

ÁREA COMISIONES LEGISLATIVAS III

EXPEDIENTE N.23.184

CONTIENE

TEXTO ACTUALIZADO CON PRIMER INFORME DE MOCIONES VÍA 137 (159 MOCIONES PRESENTADAS, 1 APROBADA, DE 24 DE ABRIL DE 2025)

Fecha de actualización: 7-05-2025

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

DECRETA:

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- Objeto, fines y ámbito de aplicación

1. El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de la sociedad de la información, el intercambio electrónico de bienes, servicios y contenidos gestados por vía electrónica, lo concerniente a las obligaciones, responsabilidad y derechos de sus actores, principalmente, de los prestadores de servicios de intermediación en línea.
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 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 digital, firma digital certificada 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.- Interpretación

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 los principios generales en que se basa esta Ley, sean: la equivalencia funcional, la neutralidad tecnológica, la inalterabilidad del derecho preexistente, la buena fe y la vis expansiva.

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: definido en los términos del artículo 3 de la Ley N.° 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos.

- b) Flexibilidad en la Elección de Tecnologías: Ninguna Parte impedirá que los proveedores de servicios públicos de telecomunicaciones tengan la flexibilidad para escoger las tecnologías que ellos usen para suministrar sus servicios, incluyendo los servicios comerciales móviles inalámbricos, sujeto a requerimientos necesarios para satisfacer intereses legítimos de políticas públicas.
- 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) Comerciante: toda persona física o jurídica, 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.
- b) Comercio electrónico: Se refiere a ofrecer, distribuir, vender, conceder el uso o el disfrute de bienes o a prestar servicios a través de internet u otros medios electrónicos como redes sociales, páginas web y plataformas virtuales.
- c) 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.
- d) Comunicación electrónica: Consiste en información de cualquier clase, generada, enviada, recibida, archivada o comunicada por medios electrónicos. Esa información comprende cualquier exposición, declaración, reclamación, aviso o solicitud, incluida la oferta y la aceptación de una oferta, que las partes hayan de hacer o decidan hacer en relación con la formación o el cumplimiento de un contrato.
- e) Contenido digital: Está conformado por: i) Los datos producidos y suministrados en formato digital, por ejemplo, video, audio, aplicaciones, juegos digitales y cualquier otro tipo de software; ii) Servicio que permite la creación, el tratamiento o el almacenamiento de los datos en formato digital, cuando dichos datos sean facilitados por el consumidor, y; iii) Servicio que permite compartir y cualquier otro tipo de interacción con datos en formato digital facilitados por otros usuarios del servicio.
- f) Contenido ilícito: toda información o actividad, incluida la venta de productos o la prestación de servicios, que haya sido determinada por la autoridad judicial competente como ilícita de acuerdo con los principios de legalidad, proporcionalidad y necesidad.

- g) Correo electrónico: Todo mensaje de texto, voz, sonido o imagen enviado a través de una red de comunicaciones que pueda almacenarse en la red o en el equipo terminal del receptor hasta que este acceda al mismo.
- h) 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.
- i) Contrato electrónico: Todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten en forma de comunicaciones electrónicas, por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones
- j) 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.
- k) Comunicación comercial electrónica (publicidad digital o por Internet): comunicación electrónica realizada o contratada por una empresa, organización o persona de cualquier tipo, que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con o sin fines de venta directa, dirigida a la promoción de su imagen, sus bienes, sus servicios, sus campañas, posiciones o actividad de cualquier índole similar.
- l) 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.
- m) 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.
- n) Documento en Soporte Electrónico: 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. En cualquier norma del ordenamiento jurídico en la que se haga referencia a un documento o comunicación, se entenderán de igual manera tanto los electrónicos como los físicos. No obstante, el empleo del soporte electrónico para un documento determinado no dispensa, en ningún caso, el cumplimiento de los requisitos y las formalidades que la ley exija para cada acto o negocio jurídico en particular.

