

Emprendedores y nuevas tecnologías



i Índice

Introducción general

Objetivos

1 Introducción

2 Asegurar mis derechos

3 Propiedad intelectual, programas de ordenador, páginas Web, fotografías, etc.

4 Marcas y nombres de dominio
4.1. Marcas
4.2. Nombres de dominio
4.3. Protección de otros intangibles

5 Cumplir mis obligaciones
5.1. Cumplimiento de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información
5.2. Obligaciones de información de los prestadores de servicios de la sociedad de la Sociedad de la Información
5.3. Comunicaciones comerciales electrónicas

6 Contratación electrónica
6.1. Información previa
6.2. Confirmación documental de la contratación

7 Protección de datos de carácter personal
7.1. Principios de calidad en el tratamiento de los datos
7.2. Deber de información
7.3. Obtención del consentimiento
7.4. Otras obligaciones principales que debe observar el cliente para el tratamiento de los datos de carácter personal

8 Formalizar acuerdos
8.1. Contratos con proveedores

R Resumen

Emprendedores y nuevas tecnologías

Introducción general

La globalización y el desarrollo de las nuevas tecnologías, ha provocado en los últimos 25 años no solo cambios en los modos de operar empresarialmente, sino en como se hacia desde la perspectiva del emprendedor y de determinados derechos de las personas, que se podían ver afectados por el desarrollo económico en diferentes facetas.

Hemos visto que conceptos como programas informáticos, software, nombres de dominios y datos personales, han supuesto por un lado, aplicación de conceptos tradicionales como propiedad intelectual e industrial aplicándose de forma especializada (ya vimos en una de las unidades del ciclo II sus conceptos mas tradicionales), así como por otro lado, normativa del tratamiento informatizado que todos hacemos de los datos de carácter personal. Y vosotros como técnicos, debéis conocer sus aspectos básicos, para poder trasladar a los emprendedores las exigencias y obligaciones que una actividad emprendedora puede tener en la medida en que se interactúe, por ej. a través de una Web, o a través de un mailing a través de correo.

Objetivos

- Conocer por parte de los técnicos que asesoren proyectos empresariales, una serie de conocimientos básicos sobre exigencias y derechos en el ámbito de las nuevas tecnologías.
- Identificar aspectos de proyectos empresariales que exigirán registros especializados.
- Comprender y fomentar el uso de la normativa de protección de datos de carácter personal.

1 Introducción

Cuando nos encontramos con emprendedores que se plantean llevar a cabo una actividad profesional, que se ve afectada por la tecnología, además de las cuestiones legales básicas, relativas a la constitución de una sociedad o autónomo, el cumplimiento de las obligaciones fiscales y/o mercantiles que nos puedan resultar de aplicación, y demás cuestiones generales, debemos preguntarnos si existen otras cuestiones que debamos considerar con carácter previo, o en las primeras etapas de ese proyecto empresarial y que puedan afectar a su actividad profesional.

En primer término, debemos tener claro que entendemos por una actividad que se vea afectada por la tecnología. En relación con este término, debemos señalar que casi todas las actividades emprendedoras que vayamos a realizar, bien de una manera directa o indirecta, van a verse influidas por la tecnología.

Así, podemos distinguir entre:

- Actividades de base tecnológica: serían aquellas que basan su modelo de negocio en el uso de tecnología, por ejemplo, comercio electrónico, creación de redes sociales, desarrolladores de aplicaciones, y
- Actividades con relación accesoria por la tecnología: serían aquellas que se sirven de la tecnología pero cuyo negocio principal no se basara en la misma.



A TENER EN CUENTA:

Obviamente, el impacto de las cuestiones que vamos a analizar a lo largo del presente manual, serán menos trascendentes para una empresa de base tecnológica, de otra que únicamente se sirve de la tecnología como herramienta accesoria al desarrollo de su actividad, si bien, debemos indicar que, muchas de ellas deben ser tomadas en consideración de una manera muy detenida.

Indicaros desde este momento, que todas las obligaciones que hacen referencia a materia de protección de datos de carácter personal o aquellas derivadas de la utilización de cookies o de la aplicación de la Ley 34/2002, de servicios de la sociedad de la información, serán igual de importantes y deberán ser asumidas y analizadas por cualquier emprendedor, independientemente de la actividad que desarrolle y de la inversión prevista.

Llegados a este punto indicaremos que desde nuestro punto de vista, son cuatro los aspectos básicos que debe afrontar o analizar cualquier emprendedor, desde el punto de vista de los aspectos jurídicos de las tecnologías de la información.

1. Asegurar sus derechos.
2. Cumplir con sus obligaciones.
3. Formalizar sus acuerdos.
4. Asegurar sus riesgos.

Estas cuestiones, que en apariencia pueden resultar excesivamente obvias, como veremos a continuación, tienen importantes matices cuando las abordamos desde el prisma de la aplicación de la normativa en cuestiones tecnológicas. Por ello y, sin mayor detenimiento, vamos a ocuparnos de estas cuatro cuestiones básicas.



Un ejemplo

Una peluquería que tiene una página Web, hace campañas publicitarias a través de correo electrónico y utiliza una aplicación informática para gestionar sus reservas de citas, es un ejemplo de empresa que usando una base tecnológica, se ve afectada por todo lo señalado.

2 Asegurar mis derechos

La llegada de las tecnologías de la información, ha logrado que ciertos elementos de un nuevo negocio adquieran un valor importante, si bien, a diferencia de lo que sucedía en otras etapas de nuestra historia, los elementos que adquieren valor entran dentro del concepto de lo intangible.

