

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

Texto Actualizado

(21 de marzo de 2024)

**GOBERNANZA DE LOS SERVICIOS DIGITALES Y EL COMERCIO
ELECTRÓNICO
EXPEDIENTE N° 23184**

SEGUNDA LEGISLATURA

SEGUNDO PERÍODO DE SESIONES ORDINARIAS

**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**

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 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.- Interpretación

La presente Ley se deriva, entre otras fuentes de derecho, de Leyes modelo de origen internacional.

En la interpretación de la presente Ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional y la necesidad de promover la uniformidad en su aplicación.

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 - Ámbito de aplicación territorial

La presente ley se aplicará a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que 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.

ARTÍCULO 4 - 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.º 8454, Ley de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos.
- 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 5 - 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: transacciones comerciales de bienes o servicios cuya negociación y celebración se haya efectuado a distancia y a través de medios electrónicos. Se refiere a las transacciones entre comprador y vendedor mediante una plataforma en línea que gestiona los cobros y los pagos de manera completamente electrónica.
- 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 los: i) 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 que por sí sola o en relación con una actividad, incluida la venta de productos o la prestación de servicios, que incumpla una disposición legal vigente.
- 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): 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.
- 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) 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.
- o) Documento electrónico: Todo contenido almacenado en formato electrónico, en particular, texto o registro sonoro, visual o audiovisual. Se entenderá que, a la información generada, comunicada, recibida o archivada por medios electrónicos, se le podrá incluir, cuando proceda, toda la información lógicamente asociada o vinculada de alguna otra forma a ella de modo que forme parte del documento, se haya generado simultáneamente o no
- p) Establecimiento: 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.
- q) 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.
- r) 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.
- 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) 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").
- u) 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.

- v) 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 ilícitos o información incompatible con sus 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 a la capacidad de los destinatarios del servicio de proporcionar dicha información, como la supresión o suspensión de la cuenta de un destinatario del servicio.
- w) 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
- x) 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.
- y) 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.
- z) 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. 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.
- aa) Sistema de información: todo sistema que sirva para generar, enviar, recibir, almacenar o procesar de alguna otra forma comunicaciones electrónicas.

- bb) 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.
- cc) 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.
- dd) 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.

ee) Sistema de pago electrónico: todo sistema que facilite la aceptación de pagos electrónicos para las transacciones electrónicas.

ff) 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.

ARTÍCULO 6- Reconocimiento jurídico de las comunicaciones, documentos y contratos electrónicos

No se negará validez, fuerza ejecutoria, efectos jurídicos, ni admisibilidad como prueba en procesos judiciales 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.

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

ARTÍCULO 7- 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 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 8- 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 9- 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 10- 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 11- 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.

Sección Segunda

Sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico y en la prestación de servicios de la sociedad de la información

ARTÍCULO 12- 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 13- 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 14- 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 15- 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 16- 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 17- 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 trata 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.

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 18- 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 19- 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.

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 20- 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 21- 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 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 22- 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 23- 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 24- 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 25- 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 26- 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.

ARTÍCULO 27- Evaluaciones del consumidor

El comerciante o prestador del servicio 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 28- 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 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 29- 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 30- 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, 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 31- 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 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. 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 II

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

Sección Primera

Responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios

ARTÍCULO 32- 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 33- 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 o que la impida.

ARTÍCULO 34- 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, 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.

ARTÍCULO 35- 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 36- 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 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.

3. Los prestadores de servicios de motor de búsqueda 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 apartado 3 no se aplicará cuando el destinatario del servicio actúe bajo la autoridad o el control del prestador de servicios.

ARTÍCULO 37- 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 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 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 38- 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 y la firma (manuscrita o 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. A falta de disposición procesal sobre el plazo, éste será de 5 días hábiles a partir de la recepción de la orden.

ARTÍCULO 39- 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.

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 44, 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.

Sección Segunda

Obligaciones de diligencia debida aplicables a todos los prestadores de servicios de intermediación

ARTÍCULO 40- Puntos de contacto

Los prestadores de servicios intermediarios podrán establecer, y en ese caso comunicar al Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 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 41- Representantes

1. Los prestadores de servicios intermediarios que no tengan un establecimiento en Costa Rica, pero que ofrezcan servicios en el país, o se encuentren por cualquier motivo sujetos a la aplicación de esta ley, designarán, por escrito, a una persona física o jurídica para actuar como su representante en el país.

2. Los prestadores de servicios intermediarios designarán a sus representantes, además o en lugar del prestador, como destinatarios de las comunicaciones enviadas por las autoridades nacionales sobre todas las cuestiones necesarias para la recepción, el cumplimiento y la ejecución de las decisiones adoptadas en relación con la presente ley. Los prestadores de servicios intermediarios otorgarán a su representante las facultades y los recursos necesarios para cooperar con las autoridades nacionales y cumplir sus órdenes o decisiones.

3. Los prestadores de servicios intermediarios notificarán el nombre, el domicilio, la dirección de correo electrónico y el número de teléfono empresarial de su representante, a la Unidad de Apoyo al Consumidor de la Comisión Nacional del Consumidor, que para tales efectos conformará una base de datos en cumplimiento de las estipulaciones de la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, Ley N.º 8968, de 7 de julio de 2011 y su reglamento. Se asegurarán de que esa información se mantenga actualizada.