- o) 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.
- p) Iniciador: toda persona que haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar una comunicación electrónica antes de ser archivada, si ese es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario a su respecto.
- q) 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.
- r) 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").
- s) 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.
- t) Moderación de contenidos: las actividades, estén o no automatizadas, realizadas por los prestadores de servicios, intermediarios, que estén destinadas en particular, a detectar, identificar y actuar contra contenidos o información incompatible con sus términos y condiciones generales, que los destinatarios del servicio hayan proporcionado; por ejemplo, la adopción de medidas que afecten a la disponibilidad, visibilidad y accesibilidad de dicho contenido ilícito o de dicha información, como la relegación, la desmonetización de la información, el bloqueo de esta o su supresión, o que afecten la capacidad de los destinatarios del servicio de proporcionar dicha información, como la supresión o suspensión de la cuenta de un destinatario del servicio.
- u) Motor de búsqueda en línea: un servicio intermediario que permite a los usuarios introducir consultas para hacer búsquedas de, en principio, todos los sitios web, o de sitios web en un idioma concreto, mediante una consulta sobre un tema cualquiera en forma de palabra clave, consulta de voz, frase u otro tipo de entrada, y que en respuesta muestra resultados en cualquier formato en los que puede encontrarse información relacionada con el contenido que es objeto de la consulta, salvo que esa actividad sea

una característica menor o puramente auxiliar de otro servicio o funcionalidad del servicio principal.

- v) Plataforma en línea: un prestador de un servicio de alojamiento de datos que, actuando como un tercero intermediario, 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.
 - w) 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.
 - x) Servicio de la sociedad de la información: todo servicio prestado normalmente a manera onerosa, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario del servicio. Los servicios de intermediación regulados en esta ley son un tipo de servicio de la sociedad de la información.
 - y) Sistema de información: todo sistema que sirva para generar, enviar, recibir, almacenar o procesar de alguna otra forma comunicaciones electrónicas.
 - z) 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.
- aa) Servicios de intermediación o intermediarios: Los intermediarios son los que, en relación con un mensaje de datos determinado, actúan por cuenta de otra persona, enviando, recibiendo o archivando mensajes de datos, o prestando algún servicio respecto a éste. Para efectos de esta ley, serán servicios de intermediación o intermediarios, los siguientes:
- a. 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.
 - b. Los servicios de copia temporal de datos (memoria caché): 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.

- c. Los servicios de alojamiento de datos: consistentes en almacenar datos facilitados por el destinatario del servicio y acorde a reglamento.
 - d. Los servicios de motor de búsqueda en línea: consistentes en un servicio intermediario que permite a los usuarios introducir consultas para hacer búsquedas de, en principio, todos los sitios web, o de sitios web en un idioma concreto, mediante una consulta sobre un tema cualquiera en forma de palabra clave, consulta de voz, frase u otro tipo de entrada, y que en respuesta muestra resultados en cualquier formato en los que puede encontrarse información relacionada con el contenido que es objeto de la consulta.
- bb) 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.
- cc) Sistema de pago electrónico: todo sistema que facilite la aceptación de pagos electrónicos para las transacciones electrónicas.
- dd) 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.
- ee) Servicios digitales transfronterizos: son aquellos que brinda un proveedor internacional no domiciliado en Costa Rica por medio de internet, de una aplicación o cualquier otra plataforma digital y que son consumidos desde el territorio costarricense.

CAPÍTULO II

COMUNICACIONES COMERCIALES Y OFERTAS DE CONTRATO POR VÍA ELECTRÓNICA. ETAPA PRECONTRACTUAL

ARTÍCULO 5.- 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 de 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 un medio electrónico 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 6.- 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 7.- 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 8.- 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 9.- 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 el caso en el que tengan lugar a través de correo electrónico, incluirán al comienzo del mensaje la palabra publicidad, invitación u oferta, según corresponda.

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.

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

ARTÍCULO 10.- Ámbito de aplicación de este capítulo

Las disposiciones del presente capítulo 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.

Este capítulo 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 V de esta ley, las cuales privarán sobre las de este capítulo.

ARTÍCULO 11.- 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 12.- 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, documento de identidad o cédula jurídica, domicilio social, 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 13.- Pertenencia 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 14.- 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 15.- 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, salvo que se trate de un comerciante o prestador del servicio con establecimiento fuera de Costa Rica.
- e) Las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer el derecho de retracto, sin perjuicio de las disposiciones que al respecto de dicho derecho prevé la ley 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor.
- 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 16.- 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 17.- 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. Tal conducta será considerada un engaño en la suscripción que incorpora una venta atada en perjuicio del consumidor.