Así, en nuestra época actual muchos negocios invierten una importante cantidad de sus recursos, en la creación de una imagen de marca, en el desarrollo de programas de ordenador para aplicar a su negocio, en una app, en una página Web, etc. Todos estos elementos se convierten en activos importantes para la empresa y, por regla general, a los emprendedores, les gustaría ser capaces de evitar que terceras personas se apoderaran de nuestros activos importantes, pero ¿Que podemos hacer para protegerlos?

En épocas históricas anteriores, los empresarios, cuando querían proteger sus activos importantes, como las mercancías que fabricaban o comercializaban, sabían lo que tenían que hacer: ponían cerraduras en las puertas, alarmas de control de acceso, incluso guardas de seguridad... con ello evitaban o al menos intentaban evitar, que terceras personas les sustrajeran estos elementos. La protección era mas sencilla, son elementos que se podían tocar físicamente y por tanto, también proteger físicamente. Ahora, con la llegada de éstos bienes intangibles, los mecanismos de protección se complican, ya que, ¿Cómo podemos impedir que terceros se apoderen de nuestros programas de ordenador o de nuestro logotipo?

Pues bien, esto es algo que todo emprendedor debe analizar ya que, si algún día su negocio prospera, estos activos pueden llegar a valer mucho dinero. ¿A quien no le gustaría que le permitieran utilizar la manzana de Apple para poder incorporarla a los zapatos que vende, o a las camisas? Seguro que si nuestros zapatos se llamaran Apple los venderíamos con mayor facilidad....

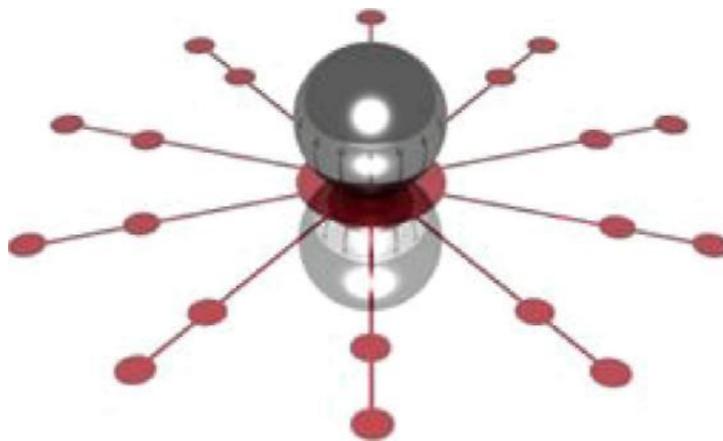
Después de esta primera reflexión, es evidente que un emprendedor, al tiempo que analiza su negocio, debe tener muy presente, tanto en el inicio como en el desarrollo de su actividad, que gran parte de los intangibles que se generan con su actividad deben estar protegidos. Por tanto, vamos a intentar hacer una categorización, de los activos más comunes que puede tener un emprendedor y vamos a ver como podemos protegerlos.

En primer termino, debemos hacer una disquisición terminológica en cuanto al ámbito jurídico de los conceptos que vamos a utilizar. Muchos de vosotros habréis oído hablar de la propiedad intelectual, pues bien, a diferencia de lo que sucede en ordenamientos jurídicos anglosajones, en los que el término "*Intellectual Property*" abarca todos o la gran parte de los medios de protección de los bienes intangibles, en el ordenamiento jurídico español debemos distinguir entre: Propiedad Intelectual y Propiedad Industrial.

La Propiedad Intelectual es aquella herramienta jurídica que permite la protección de las obras artísticas, literarias y científicas.

La Propiedad Industrial, la podemos dividir en dos topologías de bienes protegibles: Las patentes, modelos de utilidad, etc. es un sistema de protección para aquellos bienes con aplicación industrial y que suponen una novedad objetiva respecto del estado de la tecnología, y por otra parte, las marcas como aquellos conjuntos de letras, palabras, sonidos, etc. que sirven para distinguir productos o servicios en el mercado. De esta última ya habéis tratado en una unidad del ciclo II.

Atendiendo al ámbito de emprendedores al que va focalizado el objeto de este curso, no haremos especial referencia a las patentes o modelos industriales, por exceder de la problemática habitual a la que éstos se enfrentarán.



3 Propiedad intelectual: programas de ordenador, paginas Web, fotografías, etc.

La propiedad intelectual, es el sistema diseñado por nuestro ordenamiento jurídico para proteger y establecer el régimen de explotación de las obras literarias, artísticas o científicas.

Desde una perspectiva práctica, señalaremos que el concepto obra literaria, artística o científica, debemos entenderlo en un sentido amplio, ya que la normativa en materia de propiedad intelectual, y mas concretamente, el Real Decreto Legislativo 1/1996, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, no establece un número cerrado de obras protegidas por los derechos de propiedad intelectual. Por tanto, tendrán esta consideración y serán objeto de protección para esta normativa, todas las obras del intelecto que sean originales y que se expresen en un soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en un futuro.

Por tanto, dentro del ámbito de las creaciones intelectuales podremos encuadrar toda la topología de materiales que elabora el empresario en su ámbito de actividad: textos, fotografías, videos, música, programas de ordenador, bases de datos, etc., ahora bien, ¿Cual es el elemento determinante para considerar que estamos ante una creación intelectual? La originalidad.

