automáticamente y sin necesidad de declaratoria judicial, seis meses después de emitida la orden. El juez o jueza competente podrán determinar un plazo menor prorrogable, pero sin superar los seis meses aquí establecidos.

b) Que el ámbito de aplicación territorial de la orden, en virtud de las disposiciones aplicables del ordenamiento jurídico nacional y los principios

generales del Derecho internacional, no exceda de lo estrictamente necesario para alcanzar su objetivo.

3. Las condiciones y los requisitos estipulados en el presente artículo se entenderán sin perjuicio de los requisitos establecidos en la legislación procesal aplicable.

4. Los prestadores de servicios intermediarios que hayan recibido una orden tendrán derecho a tutela judicial efectiva.

ARTÍCULO 37- Órdenes de entrega de información

1. Los prestadores de servicios intermediarios, cuando reciban una orden de entrega de un elemento de información concreto, acerca de uno o varios destinatarios concretos del servicio, dictada por las autoridades judiciales competentes, informarán a la autoridad que haya dictado la orden, sin dilaciones indebidas, acerca de su recepción y aplicación.

2. Las órdenes a que se refiere el apartado 1 deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) Que la orden contenga los siguientes elementos:

a.1) Una referencia a la base jurídica de la orden.

a.2) Una indicación clara de la localización electrónica exacta, un nombre de cuenta o un identificador único del destinatario sobre el que se busca información.

a.3) Una exposición de motivos en la que se explique con qué fin se requiere la información y por qué el requisito de entrega de la información es necesario y proporcionado para determinar el cumplimiento del ordenamiento jurídico por parte de los destinatarios de los servicios intermediarios, salvo que no se pueda aportar dicha exposición por razones relacionadas con la prevención, investigación, detección y enjuiciamiento de delitos.

a.4) Información acerca de las formas y plazos para recurrir o apelar la orden, disponibles para el prestador del servicio y para el destinatario del servicio de que se trate.

a.5) Los datos de identificación de la autoridad judicial que dicte la orden y la autenticación de la orden por parte de dicha autoridad, incluidos la fecha, el sello de tiempo y la firma electrónica de la autoridad que dicte la orden de entrega de información.

b) Que la orden solo requiera que el prestador aporte información ya recabada para los fines de la prestación del servicio y que esté bajo su control o de su grupo de interés económico.

5. Las condiciones y los requisitos estipulados en el presente artículo se entenderán sin perjuicio de los requisitos establecidos en la legislación procesal aplicable.

6. Los prestadores de servicios intermediarios que hayan recibido una orden tendrán derecho a tutela judicial efectiva, así como a interponer los recursos que procedan, según la legislación procesal aplicable.

ARTÍCULO 38- Vías de recurso para los destinatarios del servicio

Los destinatarios del servicio cuyo contenido se ha retirado en virtud del artículo 36 o cuya información se solicite con arreglo al artículo 37 tendrán derecho a tutela judicial efectiva y recurso contra dichas órdenes, incluido, si procede, el restablecimiento de contenidos, cuando dichos contenidos se ajusten a los términos y condiciones, pero hubiesen sido erróneamente considerados ilegales por el prestador de servicios o por la propia autoridad judicial.

SECCIÓN SEGUNDA OBLIGACIONES DE DILIGENCIA DEBIDA APLICABLES A TODOS LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN

ARTÍCULO 39- Puntos de contacto

Los prestadores de servicios intermediarios podrán establecer, y en ese caso comunicar a la Comisión Nacional del Consumidor, un punto único de contacto que permita la comunicación directa, por vía electrónica, con las autoridades nacionales, con respecto a la aplicación de la presente ley. El medio electrónico que señalen dichos prestadores para las comunicaciones valdrá como medio válido de notificación de las órdenes contempladas en los artículos 36 y 37 de esta ley, así como de cualquier denuncia o procedimiento administrativo que se inicie en su contra en aplicación de la presente ley.

ARTÍCULO 40- Términos y condiciones

1. Los términos y condiciones de los servicios intermediarios deberán cumplir lo siguiente:

- a) Deberán ser justas, no discriminatorias y transparentes.
- b) Deberán estar redactadas en lenguaje claro, sencillo e inequívoco y deben ser de acceso público, en un formato fácilmente accesible.
- c) Deberán estar disponibles en lenguaje español.

d) Incluirán información sobre cualquier restricción, prohibición o modificación que impongan en relación con el uso de su servicio respecto del contenido proporcionado por los destinatarios del servicio.

e) Incluirán también información de fácil acceso sobre el derecho de los destinatarios del servicio a interrumpir el uso del servicio.

f) Incluirán información sobre todo tipo de políticas, procedimientos, medidas y herramientas que utilice el prestador del servicio intermediario con fines de moderación de contenidos, incluidas las decisiones algorítmicas y la revisión humana. La información que se brinde deberá ser la suficiente para que el destinatario comprenda el funcionamiento general y los parámetros utilizados en la moderación de contenidos, pero sin comprometer el secreto comercial de los proveedores de los servicios intermediarios ni la seguridad de sus plataformas o servicios.

g) Cualquier cambio significativo en las condiciones contractuales debe ser notificado inmediatamente a los destinatarios del servicio junto con una explicación al respecto, siempre y cuando la plataforma haya recopilado los datos de contacto del destinatario. Caso contrario, deberá asegurarse de que los destinatarios del servicio puedan conocer los cambios significativos y específicos efectuados y puedan consultarlos en cualquier momento.