El comerciante o prestador de servicios deberá brindar información al consumidor sobre la identidad del remitente, el costo del servicio, la frecuencia de remisión, y cualquier otro elemento decisivo en la contratación o adquisición del servicio.

En todo caso, el comerciante debe garantizar que el consumidor sea quien seleccione libremente y de manera inequívoca las prestaciones que desee incorporar al contrato.

Se prohíbe implementar mecanismos automáticos o de suscripción automática para obtener el consentimiento del usuario final para recibir información comercial y/o publicitaria o utilizar mecanismos que induzcan a error para obtener dicho consentimiento. En todo caso, el comerciante debe contar con el consentimiento expreso y en un medio constatable para respaldar la suscripción.

Se prohíbe el uso de patrones oscuros de diseño, entendidos estos como características de diseño de las interfaces del comercio electrónico o de los servicios de la sociedad de la información, utilizadas para engañar, dirigir o manipular a los usuarios para que efectúen un comportamiento que es directa o indirectamente rentable para un prestador de servicios o comerciante, pero a menudo perjudicial para los usuarios, o contrario a su intención.

ARTÍCULO 18.- 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 19.- Perfeccionamiento del contrato

El consentimiento se manifiesta por el concurso de la oferta y la aceptación sobre la cosa y causa que han de constituir el contrato. Hallándose en lugares distintos el que la hizo la oferta y el que la aceptó, hay consentimiento desde que el oferente recibe la aceptación. En los contratos celebrados mediante agentes electrónicos, hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación.

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 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.

ARTÍCULO 20.- 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 21.- 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 legales y reglamentarias 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. En el caso de comerciantes o prestadores del servicio domiciliados fuera de Costa Rica, podrán demostrar el cumplimiento de esta obligación por medio de certificaciones o estándares internacionales en la materia.

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 22.- 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 23.- 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.

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

ARTÍCULO 24.- 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 los medios o las alternativas con que cuenta el consumidor para dar seguimiento a su reclamación.

ARTÍCULO 25.- Evaluaciones del consumidor

El comerciante o prestador del servicio que utilice sistemas de recomendación debe establecer un mecanismo gratuito y transparente para recibir y publicar las evaluaciones, tanto positivas como negativas, que los consumidores 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.

ARTÍCULO 26.- 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, que sea el proveedor del bien o servicio directamente, y siempre que no sea intermediario o plataforma en línea, debe garantizar que cualquier publicidad o mercadeo de bienes o servicios que realice 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 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 27.- 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 28.- 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 y confidencialidad de los datos personales existentes en sus bases de datos.
- b) Informar sobre las medidas de seguridad que otorgan a 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 29.- Comunicaciones electrónicas no consentidas por los consumidores

El comerciante o prestador del servicio debe abstenerse de enviar comunicaciones comerciales por cualquier medio, 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 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. Para los efectos de esta ley, no aplicarán estos requisitos para plataformas a las que los usuarios o consumidores ingresan voluntariamente y donde pueden verse expuestos a publicidad en dichas plataformas. Sin perjuicio de lo anterior, dichas plataformas deben informar en sus términos de servicios los alcances de la publicidad a la que se verá expuesta el usuario o el consumidor.

Cualquier comunicación realizada con sistemas automáticos de comunicación, 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 del 04 de mayo de 1970. 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, excepto, cuando se trate de operadores o proveedores de servicios de telecomunicaciones.

CAPÍTULO IV RESPONSABILIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS INTERMEDIARIOS

ARTÍCULO 30.- 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 inciso uno (1) de este artículo 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 exija al prestador de servicios que ponga fin a una infracción o que la impida, siempre y cuando lo anterior sea técnica u operativamente posible para las capacidades del prestador de servicios.

ARTÍCULO 31.- Servicios de copia temporal de datos (memoria caché)

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.

ARTÍCULO 32.- 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 efectivo 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 inciso uno (1) de este artículo 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 una autoridad judicial exija al prestador de servicios que ponga fin a una infracción.