Y ante esta afirmación, debemos preguntarnos, ¿Qué es la originalidad? Pues bien, éste termino no es algo claro desde la perspectiva estrictamente jurídica. Así podemos determinar, aun siendo de una manera simplista, que la originalidad es aquél elemento que nos permite determinarla, que en la obra se observa la impronta de un autor, es decir, la ausencia de copia de otra obra ajena.



A TENER EN CUENTA:

Adicionalmente y con fines puramente aclaratorios, debemos indicar que la originalidad no tiene nada que ver con la calidad técnica de la obra, o con su novedad, respecto del estado del arte. Una obra puede ser original y estar protegida por los derechos de propiedad intelectual y no ser bonita o artística...

Estas obras originales son las que se encuentran protegidas por los denominados derechos de autor, que podemos dividir en dos tipos: los derechos morales y los derechos de explotación.

Los primeros, son aquellos que no son susceptibles del tráfico mercantil, de hecho, son inalienables no pueden ser cedidos o transmitidos -Embargables e imprescriptibles, no tienen un plazo de duración-.

Los segundos son los derechos que permite a los autores de los mismos, obtente beneficios económicos de su explotación. Determina la Ley que tendrán ésta consideración entre otros, los derechos de:

- Reproducción: obtención de copias de todo o parte de la obra.
- Distribución: puesta de la obra a disposición del público con entrega de ejemplares: ej. Venta de un libro físico en una librería, alquiler de una película física en un videoclub, etc.
- Comunicación pública: puesta a disposición de la obra sin entrega de ejemplares: Ej. Cine, televisión, Internet.
- Transformación: permite obtener obras derivadas de otra obra preexistente: ej. Traducciones, adaptaciones, etc.

Por tanto, éstos últimos derechos son aquellos que son objeto de cesión y que permite a los creadores la obtención de ingresos derivados de su creatividad. Además, éstos derechos tienen unas facultades negativas que consisten en un conjunto de acciones, que se otorgan a los autores o a los titulares de derechos por haberlos obtenidos del autor, encaminadas a impedir que terceros utilicen las obras sin haber obtenidos los oportunos derechos.

Conjuntamente con éstos derechos de autor, debemos señalar que la normativa en materia de propiedad intelectual otorga otros derechos, también de carácter patrimonial a terceras personas que se consideran dignas de protección por la actividad que desarrollan en la creación de las obra, aun no siendo éstas originales, ej.: los derechos que se atribuyen a los fotógrafos por las meras fotografías aunque no sean originales, o a los fabricantes de las bases de datos por el esfuerzo económico que desarrollan en la obtención y recopilación de los contenidos que se incorporan a las bases de datos, aun cuando éstas no sean originales.

Una vez llegados a este punto, obviamente, cualquier emprendedor puede ser autor o titular de derechos de propiedad intelectual sobre un conjunto de elementos que configura su actividad, ej. Pagina Web, textos, fotografías, etc., y por tanto, tendrán la posibilidad de explotarlos económicamente o de impedir que terceros lo utilicen sin su autorización.



Un ejemplo

Pero si no crean... no es obstáculo para que cualquier emprendedor puede ser usuario de creaciones intelectuales de terceros: fotos que incorporamos a nuestra pagina Web y que no han sido obtenidas o creadas por nosotros, programas de ordenador, etc. Por tanto, igualmente, debería contar con las oportunas autorizaciones para poder usar éstas creaciones y generalmente tienen un coste. Esto es así, ya que si empezamos a nutrir nuestro negocio y a hacerlo crecer y tomamos como base para ello, aplicaciones piratas, fotos sobre las que no tenemos derechos, etc., y éstos activos se convierten en una parte importante de nuestro negocio, cuando alguien quiera invertir en él, nos pondrá muchos problemas y nuestra empresa perderá mucha parte del valor que, supuestamente, tenía.

Otra cuestión importante que debemos tomar en consideración, es que las ideas, por si mismas, no son un elemento protegible, es decir, nadie puede apropiarse de una idea, cobrar por su explotación e impedir a terceros su utilización. Si va a gozar de protección la forma en la que se exprese esa idea, pero no la idea en si misma.



Un ejemplo

Nadie podrá apropiarse de la idea de convertir un ordenador en una maquina de escribir, pero si podrá hacerlo del programa de ordenador que desarrolle para plasmar esa idea y convertir efectivamente la computadora en una maquina de escribir.

Pues bien, llegados a este punto, cualquier emprendedor se puede plantear: ya tengo identificadas todas las creaciones intelectuales que van a ser activos importantes para mi negocio, y ahora, ¿Que hago para protegerlas?

Bien, en pura teoría y desde una perspectiva estrictamente jurídica, no es necesario hacer absolutamente nada. Los derechos de propiedad intelectual, según reconoce nuestra Ley, surgen para el autor desde el momento de la creación, sin necesidad de ningún trámite adicional.

No obstante, puede ser recomendable que el emprendedor lleve a cabo actuaciones tendentes a acreditar que son los autores o titulares de los derechos. Para ello, tenéis que saber como técnicos que gozan e distintas herramientas: Inscripción en el Registro de la Propiedad Intelectual, depósitos notariales, utilización de símbolos de copyright en nuestras obras, etc.

Por tanto, los emprendedores deberán hacer un análisis de las tipologías de obras que crean, la potencialidad de convertirse en activos importantes de su compañía y por ultimo, adoptar los mecanismos que puedan ayudarlos a acreditar que son los autores o titulares de los derechos de propiedad intelectual sobre las mismas.