2. Los prestadores de servicios intermediarios actuarán de manera justa, transparente, coherente, diligente, oportuna, no arbitraria, no discriminatoria y proporcionada para aplicar y ejecutar las restricciones a que se refiere el apartado 1.d) de este artículo, con la debida consideración de los derechos e intereses legítimos de todas las partes implicadas, incluidos los derechos fundamentales aplicables de los destinatarios del servicio consagrados en la Constitución Política y en los instrumentos de derechos humanos suscritos y vigentes en Costa Rica, especialmente la libertad de expresión.

3. Los prestadores de servicios intermediarios facilitarán a los destinatarios de los servicios un resumen sucinto, fácilmente accesible y en un formato legible por máquina de los términos y condiciones, en un lenguaje claro, fácil de utilizar e inequívoco. En dicho resumen se indicarán los principales elementos de los requisitos de información, incluida la posibilidad de que se excluyan fácilmente las cláusulas opcionales y las medidas correctivas y mecanismos de recurso disponibles.

ARTÍCULO 41- Obligaciones de transparencia informativa de los prestadores de servicios intermediarios

Los prestadores de servicios intermediarios estarán sujetos a los requerimientos de información razonables que le efectúe la Comisión Nacional del Consumidor para verificar el cumplimiento de este capítulo, así como para garantizar la transparencia

de los servicios intermediarios y el respeto a los derechos de los destinatarios de sus servicios.

La Comisión Nacional del Consumidor no exigirá la entrega de información cuyo costo de cumplimiento pueda resultar desproporcionado para los prestadores de servicios intermediarios que se encuentren registradas como micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), salvo aquella expresamente exigida por esta ley.

ARTÍCULO 42- Prohibición de diseño manipulativo y patrones oscuros en interfaces en línea

1. Se prohíbe a los proveedores de servicios intermediarios diseñar, organizar o gestionar sus interfaces en línea de manera que engañen, induzcan o manipulen a los destinatarios del servicio o consumidores, o de manera que distorsionen u obstaculicen sustancialmente de otro modo la capacidad de los destinatarios de su servicio, de tomar decisiones libres, autónomas e informadas.

La Comisión del Consumidor deberá emitir y publicar directrices razonables y proporcionales, previa audiencia al público y partes interesadas, sobre cómo aplicará el párrafo anterior a prácticas específicas y, en particular, a las siguientes prácticas:

- a) Dar más protagonismo a determinadas opciones al pedir al destinatario del servicio o consumidor que tome una decisión;
- b) Solicitar reiteradamente que el destinatario del servicio o consumidor elija una opción cuando ya se haya hecho esa elección, especialmente a través de la presentación de ventanas emergentes que interfieran en la experiencia del usuario; y
- c) Hacer que el procedimiento para poner fin a un servicio requiera un esfuerzo mayor, o una cantidad mayor de pasos, que el esfuerzo o la cantidad de pasos que tomó suscribirse a él.

2. Cuando proceda, los proveedores de servicios intermediarios adaptarán sus características de diseño para garantizar un elevado nivel de privacidad, seguridad y protección desde el diseño para los menores de edad.

SECCIÓN TERCERA
OBLIGACIONES DE DILIGENCIA DEBIDA APLICABLES A LOS
PRESTADORES DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO DE DATOS, INCLUIDAS
LAS PLATAFORMAS EN LÍNEA

ARTÍCULO 43- Mecanismos de notificación y acción

1. Los prestadores de servicios de alojamiento de datos establecerán mecanismos que permitan que cualquier persona física o jurídica, pública o privada, les notifique la presencia en su servicio de elementos de información concretos que esa persona física o entidad considere contenidos ilícitos. Dichos mecanismos serán de fácil acceso y manejo, y permitirán el envío de avisos exclusivamente por vía electrónica.