4. 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 si retira, inhabilita o suspende unilateralmente y de buena fe, el acceso a la publicación, la difusión, comunicación pública y/o la exhibición del material o contenido, para impedir la violación de las disposiciones legales aplicables o para cumplir las obligaciones derivadas de una relación contractual o jurídica, siempre que tome medidas razonables para notificar a la persona cuyo material se remueva o inhabilite.

5. Cuando una autoridad administrativa competente, el titular de un derecho subjetivo o interés legítimo potencialmente afectado, 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, juzgado civil, o 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.

No se considerará a un servicio intermediario como el proveedor de contenido de información, para determinar la responsabilidad por daños relacionados con la información almacenada, procesada, transmitida, distribuida o puesta a disposición por el servicio, excepto en la medida en que el proveedor o usuario, en su totalidad o en parte, haya creado o desarrollado la información.

ARTÍCULO 33.- Inexistencia de obligación general de supervisión o de búsqueda activa de hechos y protecciones al cifrado y la privacidad.

- 1 . Los prestadores de servicios intermediarios no tendrán ninguna obligación general de monitorizar la información que transmitan o almacenen, ni de buscar activamente hechos o circunstancias que indiquen la existencia de actividades ilícitas.
- 2 Ninguna autoridad judicial o administrativa podrá impedir que los prestadores de servicios intermediarios proporcionen servicios cifrados de extremo a extremo. Tampoco podrá ninguna autoridad judicial o 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.
- 3 Los prestadores de servicios de motor de búsqueda en línea y de plataformas en línea no serán responsables por la información contenida en los sitios web a los que dirijan a los destinatarios de sus servicios, siempre que:
 - a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información a la que remiten o recomiendan es ilícita, 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.
- 4 El inciso tres (3) de este artículo no se aplicará cuando el destinatario del servicio actúe bajo la autoridad o el control del prestador de servicios.

ARTÍCULO 34.- 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 una autoridad judicial competente, 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 inciso uno (1) anterior 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 y la firma de la autoridad (manuscrita o electrónica), que permita al destinatario verificar la autenticidad de 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. 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 35.- 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 inciso uno (1) anterior 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. La información solicitada no podrá ser utilizada o compartida con fines distintos a los informados en la exposición, sin la debida y previa notificación al proveedor de servicios intermediarios. La información solicitada no podrá ser utilizada para la persecución de delitos no relacionados o sancionados en esta Ley, particularmente la persecución de delitos políticos o relacionados.

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 y la firma (manuscrita o electrónica) de la autoridad que dicte la orden de entrega de información.

a. 6) Cuando sea necesario y proporcionado, la orden de no divulgar información sobre el hecho de la solicitud de la información al titular de la misma, por motivos de seguridad pública, como la prevención, investigación, detección y enjuiciamiento de delitos.

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.

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, así como a interponer los recursos que procedan, según la legislación procesal aplicable. A falta de disposición procesal sobre el plazo, éste será de 5 días hábiles a partir de la recepción de la orden.

ARTÍCULO 36.- Vías de recurso para los destinatarios del servicio

Los destinatarios del servicio cuyo contenido se ha retirado en virtud del artículo 35 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, siempre y cuando ello sea factible para el proveedor de servicio, cuando dichos contenidos se ajusten a los términos y condiciones, pero hubiesen sido erróneamente considerados como violatorios de sus términos y condiciones por el prestador de servicios, o hubiesen sido erróneamente considerados ilegales por el prestador de servicios o por la propia autoridad judicial.

En caso de que las restricciones o medidas impuestas sobre el contenido o sobre el destinatario del servicio, señaladas en el artículo 44, hayan sido ordenadas por una autoridad judicial, el plazo para apelar la decisión será el establecido en el derecho procesal aplicable y se presentará ante la propia autoridad judicial autora de la decisión. El plazo se computará a partir del día siguiente a la notificación hecha al destinatario por parte del prestador del servicio, salvo cuando el destinatario del servicio figure como parte del proceso judicial que dio origen a la orden, en cuyo caso la apelación se tramitará en dicho proceso, conforme a la normativa procesal aplicable. A falta de disposición legal procesal sobre el plazo para apelar, este será de 5 días hábiles, salvo que el destinatario logre demostrar, previo a su vencimiento, que requiere acceso a información razonablemente necesaria para ejercer su defensa que no le ha sido entregada, en cuyo caso el juez podrá ordenar la entrega de la información a quien esté en condiciones de entregarla, y prorrogará el plazo por 5 días hábiles adicionales contados a partir de la recepción de la información.