4 Marcas y nombres de dominio

Las marcas y los nombres de dominio se han convertido en elementos muy valiosos en el ámbito de los negocios. Por tanto, cualquier emprendedor debe tener una clara política de protección de estos elementos intangibles.

4.1. MARCAS

El ámbito de protección de las marcas, lo encontramos en el ámbito del ordenamiento jurídico español en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas. Esta ley, permite que cualquier signo, susceptible de representación gráfica, sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras. Un conjunto de: palabras o combinaciones de palabras, las imágenes, figuras, símbolos y dibujos. Las letras, las cifras y sus combinaciones. Las formas tridimensionales, entre las que se incluyen los envoltorios, los envases y la forma del producto o de su presentación. Los sonoros, o, cualquier combinación de los signos que, con carácter enunciativo, se mencionan en los apartados anteriores, puedan tener la consideración de marca.

Esta consideración de marca, permite a su titular el monopolio de uso de éstos términos para designar productos o servicios en el territorio de España.

Por tanto, es importante señalar que, para poder reclamar ese monopolio de uso de la marca, es necesario proceder a su inscripción en la Oficina Española de Patentes y Marcas, para ello, se deberá cumplimentar el oportuno formulario y pagar las tasas correspondientes.

Después de un procedimiento de examen de oficio por la Oficina y de posibles oposiciones de terceros, que entiendan que nuestra marca pueda resultar idéntica, o confusamente similar a la nuestra. la Oficina calificará la marca y, en caso de considerarlo admisible, decretará la concesión en nuestro favor y la inscripción en el Registro.

Tal y como señalábamos con anterioridad, el registro de marca permite no solo utilizar la misma para ofrecer nuestros productos o servicios, si no, adicionalmente, poder impedir que terceros utilicen esos mismos términos u otros, confusamente similares para identificar servicios o productos equivalentes a los nuestros en el mercado.

Así conviene indicar que a los efectos de proteger nuestra marca, debemos identificar los productos o servicios que queremos designar, para ello, existe una contención internacional, que se denomina Clasificación Internacional de Niza - <http://tramites.oepm.es/clinmar/euroclassNiza/inicio.action> - que clasifica todos los productos y servicios, en un conjunto de clases numeradas de la 1, a la 45.



No nos vamos a detener en un examen exhaustivo del régimen jurídico de las marcas que ya vimos anteriormente. No obstante, indicaremos que la protección que ofrecen las marcas es de carácter geográfico, es decir, si inscribimos una marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas, tendremos el derecho de emplear el término en España.

Podemos proteger una marca en el ámbito comunitario, para ello deberemos inscribir la marca en el OAMC Oficina de Armonización de Marca Comunitaria. Igualmente existe un protocolo de protección internacional de marca con un espíritu de protección mundial de la marca, si bien, solo afecta a los países firmantes del denominado Arreglo de Madrid que no son todos los países del mundo, ni siquiera todos los importantes desde un punto de vista del comercio.



A TENER EN CUENTA:

Para cualquier emprendedor es muy importante, identificar la marca que queremos proteger, los productos o servicios que queremos comercializar con esa marca y el ámbito geográfico en el que se van a comercializar, con la finalidad de intentar establecer el máximo elemento de protección para la misma.

4.2. NOMBRE DE DOMINIO

Un elemento muy importante para cualquier emprendedor, son los nombres de dominio. A nadie se le escapa que éstos elementos se han convertido en auténticas marcas para Internet, si bien, desde una perspectiva jurídica tienen un ámbito de protección radicalmente distinto.

De esta forma, la gestión y ordenación de los nombres de dominio se produce, a través de un organismo supranacional, denominado ICANN, que es el encargado de velar por el sistema internacional de atribución de nombres de dominio.

Así, con carácter preliminar debemos señalar que los nombres de dominio se dividen en genéricos - .com, .org, .net, etc. - y los territoriales -.es, .uk, etc.-

El registro de los nombres de dominio genérico se da a través de los denominados registradores autorizados. Son empresas que suscriben un contrato de registrador con la ICANN y que le autoriza a poder "comercializar" nombres de dominio. Por el contrario, los nombres de dominio territoriales corresponden a cada uno de los países y, estos, después de ser autorizados por la ICANN, puede proceder a dictar sus normas internas de organizar la asignación de sus nombres de dominio. Consecuentemente, en distintos países las normas para obtener nombres de dominio pueden ser muy diferentes.

Para el caso de los dominios territoriales, la política de gestión es la misma, y podemos resumirla en "el primero que llega es el primero que se lo queda", de esta forma, podemos acudir a cualquier registrador autorizado, de la multitud de ellos que existen en Internet, y verificar si el nombre de dominio que queremos utilizar se encuentra disponible, de ser así, podremos pagar el importe del mismo, por su utilización anual, bianual,...y sin mas, proceder a su uso.

La problemática que ha suscitado y suscita éste sistema es que, en ocasiones, podemos encontrar nombres de dominio que, ya han sido registrados y que, pueden ser idénticos o confusamente similares con marcas protegidas en algún lugar del Mundo.

Obviamente esta situación se nos puede plantear a los emprendedores que asesoráis. Sobre todo si empiezan a tener un negocio de éxito y alguien quiere aprovecharse de su marca. Cuando nos encontramos ante un conflicto de esta naturaleza, con nombres de dominio territoriales, deberemos acudir a las normas dictadas para la gestión de dominios, con la finalidad de determinar las herramientas jurídicas que el mismo nos atribuye para defendernos.