2. Los mecanismos mencionados en el apartado 1 serán tales que faciliten el envío de avisos suficientemente precisos y adecuadamente fundamentados. Con ese fin, los prestadores adoptarán las medidas necesarias para habilitar y facilitar el envío de avisos válidos que contengan todos los elementos siguientes:

a) Una explicación detallada de los motivos por los que una persona física o entidad considera que la información en cuestión es contenido ilícito.

b) En la medida de lo posible, pruebas que respalden la alegación.

c) Una indicación clara de la localización electrónica de esa información, en particular la(s) URL exacta(s) o, en su caso, información adicional que permita detectar el contenido ilícito.

d) El nombre y una dirección de correo electrónico de la persona física o entidad que envíe el aviso.

e) Una declaración que confirme que la persona física o entidad que envíe el aviso está convencida de buena fe de que la información y las alegaciones que dicho aviso contiene son precisas y completas.

3. Una vez recibido el aviso, los proveedores evaluarán discrecionalmente si procede tomar alguna acción respecto del contenido denunciado, siguiendo en todo momento sus propios Términos y Condiciones. Lo anterior sin perjuicio de que una autoridad judicial ordene tomar una acción determinada respecto de ese contenido denunciado, en los términos regulados en esta Ley, en cuyo caso los proveedores deberán acatar la orden judicial.

4. La información que haya sido objeto de un aviso permanecerá accesible mientras siga pendiente la evaluación por parte del proveedor, sin perjuicio del derecho de los prestadores de servicios de alojamiento de datos a aplicar sus términos y condiciones.

5. Cuando el aviso contenga el nombre y la dirección de correo electrónico de la persona física o entidad que lo envíe, el prestador de servicios de alojamiento enviará de inmediato un acuse de recibo del aviso a dicha persona física o entidad.

6. El prestador también notificará a esa persona física o entidad, sin dilaciones indebidas, su decisión al respecto de la información a que se refiera el aviso e

incluirla informaci3n sobre las vfas y formas en que la persona podr3 recurrir o apelar esa decisi3n.

7. Cualquier decisi3n tomada respecto del contenido denunciado deber3 ser motivada conforme al artfculo siguiente.

ARTfCULO 44- Motivaci3n de las decisiones de remoci3n

1. Los prestadores de servicios de alojamiento de datos deber3n proporcionar una declaraci3n de motivos clara y especfca a cualquier destinatario del servicio afectado por cualquiera de las siguientes restricciones impuestas por el hecho de que la informaci3n proporcionada por el destinatario del servicio sea un contenido ilegal o incompatible con sus condiciones generales:

- a) Cualquier restricci3n de la visibilidad de los elementos de informaci3n concretos facilitados por el destinatario del servicio, incluida la eliminaci3n de contenidos, el bloqueo del acceso a estos o su relegaci3n;
- b) La suspensi3n, cesaci3n u otra restricci3n de los pagos monetarios;
- c) La suspensi3n o cesaci3n total o parcial de la prestaci3n del servicio;
- d) La suspensi3n o supresi3n de la cuenta del destinatario del servicio.

Esta obligaci3n no se aplicar3 cuando las restricciones impuestas sobre el contenido o la informaci3n del destinatario, obedezcan a un uso indebido, abusivo y/o frecuente de los servicios del proveedor, o cuando una autoridad judicial competente ha requerido que no se informe al destinatario por motivos de seguridad p3blica o por estar en curso una investigaci3n penal. Una vez vencida la orden judicial en los t3rminos del artfculo 36, el proveedor deber3 informar al destinatario afectado sobre las razones de la decisi3n, siguiendo el presente artfculo.

2. La exposici3n de motivos a que se refiere el apartado 1 contendr3 al menos la siguiente informaci3n:

- a) Si la decisi3n conlleva la retirada de la informaci3n, o la inhabilitaci3n del acceso a la misma su relegaci3n o impone otras medidas en relaci3n con esta.
- b) Los hechos y circunstancias en que se ha basado la adopci3n de la decisi3n, que incluir3n, en su caso, si la decisi3n se ha adoptado en respuesta a un aviso enviado de conformidad con el artfculo 43; sobre la base de investigaciones voluntarias de propia iniciativa; o en respuesta a una orden emitida de conformidad con el artfculo 36 y, si procede, la identidad de quien notifica.
- c) En su caso, informaci3n sobre el uso de medios automatizados o algorfcmicos para adoptar la decisi3n, que incluir3 si la decisi3n se ha adoptado al respecto de contenidos detectados o identificados utilizando medios automatizados o algorfcmicos.

d) Cuando la decisión se refiera a contenidos presuntamente ilícitos, una referencia al fundamento legal utilizado y explicaciones de por qué la información se considera contenido ilícito conforme a tal fundamento.

e) Cuando la decisión se base en la presunta incompatibilidad de la información con los términos y condiciones del prestador, una referencia al fundamento contractual utilizado y explicaciones de por qué la información se considera incompatible con tal fundamento.

f) Información clara sobre las posibilidades de apelación o recurso disponibles para el destinatario del servicio al respecto de la decisión, en particular a través de los mecanismos internos de tramitación de reclamaciones, y acción judicial.

