

Presencia en Internet: necesidades técnicas y legales

Disponer de una página web para dar a conocer un negocio o para ofrecer servicios es ya un requisito imprescindible para todas aquellas empresas y profesionales que deseen ampliar mercado y ser competitivos en el mismo.

Para las sociedades cotizadas, tener una página en Internet es una obligación desde el mes de julio de 2003, ya que la Ley de Transparencia así lo establece.

A pesar de no ser obligatorio para el resto de empresas, un portal en Internet, además de constituir un elemento fundamental en la estrategia comercial empresarial interna, es un activo de gran valor para las mismas, ya que es un perfecto escaparate que permite ofrecer una imagen al mundo, que la identifique frente a otras, así como ofrecer sus servicios sin límites geográficos, llegando a infinidad de personas simultáneamente.

No obstante, establecer una plataforma de comercio electrónico no es tarea fácil, no ya por las exigencias tecnológicas que ello implica, sino por la necesidad de cumplir con una determinada normativa que en España viene a regular la presencia en Internet.

Para poner en marcha una página web, es necesario tener en cuenta los siguientes puntos:

Nombre de dominio

Indudablemente, lo primero que necesitamos para poner en marcha un proyecto de este tipo es registrar el dominio elegido para el portal.

Existen diversos tipos de nombres de dominios:

Los TLD (Top level domain), son los dominios de alto nivel. Dentro de los cuales se encuentran:

- Los GTLD (Generic top level domain), como son el .com, .net y .org, etc.
- Los ccTLD (Country Code level domain), como son el .es, .fr, .de, etc.

Desde el 10 de diciembre de 2003, está abierta la posibilidad de registro de dominios de tercer nivel (.nom.es, .com.es, .org.es, .edu.es, .gob.es).

Hay que tener ciertas precauciones en el momento de elegir el nombre de dominio:

- No es conveniente que coincida con alguna marca de un tercero, puesto que éste podría reclamar en un futuro el dominio alegando su coincidencia con la marca y podría recurrir ante el organismo competente para reclamar dicho dominio como suyo.
- Es recomendable registrar el dominio bajo más de uno de los tipos antes mencionados, ya que se puede dar el caso de que nuestro dominio comience a adquirir importancia y valor en el mercado y

terceros puedan aprovechar este hecho para registrar cualquiera de los dominios libres y disponibles, lo cual podría acarrear graves problemas, tanto a nivel de imagen como de negocio.

En el caso de que el nombre de dominio elegido ya esté registrado por alguna persona o entidad, y consideremos tener mejor derecho para poseer dicho dominio, es posible llevar a cabo las siguientes medidas:

- Acudir al Centro de Arbitraje y Mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que es uno de los proveedores de servicios de solución de controversias acreditados por la Corporación de Asignación de Nombres y Números de Internet (ICANN). Se trata de un procedimiento administrativo menos costoso y más rápido que la vía judicial.
- Acudir a la vía judicial. Es posible acudir a esta vía antes de iniciar el procedimiento administrativo, e incluso después de concluido el mismo, si no se está satisfecho con el resultado obtenido.

Recomendamos la primera opción, ya que es un procedimiento mucho más rápido y menos costoso que el procedimiento judicial.

Diseño y elaboración del sitio web

Como ya se ha comentado anteriormente, las sociedades cotizadas han de tener, desde el mes de julio de 2003, página web. Para el resto de sociedades y de profesionales es una opción.

Cuando se encarga el diseño de una página web a un tercero, es necesario suscribir un contrato de prestación de servicios, cuyo objeto sea el diseño de una página web a cambio de un precio.

Por otro lado, es necesario incluir en dicho contrato una cláusula de propiedad intelectual, en la que se establezca que los derechos de autor corresponden a la persona o entidad que solicita dicho servicio. También es conveniente fijar plazos de entrega, formas de actuación en caso de incumplimientos, etc.

Publicidad

Desde que entró en vigor la LSSI está prohibido en España el envío de publicidad no deseada (denominada "spam") a través de correo electrónico si el destinatario no ha autorizado previamente la recepción de la misma.

El artículo 21 de la LSSI prohíbe expresamente el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.

No obstante, la LSSI ha sido recientemente modificada por la Disposición Final primera de la Ley General de Telecomunicaciones, 32/2003, de 3 de noviembre, modificando, entre otros, el artículo 21, en el siguiente sentido:

"Artículo 21. Prohibición de comunicaciones comerciales realizadas a través de correo electrónico o medios de comunicación electrónica equivalentes.

1. Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales

referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente.

En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija."

Así mismo, la LSSI será objeto de modificación por la Ley de firma electrónica, en la que se introducirá una regulación para los "dialers".

La utilización de "dialers" deberá ser notificada al usuario que se le vaya a instalar y contar con su consentimiento expreso, en caso de no hacerlo así el ISP podría tener que hacer frente a sanciones con una cuantía entre los 30.001 y 150.000 euros.

Las sanciones a las que se puede someter a quien incumpla dicha ley varían entre 30.000 y 600.000 euros. Si dentro de la legalidad decidimos efectuar envíos publicitarios a los usuarios que así lo requieran, hay que tener en cuenta que se debe incluir la palabra "publicidad" al comienzo del e-mail.

Protección de datos

Toda empresa o profesional recaba datos de carácter personal, ya que es inevitable tener un archivo con datos de clientes, proveedores, contactos, etc, para realizar las gestiones propias de la actividad comercial llevada a cabo.