Ahora bien, cuando el nombre de dominio sea genérico, podremos acudir a un procedimiento "seudo arbitral" e internacional, por el cual un arbitro enjuicie si, aun no habiendo registrado el dominio y siendo titulares de una marca, tenemos el derecho de arrebatárselo a aquel que lo inscribió. Para ello, será necesario de acuerdo con Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio (Política aprobada el 26 de agosto de 1999. Documentos de ejecución aprobados el 24 de octubre de 1999) y es un reglamento de desarrollo que la persona que registró el nombre de dominio, idéntico o confusamente similar a nuestra marca, ha actuado:

- Sin disponer de derecho o interese legítimos sobre el nombre de dominio, y,

- De mala fe, en el registro o en el uso del nombre de dominio.

Si esto se produce, y nosotros somos titulares de la marca, podremos recuperar el nombre de dominio ilícitamente registrado.

Por tanto, de cara a salvaguardar los intereses de los emprendedores, deberán seleccionar aquellos nombres de dominio que quieran utilizar en su actividad, y hacerlos coincidir con marcas que hayan registrado.

Así mismo, deben proceder a la inscripción de aquellas terminaciones que más puedan interesarles y aquellas que, aun no siendo de su principal interés, les sirvan para protegerles de terceros mal intencionados que quieran obtener un beneficio registrando a su nombre, un nombre de dominio idéntico o confusamente similar con la marca de "nuestro" emprendedor.

4.3. PROTECCIÓN DE OTROS INTANGIBLES

Por ultimo, señalaremos que existen otros intangibles que pueden ser valiosos para un emprendedor y que no van a tener la consideración de propiedad intelectual, o industrial como son las ideas, el conocimiento, la experiencia.

Estos elementos, desde una perspectiva jurídica son difícilmente protegibles, ya que no existen registros, ni normas que les resulten claramente aplicables. Por ello, el modo más factible de establecer su protección es a través de acuerdos de confidencialidad.

Estos acuerdos son importante, cuando un emprendedor acude con una nueva idea a un inversor, algo novedoso, pero que, aún no se ha convertido en un elemento susceptible de protección. En estos casos, lo importante es que cuando vamos a contar nuestra idea o nuestro conocimiento, firmemos un acuerdo por el cual el inversor o el interesado, se comprometa a no copiarnos la idea y a no utilizar la información que vamos a suministrarle para montar un negocio igual al nuestro.

Esta es la única alternativa a un mecanismo de protección eficaz de las ideas.

5 Cumplir mis obligaciones

Hasta este momento, hemos visto cuales son los derechos que queremos asegurar para hacer viable el negocio del emprendedor, o para proteger sus activos inmateriales. Ahora, surge la parte compleja que no es otra que la de que cumpla con sus obligaciones.

No hablaremos aquí del cumplimiento de obligaciones fiscales, societarias, o empresariales, de las que ya os han hablado y estudiado en el II ciclo, sino que nos centraremos en aquellas que afectan a la tecnología.

5.1. CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Cualquier persona física o jurídica, que ofrezca sus productos o servicios a través de Internet, de otro medio electrónico de comunicación a distancia, o simplemente publicite los mismos, se convertirá en un Prestador de Servicios de la Sociedad de la Información y deberá cumplir con lo dispuesto en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información (en adelante, LSSI).

La LSSI define servicio de la sociedad de la información de manera amplia, abarcando *"todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario"*. Así mismo, el citado concepto también comprendería los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

En todo caso, de manera expresa otorga tal categoría a la remisión de comunicaciones comerciales por medios electrónicos, así como a la contratación de bienes o servicios por vía electrónica.



Por tanto, la mayoría de las actividades que pretenda desarrollar un emprendedor a través de Internet, conllevará como señalábamos con anterioridad, el sometimiento a ésta norma y adquirirá la condición de prestador de servicios de la sociedad de la información (en adelante/'PSSI").

Todo PSSI esta obligado a cumplir con las obligaciones establecidas por la LSSI, excepto en aquellas actividades que puedan estar excluidas del ámbito de aplicación de la citada norma.

5.2. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Las obligaciones generales que han de observar todos los PSSI, son fundamentalmente, las siguientes:

- (i) Información general,
- (ii) Deber de colaboración de los prestadores de servicios de intermediación,
- (iii) Obligaciones de Información de los Proveedores de Acceso a Internet.

El deber de colaboración de los prestadores de servicios de intermediación, queda fuera del alcance al ir referido exclusivamente a los prestadores de éstos servicios y al no consistir en aspectos que puedan afectar a la operativa del Portal. Se excluye así mismo, el estudio de las obligaciones de información relativas a los prestadores de servicios de acceso a Internet, en tanto que según la información de que disponemos PSSI no ostenta tal consideración.

Por el contrario, si procede el análisis de la obligación genérica de información, que el artículo 10 de la LSSI impone a todos los PSSI, realicen o no contratación electrónica. De este modo, dicho precepto establece tanto la información que el PSSI debe proporcionar al usuario, como la forma en la que la misma ha de ser facilitada.

De acuerdo con el citado artículo de la LSSI, PSSI deberá suministrar a través del Portal la siguiente información:

1. Su denominación social, residencia o domicilio (o en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España), su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita al usuario establecer con el una comunicación directa y efectiva
2. Los datos de inscripción en el Registro Mercantil en el que PSSI se encuentre registrado
3. En la medida que la actividad de PSSI se encuentra sometida a autorización administrativa previa, la Compañía ha de informar a los usuarios acerca de los datos relativos a dicha autorización, así como de los datos identificativos del órgano competente encargado de su supervisión



Un ejemplo

En el caso de una agenda de viajes o taller industrial, deberemos indicar el número de identificación de la inscripción en el Registro de Industria.