3. La información facilitada por los prestadores de los servicios de alojamiento de datos de conformidad con el presente artículo será clara y fácil de comprender, y tan precisa y específica como sea razonablemente posible en las circunstancias concretas. En particular, la información será de tal naturaleza que permita razonablemente al destinatario del servicio afectado ejercer de manera efectiva las posibilidades de apelación o recurso a que se refiere la letra f) del apartado 2.

ARTÍCULO 45- Notificación de sospechas de delitos

1. Cuando un prestador de servicios de alojamiento de datos tenga conocimiento de cualquier información que le haga sospechar que se ha cometido, se está cometiendo o se ha previsto que se cometa un delito grave que implique una amenaza real e inminente para la vida o la seguridad de las personas, realizará esfuerzos razonables según las circunstancias para comunicar su sospecha prontamente a las autoridades policiales o al Organismo de Investigación Judicial y aportará, previa solicitud de la autoridad respectiva, toda la información pertinente de que disponga, la cual acredite el alegado riesgo inminente.

2. El prestador de servicios de alojamiento de datos retirará el contenido o inhabilitará el acceso al mismo, según haya sido ordenado por autoridad competente.

3. La información obtenida por una autoridad policial o judicial de conformidad con el apartado 1 no se utilizará para fines distintos a los directamente relacionados con el delito grave concreto notificado.

SECCIÓN CUARTA DISPOSICIONES ADICIONALES APLICABLES A LAS PLATAFORMAS EN LÍNEA

ARTÍCULO 46- Exclusión de pymes

Esta sección no se aplicará a las empresas registradas como micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), por el plazo y en el tiempo en que se mantengan registradas en dicho Registro. Tampoco aplicará al pequeño industrial, en los términos del artículo 2 de la Ley No. 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y su Reglamento.

Tampoco será aplicable a aquellas plataformas en línea que, aún no estando registradas en el Registro Pyme, demuestren no presentar riesgos sistémicos significativos y tener una exposición muy limitada a contenidos ilícitos. La Comisión Nacional del Consumidor evaluará las peticiones que se le presenten en ese sentido, con base en los criterios razonables y el procedimiento que se disponga vía reglamento a esta ley.

ARTÍCULO 47- Sistema interno de tramitación de reclamaciones

1. Las plataformas en línea facilitarán a los destinatarios del servicio, durante un período mínimo de seis meses desde que la decisión le es comunicada al destinatario, acceso a un sistema interno eficaz de tramitación de reclamaciones, que permita presentar las reclamaciones por vía electrónica y de forma gratuita, contra las siguientes decisiones adoptadas por la plataforma en línea sobre la base de que la información proporcionada por los destinatarios del servicio es contenido ilícito, o incompatible con sus términos y condiciones:

a) Las decisiones de retirar, relegar, inhabilitar el acceso a la información o imponer otro tipo de sanciones que restrinjan la visibilidad, disponibilidad o el acceso a esta.

b) Las decisiones de suspender, cesar o limitar la prestación del servicio, en todo o en parte, a los destinatarios.

c) Las decisiones de suspender o eliminar la cuenta de los destinatarios.

d) Las decisiones de restringir la capacidad de monetizar los contenidos proporcionados por los destinatarios.

2. Las plataformas en línea velarán porque sus sistemas internos de tramitación de reclamaciones sean de fácil acceso y manejo y habiliten y faciliten el envío de reclamaciones suficientemente precisas y adecuadamente fundamentadas.

3. Las plataformas en línea tramitarán las reclamaciones enviadas a través de su sistema interno de tramitación de reclamaciones de manera oportuna, diligente y objetiva, Cuando una reclamación contenga motivos suficientes para que la plataforma en línea considere que la información a que se refiere la reclamación no es ilícita o incompatible con sus términos y condiciones, o contenga información que indique que la conducta del reclamante no justifica la medida adoptada, revertirá la decisión a que se refiere el apartado 1 sin dilaciones indebidas, salvo que la decisión

provenza de la orden de una autoridad judicial, en cuyo caso se estará a lo ordenado por dicha autoridad.

4. Las plataformas en línea comunicarán a los reclamantes, sin dilaciones indebidas, la decisión que hayan tomado al respecto de la información a que se refiera la reclamación e informarán a los reclamantes de la posibilidad de recurrir la decisión ante el propio proveedor, o de tomar las acciones administrativas o judiciales que procedan.

5. En caso de recurso, el proveedor lo tramitará de forma diligente. Si por sus consecuencias y atendiendo a las circunstancias, la decisión entraña un alto riesgo para los derechos fundamentales del destinatario, y en especial de su libertad de expresión, se deberá garantizar intervención humana en la resolución del recurso. La Comisión Nacional del Consumidor podrá dictar lineamientos para orientar a los proveedores sobre el tipo de decisiones que, por sus consecuencias y circunstancias, se considerarán de alto riesgo.

