

16 de marzo de 2018

**Conversatorio sobre el Decreto N°40703-MEIC**  
**“La Protección al Consumidor en el Ámbito del Comercio Electrónico”**

*-Transcripción de la intervención-*

Dr. Hugo A. Muñoz U.  
Director del Instituto de Investigaciones Jurídicas y  
Profesor Asociado en la Facultad de Derecho,  
Universidad de Costa Rica

Buenos días. Señora Ministra, funcionarios y colegas, público en general.

Agradezco la invitación que me ha girado el Ministerio de Economía, Industria y Comercio para participar en esta actividad, el día de hoy. Un afectuoso saludo a mis compañeros de mesa, don Álvaro Hernández Aguilar y don Gabriel Boyd Salas.

Sin duda alguna el auge de la Internet ha implicado grandes cambios sociales, incluido el ámbito del comercio. Desde la denominada “burbuja de Internet” de finales de los 90, la innovación en los modelos de negocios que se apoyan en Internet no deja de asombrarnos. El comercio electrónico permite una verdadera creación de riqueza, debido al surgimiento de nuevos servicios, de nuevas modalidades para prestarlos e incluso, de nuevos mercados o nichos de mercado. Permite generar negocios cuyos costos operativos son diferentes a aquellos en que incurren los negocios tradicionales.

El uso de Internet, a través de las diversas interfaces de acceso, cada vez más presentes en nuestra vida cotidiana, brinda al usuario una sensación de desmaterialización y anonimato que resulta un tanto confusa. Pareciera como si se tratara de un mundo aparte, en el que no hay reglas, en el que rigen otras reglas o, en todo caso, en el que la aplicación del Derecho tal y como lo conocemos no surte los mismos efectos.

Ante esta situación, la primera reacción de los juristas ha sido aquella que consiste en afirmar que Internet no es otra cosa que un medio de comunicación y que las transacciones comerciales que se realizan utilizando dicho medio, no son en esencia diferentes a las contrataciones o a las ventas “a distancia”. De hecho, varios países han optado por aplicarle al denominado comercio electrónico, la normativa de las ventas a distancia, en lo conducente.

Si bien el comercio electrónico se desarrolla a partir de modalidades de contratación, estas presentan particularidades que justifican la adopción de normativas específicas. Piénsese, por ejemplo, en las siguientes características del comercio electrónico:

- La automatización,
- El trato impersonal,
- Un mercado de alcance prácticamente global, en el cual los consumidores tienen la posibilidad de ser actores directos del comercio internacional,
- El surgimiento de la llamada “economía colaborativa”,
- El recurso a los medios electrónicos de pago, entre otros.

En todas contrataciones comerciales que involucran al consumidor, es ampliamente reconocida la desigualdad que éste tiene frente al comerciante (al profesional). Este aspecto es precisamente el fundamento de hecho sobre el cual reposa todo el Derecho del Consumo.

Esta desigualdad, que se manifiesta en términos de recursos económicos o de conocimiento e información, tiende a verse acrecentada en el ámbito del comercio electrónico, debido a las características antes evocadas. Lo que motiva la adopción de una normativa que específicamente procure proteger al consumidor en este ámbito del comercio del comercio electrónico. La modificación al Reglamento a la Ley del Consumidor que comentamos en la presente ocasión, persigue este objetivo.

A mediados de 2016, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio solicitó al Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad de Costa Rica realizar un estudio sobre la materia. Durante la realización de esta investigación que estuvo a mi cargo y que contó con la participación de mi colega el Prof. Federico Torrealba Navas y con el apoyo de un equipo de 8 asistentes de investigación en Derecho, se estudiaron las normativas de EE.UU., Francia, España, Chile y México. Asimismo, las recomendaciones que sobre la materia ha emitido la OCDE, tanto en términos generales, como para nuestro país; estas últimas en el marco del proceso de adhesión a dicha organización.

El estudio permitió identificar ciertos elementos mínimos que deberían estar presentes en nuestra legislación, para fortalecer la protección del consumidor y llevarla a un nivel aceptable, en término de las prácticas actuales. Estos elementos fueron incluidos

en una propuesta de normativa nacional, la cual sirvió de base para el Decreto Ejecutivo N° 40703-Meic, que comentamos en esta actividad.

Sobre el contenido del decreto, cabe indicar que éste se enfoca marcadamente en regular la contratación, para que esta resguarde adecuadamente los intereses del consumidor. Así, entre otras, se detallan aspectos relativos a:

- La información que debe suministrarse al consumidor, incluida no solamente la información sobre el bien o servicio, sino también sobre la contraparte (es decir, el comerciante);
- Las condiciones para que se tenga por perfeccionado el contrato (incluidas ciertas “solemnidades” propias de la era digital, que permiten expresar activa e inequívocamente el consentimiento necesario para la contratación).
- Ciertos aspectos sobre el cumplimiento (precio, plazo de entrega).
- Un mecanismo para recibir reclamos, que debe ser igual de sencillo que aquel propio del momento de la contratación.
- Asimismo, se incluye una disposición que permite el “retracto” por parte del consumidor, lo cual es asimilado por nuestra legislación a una forma de rescisión del contrato.

Aunado a lo anterior, establece algunas regulaciones sobre la publicidad, sobre las comunicaciones comerciales no solicitadas (también llamadas “spam”) y sobre el tratamiento de los datos personales.

El contenido del decreto contiene otros tres elementos importantes y muy propios del comercio electrónico:

- a) por una parte, se incluye el “**principio de equivalencia funcional**”, que establece dos aspectos: i) que las comunicaciones electrónicas equivalen a las comunicaciones escritas y ii) que la protección que recibe el consumidor en el ámbito del comercio electrónico no será menor a la que se le garantiza fuera de ese ámbito.
- b) Por otra parte, se establece una **obligación** que pesa sobre las espaldas del comerciante, de **garantizar la seguridad en los medios de pago** propuestos para hacer la transacción.
- c) Finalmente, se establecen **obligaciones (principalmente de información)** a favor del consumidor, para la entidad financieras que facilita la realización del pago. Esto, aunque esta entidad no forma parte del contrato de consumo.

Este breve comentario, permite hacerse una idea del contenido del decreto ejecutivo en comentario. Este aporta elementos que antes no estaban presentes en nuestra legislación y que contribuyen a que el consumidor tenga una protección adecuada en el ámbito del comercio electrónico. La discusión sobre el texto evidentemente no está agotada y podremos retomarla en la sesión de comentarios y preguntas. En este momento le cedo el turno a los colegas que me acompañan en la mesa.

Muchas gracias...