En caso de que las restricciones o medidas impuestas sobre el contenido o sobre el destinatario del servicio, señaladas en el artículo 41, hayan sido adoptadas por el prestador del servicio bajo sus propios Términos y Condiciones, la apelación se tramitará conforme a dichos términos y, cuando sea aplicable, bajo el sistema interno de tramitación de reclamaciones previsto para las plataformas en línea.

CAPÍTULO V

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

ARTÍCULO 37.- 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 38.- 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.
 - 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 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 inciso d) del punto uno (1) del presente 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 39.- Prohibición de diseño manipulativo y patrones oscuros en interfaces en línea

1. Los proveedores de servicios intermediarios no utilizarán la estructura, función, diseño, programación o modo de funcionamiento de su interfaz en línea, ni de ninguna parte de esta, para intencionalmente, de forma ilícita y abusiva distorsionar, perjudicar o limitar la capacidad de los destinatarios de servicios para adoptar una decisión o elección libre, autónoma e informada. En particular, sin perjuicio de otras actuaciones que puedan formar parte de la conducta prohibida anteriormente descrita, los prestadores de servicios intermediarios se abstendrán de:
 - a) Dar más protagonismo visual a cualquiera de las opciones de consentimiento al pedir al destinatario del servicio que tome una decisión.
 - b) Hacer que el procedimiento de finalización o terminación de un servicio sea significativamente más engorroso que la suscripción a este.
2. Cuando proceda, los proveedores de servicios intermediarios adaptarán sus características de diseño para garantizar un adecuado nivel de privacidad, seguridad y protección desde el diseño para las personas.

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

ARTÍCULO 40.- 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, con suficiente derecho legítimo cuando sea necesario, les notifique la presencia en su servicio de elementos de información concretos que esa persona física o entidad considere contenidos violatorios de los Términos y Condiciones.
2. Los mecanismos mencionados en el punto uno (1) anterior 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 violatorio.
 - 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 violatorio.
 - 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. Salvo en casos de reportes abusivos, 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 incluirá información

sobre las vías y formas en que la persona podrá recurrir o apelar esa decisión.

7. Cualquier decisión tomada respecto del contenido denunciado, incluso aquella que implique no tomar ninguna acción contra el contenido o el destinatario proveedor de este, deberá ser motivada. Si la decisión implica tomar algún tipo de acción o restricción de las descritas en el artículo siguiente, dicha decisión debe ser motivada en la forma establecida en dicho artículo.

ARTÍCULO 41.- Motivación de las decisiones de remoción

1. Los prestadores de servicios de alojamiento de datos deberán proporcionar una declaración de motivos clara y específica a cualquier destinatario del servicio afectado por cualquiera de las siguientes restricciones:
 - a) Cualquier restricción de la visibilidad de la información o los contenidos facilitados por el destinatario del servicio, incluida su eliminación, o el bloqueo del acceso a estos;
 - b) La suspensión, cesación u otra restricción de los pagos monetarios;
 - c) La suspensión o cesación total o parcial de la prestación del servicio;
 - d) La suspensión o supresión de la cuenta del destinatario del servicio.
 - e) Esta obligación no se aplicará cuando las restricciones impuestas por el contenido o la información del destinatario, obedezcan al uso indebido, abusivo o frecuente de los servicios del proveedor, lo cual podrá ser determinado por el prestador del servicio como medida cautelar, o cuando una autoridad judicial competente ha requerido que no se informe al destinatario por motivos de seguridad pública o por estar en curso una investigación penal. Una vez vencida la orden judicial en los términos del artículo 36, el proveedor deberá informar al destinatario afectado sobre las razones de la decisión, siguiendo el presente artículo.
2. La exposición de motivos a que se refiere el punto uno (1) anterior contendrá al menos la siguiente información:
 - a) Si la decisión conlleva la retirada de la información o contenidos, o la inhabilitación del acceso a la misma.
 - b) Las razones en que se ha basado la adopción de la decisión.
 - c) Cuando la decisión se base en el presunto incumplimiento 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, excepto cuando dicha explicación permitiría la evasión de los términos y condiciones, o contenga información sujeta a confidencialidad.