6. Toda decisión final sobre la reclamación que implique la suspensión indefinida o la eliminación de una cuenta o perfil de un destinatario del servicio con fundamento en este artículo, deberá ser excepcional y estar precedida por un análisis jurídico del impacto de dicha decisión en los derechos fundamentales del destinatario. Además, la decisión debe ser revisada una vez transcurrido un tiempo prudente, con el objeto de evaluar el levantamiento de la suspensión o eliminación, ponderando la afectación de la permanencia de la decisión en los derechos de la persona y el interés público.

ARTÍCULO 48- Medidas contra el uso abusivo e indebido de los mecanismos de notificación y acción, y de los sistemas internos de tramitación de reclamaciones

1. Las plataformas en línea estarán facultadas para suspender, durante un período razonable y después de haber realizado una advertencia previa, la prestación de sus servicios a los destinatarios del servicio que proporcionen con frecuencia contenidos manifiestamente ilícitos. El carácter manifiesto del ilícito se determinará en atención a casos similares pasados que hayan concluido en la determinación de que el contenido concreto en cuestión es efectivamente ilícito, o cuando no sea necesario efectuar un examen legal profundo.

2. Las plataformas en línea tendrán derecho a suspender, durante un período razonable y después de haber realizado una advertencia previa, la tramitación de avisos y reclamaciones enviados a través de los mecanismos de notificación y acción y los sistemas internos de tramitación de reclamaciones, por personas físicas o entidades o por reclamantes que envíen repetidamente avisos o reclamaciones que sean manifiestamente infundados.

3. Al decidir sobre una suspensión, los prestadores de plataformas en línea evaluarán, caso por caso y de manera oportuna, diligente y objetiva, si un destinatario del servicio, persona física, entidad o reclamante efectúa los usos

indebidos de los mecanismos a que se refieren los apartados 1 y 2, teniendo en cuenta todos los hechos y circunstancias pertinentes que se aprecien a partir de la información de que disponga el prestador de la plataforma en línea.

4. Los prestadores de plataformas en línea expondrán en sus términos y condiciones, de manera clara, de uso fácil y detallada, su política de usos abusivos e indebidos a que se refieren los apartados 1 y 2, también ejemplos de los hechos y circunstancias que tengan en cuenta para evaluar si un determinado comportamiento constituye uso indebido y la duración de la suspensión.

ARTÍCULO 49- Obligación de informar a los consumidores y las autoridades sobre los productos y servicios ilícitos

1. Cuando un prestador de una plataforma en línea de comercio electrónico o mercado en línea tenga conocimiento, con independencia de los medios utilizados, que un producto o servicio ofrecido por un comerciante en la interfaz de dicha plataforma es ilegal, deberá:

a) Retirar rápidamente el producto o servicio ilegal de su interfaz.

b) Cuando la plataforma en línea disponga de los detalles de contacto del destinatario de sus servicios y pueda identificarlo sin necesidad de realizar esfuerzos desproporcionados, informará a los destinatarios del servicio que hayan comprado dicho producto o servicio sobre la ilegalidad, la identidad del comerciante y las sugerencias de acciones para obtener reparación.

c) Recopilará y publicará a través de interfaces de programación de aplicaciones un repositorio que contenga información sobre todos los productos y servicios ilícitos suprimidos de su plataforma en los últimos seis meses junto con información sobre el comerciante afectado y las opciones para obtener reparación.

ARTÍCULO 50- Obligación de debida diligencia sobre comerciantes en plataformas de comercio electrónico

1. Los prestadores de plataformas en línea de comercio electrónico se asegurarán de que los comerciantes solo puedan utilizar sus servicios para promocionar mensajes u ofrecer productos o servicios a los consumidores si han previamente verificado la identidad de dichos comerciantes y la legalidad de los bienes o servicios que el comerciante ofrecerá en sus plataformas.

2. La plataforma deberá garantizar en todo momento que el consumidor pueda identificar al comerciante que ofrece el producto o servicio y pondrá a su disposición los medios de contacto de éste.

3. La plataforma en línea podrá suspender la prestación de su servicio al comerciante cuando tenga dudas razonables sobre su identidad real o la legalidad de los bienes y servicio ofrecidos, sin perjuicio de cualquier otro motivo amparado

en los términos y condiciones de la plataforma. Si una plataforma en línea rechaza una solicitud de servicios o suspende los servicios a un comerciante, el comerciante podrá recurrir a los mecanismos de tramitación de reclamaciones previstos en esta sección.