En este caso, es necesario tener en cuenta y cumplir con la normativa de protección de datos de carácter personal, ya que se trata de una legislación estricta, y su incumplimiento acarrea graves sanciones pecuniarias.

Dicha ley distingue, según los datos recabados, tres niveles de protección: básico, medio y alto.

Entre las principales obligaciones legales de dicha normativa es necesario señalar las siguientes:

- Es necesario inscribir los ficheros de datos personales en el Registro General de la Agencia de Protección de Datos.
- Redactar un Documentos de Seguridad, en el que se incluyan las medidas técnicas y organizativas necesarias a cumplir por el responsable del fichero.
- Adecuar la página web a la normativa, con la redacción de la política de privacidad y de la cláusula de protección de datos.
- Suscribir un contrato de comunicación de datos con toda aquella empresa o profesional a la que se le comuniquen datos personales.
- Gestionar los derechos de los titulares de los datos personales.
- Cada 2 años es necesario llevar a cabo una auditoría, que puede ser interna o externa.

LSSI

Los prestadores de servicios de la sociedad de la información han de poner en práctica lo dispuesto en **Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico**, y todas las empresas que desarrollen alguna actividad económica a través de Internet están obligadas a cumplirla.

Dicha Ley obliga al cumplimiento de una serie de obligaciones legales, entre las que cabe destacar las siguientes:

1. Deberán hacer constancia registral del nombre de dominio o dirección de Internet.
2. Ofrecer de forma permanente, fácil y gratuita información general sobre su empresa.
3. Tienen el deber de colaboración con las autoridades.
4. Deberán retener los datos tráfico relativo a las comunicaciones electrónicas.

Es fundamental adecuar la web a esta normativa, ya que su incumplimiento podría dar lugar a graves sanciones, que pueden ir desde 30.000 a 600.000 euros.

Por otro lado, ofreciendo información al usuario y adecuando la web a la LSSI se ofrece una imagen de transparencia y de seriedad, lo cual da gran confianza al usuario a la hora de contratar.

Protección de la marca

La marca es un signo que permite a los empresarios distinguir sus productos o servicios frente a los productos o servicios de los competidores.

Es importante registrar la marca en el Registro de Patentes y Marcas para evitar un registro previo por un tercero que nos impida el uso de la misma.

Por otro lado, el registro de la marca supone una garantía a la hora de dilucidar un conflicto en relación a un nombre de dominio, ya que la posesión de la marca es uno de los requisitos que establece la Política Uniforme de Solución de Controversias para recuperar un dominio de Internet ocupado por un tercero.

Seguridad informática

Una parte muy importante de un negocio en Internet es proteger la integridad y preservar su seguridad frente ataques externos, así como prever un mecanismo de respuesta ante caídas y fallos del sistema, con el fin de evitar interrupciones en la actividad de la empresa, lo cual podría suponer grandes perjuicios económicos para la misma.

Hoy en día existen numerosos programas capaces de evitar la intrusión a nuestros sistemas.

Es importante tener la seguridad plena, o casi plena, de que nada ni nadie puede entrar y manejar o consultar nuestros datos.

Sistemas de pago

Aquellos proyectos en los que sea necesaria la venta de productos deberá contar con un sistema de pago apropiado y que asegure al cliente la privacidad de sus datos y sea fiable, de forma que no suponga un obstáculo para el desarrollo de la actividad comercial.

Además hay que tener en cuenta los posibles fraudes de los que se puede ser víctima, e intentar evitarlos por todos los medios que estén a nuestro alcance, estableciendo un plan de previsión para el caso de que ello ocurra.

Protege tu web: inscripción en el registro de la propiedad intelectual

Todos los contenidos de nuestra página web deben ser protegidos y registrados, si son originales y en caso de pertenecer a terceras personas debemos contar con su autorización para poder hacer uso de ellos. Cuando ya se tienen las autorizaciones sobre las obras que van a estar recogidas en la Página Web, es necesario protegerla en su conjunto, para poder probar la titularidad de la Página. Esto se puede realizar a través de dos mecanismos:

- Inscripción en el Registro de Propiedad Intelectual: se pueden inscribir los contenidos, el código fuente y el diseño. El inconveniente de este mecanismo está en que cada vez que cambie alguno de estos elementos, será necesario inscribirla nuevamente.
- Depósito notarial: el Acta que se levante deberá recoger los elementos que se depositan, es decir, contenidos, código fuente y diseño, así como las circunstancias que convierten a la Página Web en una obra única. El inconveniente de este mecanismo radica en su alto coste en relación con el mecanismo anterior.
- Existen multitud de mecanismos adicionales, los cuales pueden complementar dicha protección.

Contratos informáticos

Son muchos y variados los tipos de contratos que pueden hacernos falta a la hora de desarrollar nuestro negocio en Internet, y es bueno y aconsejable siempre estar en posesión de ellos y contar con unos modelos personalizados que no dejen escapar ningún aspecto que consideremos necesario. Algunos tipos que se pueden mencionar a modo de ejemplo son: hardware, software, servicios de mantenimiento y formación, gestión de datos, cesión de datos, hosting...

Es vital tener en cuenta todos los aspectos comentados en este escrito si al fin nos decidimos por operar en el mundo de Internet, y es importante estar bien asesorado tanto técnica como legalmente para no dejar escapar ningún punto.

Portaley Nuevas Tecnologías S.L.
Despacho de abogados
www.portaley.com