4. El número de identificación fiscal del PSSI.
5. Cuando el servicio de la sociedad de la información haga referencia a precios, se facilitará información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los

impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío o en su caso, aquellos que dispongan las normas aprobadas por las Comunidades Autónomas.

6. Finalmente, en el supuesto de que la Compañía se encuentre adherida a algún código de conducta, se deberá informar al usuario de ésta circunstancia, así como de la manera de consultarlo electrónicamente.

En cuanto a la forma en la que el PSSI deberá facilitar esta información, el artículo 10 de la LSSI establece que la obligación de proporcionar la misma se dará por cumplida *"si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet"*, de manera que los usuarios puedan acceder a la misma *"por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita"*.

Se reputa en definitiva que la información enunciada ha de incluirse en el Portal de PSSI, debiendo proporcionarse la misma de forma permanente y claramente visible e identificable. De este modo, se recomienda que la citada información sea incluida en el "Aviso Legal" del Portal, el cual deberá ser fácilmente accesible para el usuario durante todo el tiempo que permanezca conectado al mismo.

5.3. COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

Los servicios de comunicaciones comerciales remitidas por medios electrónicos son regulados en la LSSI de manera separada al derecho de protección de datos. En este sentido, aparte de las obligaciones que en materia de comunicaciones comerciales electrónicas se exponen a continuación, deberá tenerse en cuenta adicionalmente las contenidas en la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal y normas complementarias.

Esta prescripción, normativa de la LSSI, afectará a todo tipo de comunicación que se envíe a través de medios tales como SMS, correo electrónico, MMS, con independencia de que el destinatario sea una persona física o jurídica.

En relación con el régimen establecido por la LSSI en torno al envío de comunicaciones comerciales a través de medios electrónicos (SMS, e-mail, MMS, etc.), se debe señalar en primer termino que el artículo 21 de la citada norma prohíbe *"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"*.



Sin embargo, el apartado segundo del citado artículo excepciona en ciertos supuestos la prohibición general de enviar comunicaciones comerciales sin consentimiento expreso. A tal efecto, se reproduce a continuación el contenido de dicho precepto: *"Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma ilícita 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 la recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija"*.

En resumen, la LSSI permite el envío de comunicaciones publicitarias o comerciales por correo electrónico, u otros medios electrónicos, sin el consentimiento expreso del destinatario cuando:

- Entre el destinatario de la comunicación electrónica y el prestador del servicio que remita la misma, exista una relación contractual previa.
- Los datos del destinatario se hubieran obtenido de forma ilícita, es decir, conforme a la normativa aplicable a la obtención de datos de carácter personal. Además, en el momento de la recogida el prestador de servicios deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales, mediante un procedimiento sencillo y gratuito. Dicha opción deberá ofrecerse igualmente en todas las comunicaciones comerciales que sean remitidas al destinatario.
- Las comunicaciones comerciales remitidas por el prestador de servicios sean referentes a productos de su propia empresa, que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el destinatario.

Por otro lado, en cada comunicación comercial que se dirija al destinatario tanto si se ha obtenido el consentimiento expreso como si se realiza acogiendo a la excepción antes descrita se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- (i) Se ha ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse a la recepción de futuras comunicaciones mediante un procedimiento sencillo y gratuito,
- (ii) Resulta necesario indicar la persona en nombre de la cual se realiza el envío (en este caso, PSSI), y
- (iii) Debe ser claramente identificable como una comunicación comercial, mediante la inclusión al comienzo del mensaje de la palabra "publicidad" o "publi". Del mismo modo, en el supuesto de ofertas promocionales (descuentos, premios, etc.) y de concursos o juegos, además del cumplimiento de su normativa específica, deberá garantizarse que dichas iniciativas quedan claramente identificadas como tales y que las condiciones de acceso y de participación se expresen de forma clara e inequívoca.

6 Contratación electrónica

Adicionalmente, en caso de que a través de la página Web, vayamos a efectuar contratación electrónica, deberemos igualmente observar el cumplimiento de la LSSI. De esta forma, existe contratación electrónica cuando la oferta de adquisición de un producto y la aceptación de dicha oferta se produce por medios electrónicos.

A este respecto, se debe significar en primer término que en materia de contratación electrónica, aparte de la LSSI concurren diversas normas que han de ser tomadas en consideración, de cara a establecer un procedimiento contractual ajustado en nuestra página Web, que se ajuste a las obligaciones legales exigidas. Así, deberemos tener en cuenta -por ejemplo- la normativa en materia de consumidores y usuarios, y más concretamente las disposiciones específicas que, para la contratación a distancia, establece la citada normativa¹, cuando la comercialización de nuestros productos y servicios tenga como destinatarios a clientes finales, o la normativa en materia de condiciones generales de contratación².

En definitiva, la regulación de los contratos electrónicos implica que se deba atender tanto a las reglas generales de la contratación, como a las normas especiales del medio en el que se lleva a cabo la misma.