- d) Información clara sobre las posibilidades de apelación o recurso disponibles para el destinatario del servicio respecto de la decisión.
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 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 el inciso d) del punto 2 del presente artículo.

ARTÍCULO 42.- Exclusión de pymes

Este capítulo 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, aun no estando registradas en el Registro Pyme, demuestren no presentar riesgos sistémicos significativos y tener una exposición muy limitada a contenidos ilícitos. El MEIC 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 43.- Sistema interno de tramitación de reclamaciones

1. Las plataformas en línea facilitarán a los destinatarios del servicio, durante un periodo mínimo de seis meses desde la decisión a que se refiere este inciso, 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, tan pronto como le sea posible y sin dilación indebida, considerando la complejidad de la reclamación y su capacidad técnica y operativa. 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 suspensión o el cese del servicio ni la suspensión o eliminación de la cuenta, revertirá la decisión a que se refiere el punto uno (1) de este artículo sin dilaciones indebidas.
 4. Las plataformas en línea velarán por que las decisiones a que se refiere el punto tres (3) de la presente norma no se adopten exclusivamente por medios automatizados y que la intervención humana sea significativa únicamente cuando el contexto requiera una intervención humana.
 5. 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 del impacto de dicha decisión en los derechos fundamentales del destinatario.

ARTÍCULO 44.- 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 violatorios. El carácter manifiesto de la violación se determinará en atención a casos similares pasados que hayan concluido en la determinación de que el contenido concreto en cuestión es efectivamente violatorio, o cuando no sea necesario efectuar un examen legal profundo. Lo anterior no resultará aplicable si se trata de violaciones graves, en casos de violaciones repetidas, incluso en casos donde se crean nuevos perfiles para continuar infringiendo, o en los casos incluidos en el punto tres (3) del presente artículo.

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. El periodo y la advertencia no serán aplicables a usuarios que sean repetidamente infractores.
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 puntos uno y dos (1 y 2) de este artículo, 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 puntos uno y dos (1 y 2) de este artículo, 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 45.- Obligación de informar a los consumidores y las autoridades sobre los productos y servicios ilícitos

1. Cuando un prestador de servicios de una plataforma en línea de comercio electrónico o mercado en línea sea notificado directa y debidamente por una autoridad judicial competente para solicitar el retiro de productos, que un producto o servicio debe ser retirado o suspendido, deberá:
 - a) Retirar rápidamente el producto o servicio de su interfaz, y sea operativa y tecnológicamente posible.
 - b) Cuando se cuente con los detalles de contacto del destinatario de sus servicios y pueda identificarlo sin necesidad de realizar esfuerzos desproporcionados, y sea operativa y tecnológicamente posible, informará a los destinatarios del servicio que hayan comprado dicho producto o servicio sobre la situación, junto con las sugerencias que determine la autoridad competente.

ARTÍCULO 46.- Obligación de debida diligencia sobre comerciantes en plataformas de comercio electrónico

1. La plataforma realizará esfuerzos razonables para que en todo momento el consumidor pueda identificar al comerciante que ofrece el producto o servicio y pondrá a su disposición los medios de contacto de éste, directamente o por medio de la plataforma.
2. 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 ley.

ARTÍCULO 47.- 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, lo siguiente:
 - a) Que la información es un anuncio publicitario.
 - b) La persona física o jurídica en cuyo nombre se presenta el anuncio publicitario.
 - c) 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. Se prohíbe el uso de datos personales de menores de quince años 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 48.- 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, observados los secretos comerciales e industriales.

2. Los principales parámetros a que se refiere el punto uno (1) de este artículo incluirán, como mínimo:
 - a) Los principales criterios utilizados por el sistema de que se trate que sean más significativos para determinar las recomendaciones.
 - b) La importancia relativa de dichos parámetros.
 - c) Los objetivos para los que se ha optimizado el sistema; y
 - d) En su caso, una explicación del papel que desempeña el comportamiento de los destinatarios del servicio en la forma en que el sistema pertinente genera sus resultados.