ARTÍCULO 51- Transparencia sobre la publicidad en línea

1. Las plataformas en línea que presenten publicidad en sus interfaces en línea se asegurarán de que los destinatarios del servicio puedan conocer, por cada anuncio publicitario concreto presentado a cada destinatario específico, de manera clara e inequívoca y en tiempo real:

a) Que la información presentada en la interfaz o en partes de ella es un anuncio publicitario, incluso mediante un marcado prominente y armonizado.

b) La persona física o jurídica en cuyo nombre se presenta el anuncio publicitario.

c) La persona física o jurídica que financia el anuncio publicitario, si es diferente de la persona física o jurídica a que se refiere la letra b).

d) Información clara, significativa y uniforme acerca de los parámetros utilizados para determinar el destinatario a quien se presenta el anuncio publicitario y de la forma de cambiar esos parámetros. Esta información será la suficiente para que un destinatario o consumidor promedio comprenda los parámetros y sepa cómo modificarlos, pero sin comprometer los secretos comerciales o la propiedad intelectual de la plataforma.

2. Las plataformas en línea garantizarán que los destinatarios del servicio puedan elegir fácilmente y con conocimiento de causa al decidir sobre su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales a efectos de publicidad personalizada, de conformidad con la Ley 8969 de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, proporcionándoles información significativa, incluida información veraz sobre la forma en que se monetizarán sus datos. Las plataformas en línea garantizarán que denegar el consentimiento no sea más difícil ni tome más tiempo que concederlo.

3. Se prohíbe el uso de datos personales de menores de edad con fines comerciales relacionados con la mercadotecnia directa, la elaboración de perfiles y la publicidad personalizada basada en el comportamiento, así como dirigir publicidad personalizada a dichos menores.

ARTÍCULO 52- Transparencia de los sistemas de recomendación

1. Las plataformas en línea expondrán, de manera clara, accesible y fácil de comprender, tanto en sus términos y condiciones, como a través de un recurso o vínculo en línea específico al que se pueda acceder directamente y con facilidad,

los principales parámetros utilizados en sus sistemas de recomendación, así como cualquier opción de que disponga el destinatario del servicio para modificar dichos parámetros principales o influir en ellos.

2. Los principales parámetros a que se refiere el apartado 1 incluirán, como mínimo:

a) Los principales criterios utilizados por el sistema de que se trate que, individual o colectivamente, sean más significativos para determinar las recomendaciones.

b) Las razones de la importancia relativa de dichos parámetros.

La información señalada en los apartados 1 y 2 será la suficiente para cumplir con el deber de información y dar control a los usuarios, pero sin comprometer secretos comerciales y propiedad intelectual de las plataformas, quienes no estarán obligadas a revelar información confidencial sobre sus sistemas de recomendación.

3. Cuando haya varias opciones disponibles de conformidad con el apartado 1, las plataformas en línea proporcionarán una función clara y de fácil acceso en su interfaz en línea que permita al destinatario del servicio seleccionar y modificar en cualquier momento la opción que prefiera para cada uno de los sistemas de recomendación que determine el orden relativo de información que se le presente.

CAPÍTULO IV CÓDIGOS DE CONDUCTA

ARTÍCULO 53- Códigos de conducta

El Estado, a través de la coordinación y el asesoramiento del Ministerio Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (Micitt), el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), del Ministerio de Comercio Exterior (Comex) y de la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), impulsará la elaboración y aplicación de códigos de conducta voluntarios por parte de los prestadores de servicios de la sociedad de la información, corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores, en las materias reguladas en esta ley. Estas agrupaciones también podrán por iniciativa propia autorregularse y dotarse de códigos de conducta. Los códigos de conducta deberán ser accesibles por vía electrónica.

CAPÍTULO V RÉGIMEN SANCIONATORIO

SECCIÓN PRIMERA INFRACCIONES A LA SECCIÓN SEGUNDA DEL CAPÍTULO II

ARTÍCULO 54- Competencia para sancionar infracciones de comercio electrónico y consumidor

La Comisión Nacional del Consumidor conocerá y sancionará las infracciones a las obligaciones previstas en la sección segunda del capítulo II de esta ley, sin perjuicio de la responsabilidad penal o civil correspondiente.

La Comisión Nacional del Consumidor tendrá, frente al comercio electrónico y siempre que resulten aplicables a dicho entorno, las mismas potestades que le confiere el artículo 53 de la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

En lo no previsto en esta sección, será de aplicación la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y su reglamento.

ARTÍCULO 55- Infracciones leves

Se considerarán infracciones leves los incumplimientos a las obligaciones previstas en los artículos 12, 14, 15, 16, 18, 20, 22, 24, 25, y 29.

Las infracciones leves serán sancionadas con la multa establecida en el inciso a) del artículo 57 de la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

Debe aplicarse el máximo de la sanción administrativa indicada en el párrafo anterior cuando, de la infracción contra esta ley, se deriven daños para la salud, la seguridad o el medio ambiente, que ejerzan un efecto adverso sobre los consumidores.