4. La designación de un representante en el país, en virtud del apartado 1, no equivaldrá a un establecimiento ni un apoderado legal en Costa Rica. Se entiende que la designación de un representante no será necesaria cuando los prestadores de servicios intermediarios cuenten con un apoderado o agente residente debidamente inscrito en el Registro Mercantil, en cuyo caso se presumirá que dicho apoderado o agente residente fungirá como representante para los términos de este artículo, salvo que el prestador de servicios intermediarios comunique lo contrario a la Unidad de Apoyo al Consumidor de la Comisión Nacional del Consumidor.

ARTÍCULO 42- 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 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 43- 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 44- 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 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) Solicitar repetidamente al destinatario del servicio su consentimiento para el tratamiento de datos, en caso de que dicho consentimiento haya sido rechazado, con independencia del alcance o la finalidad de dicho tratamiento, en especial mediante ventanas emergentes que interfieran en la experiencia del usuario.
 - c) Instar a un destinatario de servicio a modificar un ajuste o configuración del servicio después de que ya haya realizado su elección; o
 - d) 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 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 45- 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 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 46- 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 impuestas por el hecho de que la información proporcionada por el destinatario del servicio sea un contenido ilegal o incompatible con sus condiciones generales:

a) Cualquier restricción de la visibilidad de los elementos de información concretos facilitados por el destinatario del servicio, incluida la eliminación de contenidos, el bloqueo del acceso a estos o su relegación;

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.

Esta obligación no se aplicará cuando las restricciones impuestas sobre el contenido o la información 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 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 apartado 1 contendrá al menos la siguiente información:

- a) Si la decisión conlleva la retirada de la información, o la inhabilitación del acceso a la misma su relegación o impone otras medidas en relación con esta.
- b) Los hechos y circunstancias en que se ha basado la adopción de la decisión, que incluirán, en su caso, si la decisión se ha adoptado en respuesta a un aviso enviado de conformidad con el artículo 43; sobre la base de investigaciones voluntarias de propia iniciativa; o en respuesta a una orden emitida de conformidad con el artículo 36 y, si procede, la identidad de quien notifica.
- c) En su caso, información sobre el uso de medios automatizados o algorítmicos para adoptar la decisión, que incluirá si la decisión se ha adoptado al respecto de contenidos detectados o identificados utilizando medios automatizados o algorítmicos.
- 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, incluida la posibilidad de interponer medidas cautelares.

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 47- 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 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 judiciales y aportará, previa solicitud de la autoridad respectiva, toda la información pertinente de que disponga, la cual acredite el alegado riesgo inminente.

2. Cuando así lo ordene la autoridad competente, el prestador de servicios de alojamiento de datos retirará el contenido o inhabilitará el acceso al mismo. Lo anterior sin perjuicio de que el prestador de servicios tome cualquier decisión sobre el contenido según sus propios Términos y Condiciones.

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 concreto notificado.

Sección Cuarta

Disposiciones adicionales aplicables a las plataformas en línea

ARTÍCULO 48- 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, 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 49- 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 la decisión a que se refiere este apartado, 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 por que 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, en un plazo de 10 días hábiles a partir de la fecha en que la plataforma en línea recibió la reclamación. 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 apartado 1 sin dilaciones indebidas.

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 acciones administrativas o judiciales que procedan.

5. Las plataformas en línea velarán por que las decisiones a que se refiere el apartado 3 no se adopten exclusivamente por medios automatizados y que la intervención humana sea significativa.

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 adoptada por un ser humano y 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 50- 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 51- 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 efectivo, 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 52- 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, mediante esfuerzos razonables, 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 53- 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, incluso mediante indicaciones destacadas.

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

c) La persona física o jurídica que ha pagado por 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. 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 54- 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) 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 el apartado 2 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 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 III CÓDIGOS DE CONDUCTA

ARTÍCULO 55- 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 IV RÉGIMEN SANCIONATORIO

Sección Primera Infracciones a la sección segunda del capítulo II

ARTÍCULO 56- 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 57- 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 58- 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 59- 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 60- 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) No establecer el punto único de contacto señalado en el artículo 39.
- c) No designar al representante que establece el artículo 40, no brindar la información que al respecto exige dicha norma o no dotarlo de las facultades y recursos necesarios para cooperar con las autoridades.
- d) Disponer de términos y condiciones del servicio que incumplan los incisos b), c), e) o g) del artículo 41, apartado 1.
- e) No facilitar a los destinatarios del servicio el resumen de los términos y condiciones al que alude el apartado 3 del artículo 41.
- f) Incumplir las órdenes de entrega de información a las que alude el artículo 42.
- g) Disponer de un mecanismo de notificación y acción que incumpla una o varias de las condiciones y características establecidas en el artículo 44, 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 48, 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 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 46.
- j) Incumplir lo establecido en el artículo 50.
- k) Incumplir lo establecido en el artículo 51 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 61- 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 41.
- d) Actuar en contra de lo indicado en el apartado 2 del artículo 41 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 43, 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 44.
- g) Incumplir con el deber de motivación establecido en el artículo 45.
- h) No disponer del todo del sistema interno de tramitación de reclamaciones previsto en el artículo 48.
- i) Incumplir lo establecido en el artículo 52 sobre transparencia en la publicidad en línea.
- j) Incumplir lo establecido en el artículo 53 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 62- 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 63- 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 V MODIFICACIONES DE OTRAS LEYES

ARTÍCULO 64- 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 65- Refórmese el artículo 48 de la Ley N°. 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 VI

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.