Los requisitos establecidos en este punto se entenderán sin perjuicio de las normas sobre protección de secretos comerciales y derechos de propiedad intelectual.

3. Cuando haya varias opciones disponibles de conformidad con el punto uno (1) del presente artículo, 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.

ARTÍCULO 49.- 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.

ARTÍCULO 50.- 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 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 este capítulo, será de aplicación la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y su reglamento.

ARTÍCULO 51.- Competencia para sancionar infracciones de comercio electrónico y consumidor

La Comisión Nacional del Consumidor conocerá y sancionará las infracciones a las obligaciones previstas en 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 ley, será de aplicación la Ley N.º 7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, y su reglamento.

ARTÍCULO 52.- Infracciones leves

Se considerarán infracciones leves los incumplimientos a las obligaciones previstas en los artículos once (11), doce (12), trece (13), catorce (14), quince (15), diecisiete (17), diecinueve (19), veintiuno (21), veintitrés (23), veinticuatro (24), y veintiocho (28).

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 o mediante una sanción de apercibimiento al infractor.

Deberá 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 53.- Infracciones graves

Se considerarán infracciones graves los incumplimientos a las obligaciones previstas en los artículos dieciséis (16), veinte (20), veinticinco (25), y veintiséis (26).

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.

Deberá 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 54.- Infracciones leves

Serán infracciones leves para esta ley, las siguientes:

- a) Incumplir las órdenes de entrega de información a las que alude el artículo cuarenta y tres (43) de la presente ley.
- b) Disponer de un mecanismo de notificación y acción que incumpla una o varias de las condiciones y características establecidas en el artículo cuarenta y cinco (45) de la presente normativa, 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.
- c) Disponer de un sistema interno de tramitación de reclamaciones que incumpla una o varias de las condiciones y características establecidas en el artículo cuarenta y nueve (49) de esta ley, 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.
- d) Disponer de términos y condiciones del servicio que incumplan el artículo treinta y nueve (39), inciso uno (1) de esta ley.
- e) Incumplir lo establecido en el artículo cincuenta y cuatro (54) de la presente ley.
- f) Incumplir lo establecido en el artículo cincuenta y cinco (55) de esta ley en cuanto a la debida diligencia de las plataformas en línea de comercio electrónico.

- g) 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 (10) y veinte (20) 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 55.- Infracciones graves

Serán infracciones graves para esta ley, las siguientes:

- a) Incumplir o cumplir defectuosa o tardíamente las órdenes de actuación previstas en el artículo treinta y cinco (35) de esta ley.
- b) Incumplir o cumplir defectuosa o tardíamente las órdenes de entrega de información previstas en el artículo treinta y seis (36) de esta ley.
- c) 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 cuarenta y cuatro (44) de la presente ley, o incurrir en alguna de las conductas descritas en dicho artículo.
- d) No disponer del todo de un mecanismo de notificación y acción en los términos del artículo cuarenta y cinco (45) de esta ley.
- e) Incumplir con el deber de motivación establecido en el artículo cuarenta y seis (46) de esta ley.
- f) No disponer del todo del sistema interno de tramitación de reclamaciones previsto en el artículo cuarenta y tres (43) de esta ley.
- g) Incumplir lo establecido en el artículo cuarenta y siete (47) de esta ley sobre transparencia en la publicidad en línea.
- h) Incumplir lo establecido en el artículo cuarenta y ocho (48) de esta ley sobre transparencia de los sistemas de recomendación.
- i) Incurrir en una infracción leve en más de una ocasión durante un mismo año o en tres (3) o más infracciones leves en menos de dos (2) años.

- j) Las infracciones graves se sancionarán con una multa de veinte (20) a cincuenta (50) salarios base.

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 56.- 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 57- 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 VII 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.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

TRANSITORIO ÚNICO La presente ley entrará en vigor 12 meses después de su publicación. En este plazo el Poder Ejecutivo reglamentará lo correspondiente.

Rige a partir de su publicación.