Desde un punto de vista práctico, la existencia de esta conjunción de normas, obliga a los emprendedores a adaptar los procedimientos de contratación electrónica a cada una de las normas concretas que les resulten de aplicación, y desarrollar procedimientos de contratación que, desde un punto de vista técnico, se adecuen a las obligaciones que establecen las leyes. Así, fundamentalmente, se deberá tener en cuenta que, como común denominador de todas estas obligaciones, encontraremos la necesidad de facilitar un conjunto de información, previa a la celebración del contrato y una confirmación documental del mismo, una vez que se haya celebrado.

Expuesto lo anterior, se enumeran a continuación las principales obligaciones que debe cumplir un emprendedor cuando lleva a cabo un proceso de contratación electrónica en su Web.

1 Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

2 Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación, y Real Decreto 1906/99, de contratación con condiciones generales a través de medios electrónicos, telemáticos o telefónicos.

6.1. INFORMACIÓN PREVIA

De esta forma, el PSSI de la información deberá, de acuerdo a la LSSI informar previamente, sobre:

- Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.
- Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.
- Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y
- La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

Esta no será la única información previa que se deba facilitar, ya que, como señalábamos anteriormente, de la aplicación de otra normativa que igualmente resulte exigible, cabría la necesidad de facilitar una mayor información a los clientes.

El prestador no tendrá la obligación de facilitar la información señalada en el apartado anterior cuando:

- Ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o
- El contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico, u otro tipo de comunicación electrónica equivalente.

6.2. CONFIRMACION DOCUMENTAL DE LA CONTRATACION

Una vez que se perfecciona el contrato, es decir, cuando el destinatario de la oferta lo acepta, nosotros, como vendedores de productos o servicios, deberemos confirmar la recepción de la aceptación. Para ello, podremos optar por:

- El envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente, a la dirección que el aceptante haya señalado, en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación, o
- La confirmación, por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, de la aceptación recibida, tan pronto como el aceptante haya completado dicho procedimiento, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario.

Con carácter general, éstas son las principales obligaciones que en materia de contratación electrónica pueden afectar a los emprendedores, como consecuencia de la aplicación de la LSSI, y que como técnicos orientadores de emprendedores debéis al menos conocer. Si bien, como comentábamos con anterioridad, puede haber otras normas, que igualmente resulten de aplicación y que conlleven la adopción de medidas adicionales para asegurar una correcta aplicación de la legislación.

7 Protección de datos de carácter personal

Prácticamente cualquier Emprendedor, con independencia de la actividad que pretenda desarrollar, deberá tomar en consideración las disposiciones de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (en adelante, LOPD) y en su normativa de desarrollo.

En este sentido, la LOPD se aplica a toda persona física o jurídica que trate, entendiéndose por tal, que recoja, almacene, grave, comunique, etc. -datos relativos a personas físicas, identificadas o identificables-. De ésta forma, y cuando la citada información se recopile en ficheros automatizados o en ficheros en papel organizados, aquella persona física o jurídica que decida sobre la finalidad, contenido o uso de los citados ficheros, tendrá la consideración de "Responsable del fichero o del tratamiento" y deberá adecuarse y cumplir con las obligaciones de la LOPD.

Las distintas aplicaciones e interpretaciones que se efectúan sobre esta normativa, tanto por los Tribunales como por la Agencia Española de protección de Datos (en adelante AEPD) que es el organismo administrativo encargado de velar por el cumplimiento de esta normativa, son numerosísimas, por tanto, al objeto que perseguimos con este curso, nos limitaremos a enumerar las principales obligaciones que establece la Ley y sobre todo, aquellas a las que, con carácter general, deberá enfrentarse todo emprendedor.



7.1. PRINCIPIOS DE CALIDAD EN EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS

La LOPD proclama en su artículo 4 la obligación del Responsable del Fichero establece los principios básicos de calidad que deben adoptarse, así, será obligatorio:

- Mantener los datos exactos y puestos al día de forma que respondan con veracidad a la situación actual del afectado,
- Cancelar los datos cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados. Los datos personales no serán conservados en una forma que permita la identificación del afectado durante un periodo superior al necesario para los fines que motivaron su recogida o registro. Esta cancelación implicará, según lo previsto en el 16.3 de la LOPD el bloqueo de los datos, conservándose únicamente a disposición de las

Administraciones publicas, Jueces y Tribunales, para la atención de las posibles responsabilidades nacidas del tratamiento, durante el plazo de prescripción de éstas. Cumplido el citado plazo, deberá procederse a la supresión, y

- Mantener los datos permanentemente actualizado de manera que respondan de manera exacta a la situación real del titular.

7.2. DEBER DE INFORMACIÓN

Supuestos en los que el Emprendedor recoja directamente los datos de carácter personal.

Se deberá informar a los titulares de los datos, en el momento de la recogida de los datos personales, de modo expreso, preciso e inequívoco de las siguientes circunstancias:

- (i) De la existencia de un fichero con datos de carácter personal o tratamiento de datos de carácter personal,
- (ii) De la finalidad de la recogida de los datos y de los destinatarios de la información,
- (iii) Del carácter obligatorio o facultativo de sus respuestas a las preguntas que le sean planteadas,
- (iv) De las consecuencias de la obtención o de la negativa a suministrar los datos,
- (v) La posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición,
- (vi) De la identidad y dirección del Responsable del Fichero, en su caso, de su representante, cuando el responsable no resida en España.

En definitiva, de conformidad con la normativa española, el emprendedor que trate datos personales, tendría la obligación de informar al interesado, cualquiera que sea la modalidad de recogida de los datos, ya sea telefónica, mediante un formulario u otra.