ARTÍCULO 56- Infracciones graves

Se considerarán infracciones graves los incumplimientos a las obligaciones previstas en los artículos 17, 21, 26, y 27.

Las infracciones graves serán sancionadas con la multa establecida en el inciso b) del artículo 57 de la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.

Debe aplicarse el máximo de la sanción administrativa indicada en el párrafo anterior cuando, de la infracción contra esta ley, se deriven daños para la salud, la seguridad o el medio ambiente, que ejerzan un efecto adverso sobre los consumidores.

**SECCIÓN SEGUNDA
INFRACCIONES AL CAPÍTULO III**

ARTÍCULO 57- Competencia para sancionar infracciones cometidas por prestadores de servicios intermediarios

La Comisión Nacional del Consumidor prevista en la Ley 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, conocerá y sancionará las infracciones cometidas por los prestadores de servicios intermediarios a las obligaciones previstas en el capítulo III de esta ley, sin perjuicio de la responsabilidad penal o civil correspondiente.

La Comisión deberá respetar el debido proceso y el derecho de defensa previo a la imposición de las sanciones.

En lo no previsto en esta sección, será de aplicación la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y su reglamento.

ARTÍCULO 58- Infracciones leves

Serán infracciones leves al Capítulo III de esta ley, las siguientes:

- a) Llevar a cabo investigaciones voluntarias o de propia iniciativa sin cumplir las condiciones establecidas en el artículo 34.
- b) Disponer de términos y condiciones del servicio que incumplan los incisos b), c), e) o g) del artículo 40, apartado 1.
- c) No facilitar a los destinatarios del servicio el resumen de los términos y condiciones al que alude el apartado 3 del artículo 40.
- f) Incumplir las órdenes de entrega de información a las que alude el artículo 41.
- g) Disponer de un mecanismo de notificación y acción que incumpla una o varias de las condiciones y características establecidas en el artículo 43, salvo que la condición o característica omisa o defectuosa no tenga mayor trascendencia, tomando en cuenta la naturaleza del servicio, contexto y particularidades del caso.
- h) Disponer de un sistema interno de tramitación de reclamaciones que incumpla una o varias de las condiciones y características establecidas en el artículo 47, salvo que la condición o característica omisa o defectuosa no tenga mayor trascendencia, tomando en cuenta la naturaleza del servicio, contexto y particularidades del caso.
- i) No realizar esfuerzos razonables para comunicar una sospecha de delito grave que implique una amenaza real e inminente para la vida o la seguridad de las personas, en los términos del artículo 45.
- j) Incumplir lo establecido en el artículo 49.

k) Incumplir lo establecido en el artículo 50 en cuanto a la debida diligencia de las plataformas en línea de comercio electrónico.

l) Incumplir los requerimientos de información o las órdenes dictadas por la Comisión Nacional del Consumidor en ejecución de la presente ley.

Las infracciones leves se sancionarán con una multa hasta de entre diez y veinte salarios base.

La Comisión, atendiendo a las particularidades del caso, podrá imponer una sanción de apercibimiento y/o imponer conductas de hacer o no hacer hacia el prestador, previo a la imposición de la multa señalada en este artículo.

ARTÍCULO 59- Infracciones graves

Serán infracciones graves al capítulo III de esta ley, las siguientes:

a) Incumplir o cumplir defectuosa o tardíamente las órdenes de actuación previstas en el artículo 36.

b) Incumplir o cumplir defectuosa o tardíamente las órdenes de entrega de información previstas en el artículo 37.

c) Disponer de términos y condiciones que incumplan los incisos a), d) o f) del apartado 1 del artículo 40.

d) Actuar en contra de lo indicado en el apartado 2 del artículo 40 en lo que concierne a la aplicación y ejecución de las restricciones, prohibiciones o reglas aplicables al contenido o información proporcionada por los destinatarios del servicio.

e) Utilizar la estructura, función, diseño, programación o modo de funcionamiento de la interfaz en línea del servicio intermediario, o de alguna parte de esta, para distorsionar, perjudicar o limitar la capacidad de los destinatarios de servicios para adoptar una decisión o elección libre, autónoma e informada, en los términos del artículo 42, o incurrir en alguna de las conductas descritas en dicho artículo.

f) No disponer del todo de un mecanismo de notificación y acción en los términos del artículo 43.

g) Incumplir con el deber de motivación establecido en el artículo 44.

h) No disponer del todo del sistema interno de tramitación de reclamaciones previsto en el artículo 47.

- i) Incumplir lo establecido en el artículo 51 sobre transparencia en la publicidad en línea.
- j) Incumplir lo establecido en el artículo 52 sobre transparencia de los sistemas de recomendación.
- k) Incurrir en una infracción leve en más de una ocasión durante un mismo año o en 3 o más infracciones leves en menos de dos años.

