

PODER EJECUTIVO

DECRETOS

Nº 40703-MEIC

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Y

LA MINISTRA DE ECONOMIA, INDUSTRIA Y COMERCIO

De conformidad con las facultades y atribuciones que les conceden los artículos 140 incisos 3), 8), 18) y 20); y 146 de la Constitución Política; los artículos 27 y 28 acápite 2, inciso b) de la Ley General de la Administración Pública, Ley Nº 6227 del 2 de mayo de 1978, y de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley Nº 7472 del 20 de diciembre de 1994, y;

Considerando:

I.- Que el 20 de diciembre de 1994, se promulgó la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley Nº 7472, publicada en La Gaceta Nº 14 del 19 de enero de 1995.

II.- Que la Ley Nº 7472, regula como un derecho fundamental del consumidor, el recibir información oportuna, clara, veraz, suficiente y relevante, acerca de los elementos que incidan sobre su decisión de consumo.

III.- Que las relaciones de consumo son asimétricas y como tales generan una obligación imperiosa a los comerciantes de brindar información al consumidor en los términos del artículo 34 de la Ley Nº 7472.

IV.- Que la Ley Nº 7472, regula en el artículo 40 los actos de consumo realizados a domicilio, para lo cual dispone el derecho de retracto como un derecho para el consumidor con el fin de rescindir sin su responsabilidad el contrato dentro del plazo de ocho días a partir de su perfeccionamiento.

V.- Que las disposiciones contenidas en los capítulos V, VI y VII de la Ley 7472 son amplias y aplican a todos los mercados en general; no obstante, se hace necesario precisar mediante disposiciones específicas el alcance de la ley en el contexto del comercio electrónico, a fin de otorgar mayor claridad y seguridad jurídica a todos los participantes de estos mercados.

VI.- Que en razón de lo expuesto resulta indispensable reformar el Decreto Ejecutivo N° 37899-MEIC del 08 de julio de 2013, Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley N° 7472, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 182 del 23 de setiembre de 2013; con la finalidad de adicionar un nuevo Capítulo sobre la protección al consumidor en el ámbito del comercio electrónico”; asimismo, reformar algunos artículos que tiene relación directa con el tema.

Por tanto,

DECRETAN

REFORMA AL DECRETO EJECUTIVO N° 37899-MEIC DEL 08 DE JULIO DE 2013, REGLAMENTO A LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR, LEY N° 7472

Artículo 1. Adiciónese un nuevo Capítulo antes del Capítulo X, al Decreto Ejecutivo N° 37899-MEIC del 08 de julio de 2013, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 182 del 23 de setiembre de 2013; por consiguiente córrase la numeración del actual Capítulo X a Capítulo XI; así como su articulado. El nuevo Capítulo X se leerá de la siguiente forma:

“CAPÍTULO X SOBRE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Artículo 245.- Ámbito de aplicación del capítulo

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

El incumplimiento por parte del comerciante de las presentes disposiciones será considerado como una infracción al artículo 34 de la Ley 7472.

Artículo 246.- Principio de equivalencia funcional

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

Artículo 247.- Información sobre el comerciante

El comerciante 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 que participen en transacciones comerciales con consumidores y cualquier registro del gobierno o información de licencia pertinentes.

Artículo 248.- Pertenencia a programas de autorregulación o buenas prácticas

Cuando un comerciante 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 249.- Información sobre los bienes y servicios

El comerciante 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 los contenidos digitales, incluidas las medidas técnicas de protección aplicables;
- b) Toda interoperabilidad relevante del contenido digital con los aparatos y programas conocidos por el comerciante o que quepa esperar razonablemente que este pueda conocer; y
- 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 250.- Información sobre la transacción

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

Artículo 251.- Información sobre el precio

El comerciante está obligado a informar al consumidor, de forma clara y fácilmente visible, sobre el precio total de los bienes o servicios, el cual incluirá el precio y los costes adicionales, siempre y cuando tales costes se encuentren asociados a la provisión de ese bien o servicio. Cuando se contraten servicios adicionales cuya provisión dependa de un tercero, esos costes deben ser informados por este tercero. Para estos efectos los costes adicionales serán: los tributos, 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 costes 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 costes 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 que contenga una suscripción, el precio incluirá el total de los costes adicionales por período de facturación. Cuando dichos contratos se cobren con arreglo a una tarifa fija periódica, el precio total también deberá incluir los costes adicionales.

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

Artículo 252.- Opciones preseleccionadas y engaños en la suscripción

En el ofrecimiento de bienes y servicios, el comerciante 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 de dichos 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.

Artículo 253.- Proceso de confirmación

El comerciante 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 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 todos sus términos expresamente.

Artículo 254.- Perfeccionamiento del contrato

Los contratos celebrados por medios electrónicos quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o de las condiciones con que ésta fuere modificada. La simple visita al 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; y
- c) ha contado con la posibilidad de almacenarlas 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 el Derecho costarricense.

Artículo 255.- Comprobante para el consumidor

Sin detrimento de las disposiciones del artículo anterior, el comerciante, 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 previamente entre las partes.

Artículo 256.- Seguridad en los medios de pago

Los comerciantes deberán adoptar sistemas de seguridad efectivos, confiables y certificados, con el objeto de garantizar la seguridad, la integridad y la confidencialidad de las transacciones y de los pagos realizados por los consumidores.