Las infracciones graves se sancionarán con una multa de veinte a cincuenta salarios base y, en caso de personas jurídicas, el monto superior entre cincuenta salarios base y hasta un dos por ciento del volumen de ventas que hubiere reportado durante el periodo fiscal inmediato anterior a la comisión de la infracción. En caso de entidades domiciliadas fuera de Costa Rica que no tengan operación comercial en el país, se utilizará el volumen de ventas que hubiera reportado en el lugar donde tenga su establecimiento principal.

La Comisión Nacional del Consumidor, atendiendo a las particularidades del caso, podrá imponer una sanción de apercibimiento y/o imponer conductas de hacer o no hacer hacia el prestador, previo a la imposición de la multa señalada en este artículo.

ARTÍCULO 60- Graduación de la cuantía de las sanciones

La cuantía de las multas que se impongan se graduará atendiendo a los siguientes criterios:

- a) La existencia de intencionalidad, dolo, engaño o manipulación.
- b) Plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.
- c) La reincidencia por comisión de infracciones de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.
- d) La naturaleza y cuantía -si la hubiera- de los daños o perjuicios causados.
- e) Los beneficios patrimoniales o de cualquier otro tipo, obtenidos por la infracción.
- f) La afectación a los derechos de los destinatarios y/o usuarios del servicio.
- g) Volumen de facturación que afecte la infracción cometida.

ARTÍCULO 61- Prescripción

Las infracciones graves prescribirán a los tres años, y las leves a los dos años, contados a partir de que se cometa la infracción, salvo que se trate de hechos

continuados, en cuyo caso el plazo comenzará a computarse a partir del cese de los hechos. Cualquier solicitud de información relativa a una posible infracción, así como el inicio formal del procedimiento sancionatorio, interrumpen la prescripción. La ejecución de las sanciones impuestas prescribirá a los tres años.

CAPÍTULO VI MODIFICACIONES DE OTRAS LEYES

ARTÍCULO 62- Refórmese el artículo 6 de la Ley N.º 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos, para que en adelante se lea de la siguiente manera:

Artículo 6- Gestión y conservación de comunicaciones, contratos y documentos electrónicos

1. Cuando la ley requiera que una comunicación, documento o un contrato se proporcione o conserve en su forma original, o prevea consecuencias en el caso de que eso no se cumpla, ese requisito se tendrá por cumplido respecto de una comunicación, documento o contrato electrónico:

a) Si existe alguna garantía fiable de la integridad de la información que contiene a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, en cuanto comunicación electrónica o de otra índole; y

b) Si, en los casos en que se exija proporcionar la información que contiene, ésta puede exhibirse a la persona a la que se ha de proporcionar.

2. Para los fines del apartado a) del párrafo 1:

a) Los criterios para evaluar la integridad de la información consistirán en determinar si se ha mantenido completa y sin alteraciones que no sean la adición de algún endoso o algún cambio sobrevenido en el curso normal de su transmisión, almacenamiento o presentación; y

b) El grado de fiabilidad requerido se determinará teniendo en cuenta la finalidad para la que se generó la información, así como todas las circunstancias del caso.

ARTÍCULO 63- Refórmese el artículo 48 de la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, para que en adelante se lea de la siguiente manera:

Artículo 48 - Integración de la Comisión Nacional del Consumidor y requisitos de sus miembros

La Comisión Nacional del Consumidor está integrada por tres miembros propietarios y tres suplentes, de nombramiento del ministro o ministra de Economía, Industria y

Comercio. Deben ser personas con título de abogado y de reconocida experiencia en la materia. Al menos uno de los miembros propietarios y uno de los miembros suplentes deberán ser personas de acreditada experiencia y conocimiento académico en materia de derecho informático o digital, derechos humanos en línea, regulación digital, política pública tecnológica, o temáticas estrechamente relacionadas.

Permanecen cuatro años en sus cargos y pueden ser reelegidos.

Devengarán una dieta por sesión. El Consejo de Gobierno fijará el monto de las dietas, tomando como referencia los establecidos para las instituciones públicas y determinará el límite de las dietas que pueden pagarse por mes.

Los miembros de la Comisión deben elegir al presidente.

CAPÍTULO VII DISPOSICIONES TRANSITORIAS

TRANSITORIO I- El capítulo III, Régimen Jurídico de los Servicios Intermediarios de la Sociedad de la Información, de la presente ley entrará en vigor 12 meses después de su publicación. El resto de la ley entrará en vigor a partir de su publicación.

TRANSITORIO II- El Poder Ejecutivo reglamentará esta ley en el plazo de 6 meses a partir de su entrada en vigor, salvo el capítulo III cuya reglamentación se podrá efectuar dentro de los 2 meses siguientes a su entrada en vigor.

Rige a partir de su publicación.