El comerciante deberá informar oportunamente en su sitio de Internet 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; y
- c) el nombre de la entidad certificadora de los sistemas de seguridad.

Artículo 257.- 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 258.- Plazo para la entrega del bien o la prestación del servicio

El comerciante 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 dentro de las veinticuatro horas siguientes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 465 del Código de Comercio.

Artículo 259. –Reclamaciones del consumidor

El comerciante 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 empleado de comercio electrónico empleado para completar la transacción.

Dicho mecanismo deberá ser de fácil acceso y uso por parte del consumidor, y el comerciante 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 260.- Evaluaciones del Consumidor

El comerciante 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 261. Reglas para realizar la publicidad y el mercadeo

La publicidad y el mercadeo que efectúe el comerciante 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 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 el presente reglamento.

Artículo 262.- Publicidad dirigida a menores de edad, consumidores vulnerables o desfavorecidos

Los comerciantes deberán tener especial cuidado en que la publicidad dirigida a menores de edad, consumidores vulnerables o desfavorecidos, 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 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 y bienestar integral, o contra el de los demás; y
- e) respetar las otras obligaciones que, en materia de publicidad dirigida a menores de edad, establece la legislación.

Artículo 263.- Protección de los datos personales

Los comerciantes 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; y
- 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 de la Ley de Protección de la Persona frente al Tratamiento de sus Datos Personales, N° 8968 del 5 de setiembre de 2011.

Artículo 264. - Comunicaciones electrónicas no solicitadas por los consumidores

El comerciante debe abstenerse de enviar comunicaciones por cualquier medio electrónico; cuando las mismas no han sido previamente solicitadas por los consumidores, tal cual se dispone en la Ley General de Telecomunicaciones y el Reglamento sobre el régimen de protección al usuario final de los servicios de comunicación. Para el otorgamiento de dicho consentimiento, deberá el comerciante 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.

Cualquier comunicación realizada con sistemas automáticos de comunicación sin el consentimiento previo del usuario 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.

Lo anterior sin detrimento de la aplicación del Reglamento sobre Medidas de Protección de la Privacidad de las Comunicaciones, Decreto Ejecutivo N° 35205-MINAET del 16 de abril de 2009, el artículo 33, de la Ley de Protección de la Persona Frente al Tratamiento de sus Datos Personales, Ley N° 8968 del 7 de julio de 2011 y su Reglamento, el artículo 44 de la Ley General de Telecomunicaciones, Ley N° 8642 del 04 de junio de 2008, ; y el Código Penal, Ley 4573 del 04 de mayo de 1970, Sección VIII, Delitos Informáticos y Conexos,;

La Superintendencia de Telecomunicaciones, en cumplimiento de sus potestades, podrá remitir a la Comisión Nacional del Consumidor, aquellos casos en que se evidencie una eventual responsabilidad de un comerciante, por la emisión de comunicaciones no solicitadas o la suscripción de bienes o servicios de forma automática o engañosa sin contar con el consentimiento expreso del consumidor, excepto, cuando se trate de operadores/proveedores de servicios de telecomunicaciones.

Artículo 2. Adiciónense un penúltimo párrafo al artículo 133 del Decreto Ejecutivo N° 37899-MEIC del 08 de julio de 2013, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 182 del 23 de setiembre de 2013, para que en lo sucesivo se lea de la siguiente forma:

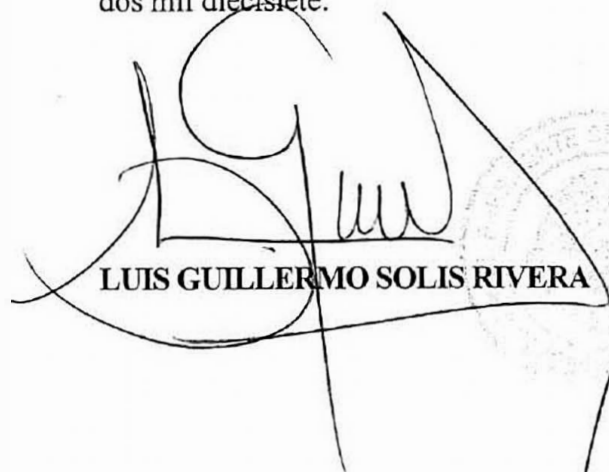
“(…)

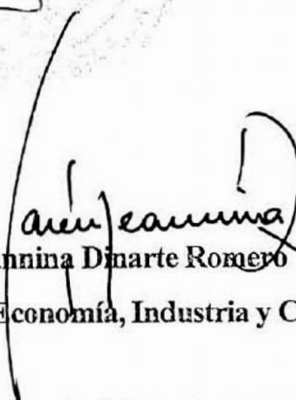
A las transacciones realizadas mediante comercio electrónico les aplicará lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley 7472 y el presente reglamento. En todo caso, el derecho de retracto que le asiste al consumidor debe ser ejercido por el mismo medio que este último utilizó para manifestar su consentimiento y el reintegro de los todos los importes recibidos se realizará por el mismo medio utilizado para hacer el pago.

“(…) ”.

Artículo 3. Vigencia. Rige a partir de su publicación en el Diario Oficial La Gaceta.

Dado en la Presidencia de la República. —San José, a los tres días del mes de octubre del dos mil diecisiete.


LUIS GUILLERMO SOLIS RIVERA


Geannina Dinarte Romero
Ministra de Economía, Industria y Comercio