A TENER EN CUENTA:

Así mismo, cuando se utilicen cuestionarios u otros impresos para la recogida de los datos, deberá figurar en los mismos, de forma claramente legible, una leyenda de protección de datos que incluya las advertencias señaladas en los párrafos anteriores.

Supuestos en los que los datos sean facilitados por un tercero

En aquellos casos en los que los datos de los titulares de los datos sean facilitados por terceros, ésta deberá informar a los referidos clientes en los términos establecidos por el artículo 5.4 de la LOPD. En este sentido, el Emprendedor deberá informar a los titulares de los datos de forma expresa, precisa e inequívoca, dentro del plazo de los tres meses siguientes al momento de registro de los datos, del contenido del tratamiento, de la procedencia de los datos, de la existencia de un fichero con datos de carácter personal, de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como de la identidad y dirección del Responsable del Fichero.

7.3. OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO

Con carácter adicional al deber de informar a los titulares de los datos, el emprendedor deberá obtener de éstos su consentimiento inequívoco para el tratamiento de sus datos de carácter personal, salvo que:

- Alguna ley disponga otra cosa,
- Se obtengan los datos de fuentes accesibles al público, o
- Exista una relación vinculante entre el cliente y el emprendedor (negocial, laboral, administrativa o contractual) y los datos sean necesarios para el mantenimiento, cumplimiento o control de tal relación.

De este modo, entendemos que por ejemplo, no necesitaría el consentimiento de los titulares de los datos para el tratamiento de su información, siempre y cuando, dicho tratamiento se refiera al mantenimiento, cumplimiento o control de la relación surgida de la adquisición del producto (caso de una garantía).

En cualquier otro supuesto, el emprendedor estaría obligado a obtener el consentimiento de los titulares de los datos, si bien, atendiendo a la naturaleza de los mismos, no se estarían tratando datos especialmente protegidos, sería suficiente con recabar el consentimiento tácito. De manera añadida, en el apartado siguiente analizaremos con detalle la obtención por el emprendedor del consentimiento de sus clientes, para la remisión de comunicaciones comerciales por medios electrónicos.

En relación con la obtención del consentimiento para fines distintos a los mencionados en los párrafos anteriores, (por ej. realización de una campana de marketing mediante correo postal), y que excedan de aquellos necesarios para el mantenimiento, desarrollo o control de la referida relación, el emprendedor deberá establecer un mecanismo de *opt-out* para que el cliente pueda manifestar su oposición al tratamiento de sus datos:

- Con fines distintos a los de la relación surgida de la adquisición del producto entre el emprendedor y el cliente final,
- Para la cesión de los datos a terceras entidades que no sean necesarias para el cumplimiento de dicha relación o
- Para la remisión de comunicaciones comerciales a través de medios tradicionales (como el correo postal).

Por último, debe resaltarse la posibilidad de que el emprendedor conserve los formularios que contengan los datos de carácter personal de los titulares de los datos, durante el tiempo en que pueda exigirse algún tipo de responsabilidad derivada de la relación u obligación jurídica que le vincula con éstos, de cara a poder probar el cumplimiento de los deberes de información y obtención del consentimiento, frente a cualquier tipo de requerimiento administrativo o judicial.



7.4. OTRAS OBLIGACIONES PRINCIPALES QUE DEBE OBSERVAR EL CLIENTE, PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

A. INSCRIPCIÓN DE FICHEROS EN LA AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS.

Será obligatorio, cuando se tratan datos personales, notificar a la AEPD con carácter previo a su creación, los ficheros de clientes que haya creado en virtud de los tratamientos que vaya a realizar. A este respecto, el emprendedor tendrá que indicar en la notificación, de acuerdo con el apartado segundo del artículo 55 del Reglamento de la LOPD, las siguientes cuestiones:

1. La denominación social de EL CLIENTE,
2. La identificación del fichero,
3. Sus finalidades y los usos previstos,
4. El sistema de tratamiento empleado en su organización,
5. El colectivo de personas sobre el que se obtienen los datos,
6. El procedimiento y procedencia de los datos,
7. Las categorías de datos,
8. El servicio o unidad de acceso,

9. la indicación del nivel de medidas de seguridad básico, medio o alto exigible y en su caso, la identificación del encargado del tratamiento y los destinatarios de cesiones y/o transferencias internacionales de datos.

Adicionalmente, para el procedimiento de notificación de los ficheros en el Registro de la AEPD, el emprendedor deberá cumplimentar, para cada fichero, un formulario que contenga todas las menciones expuestas en el párrafo anterior, disponible en el Sitio Web www.agpd.es, que será enviado telemáticamente con carácter previo a su presentación, debidamente firmado, ante dicha Agenda. Una vez registrado, la AEPD remitirá a la dirección que se haya indicado en el formulario, el contenido completo de la inscripción (incluyendo el código de inscripción del fichero), en el plazo aproximado de un mes.

En cualquier caso, el cumplimiento de ésta obligación formal, no supone la presunción de cumplimiento alguno de las restantes obligaciones de la LOPD, ni exonera de las responsabilidades por las infracciones en que se haya podido incurrir.



A TENER EN CUENTA:

Junto a ello, los ficheros deberán mantenerse actualizados en todo momento, debiéndose comunicar a la Agencia, en el plazo de un mes desde que se hubiese producido, cualquier modificación que afectase el contenido del fichero inscrito.

B. ADOPCIÓN DE MEDIDAS DE SEGURIDAD POR PARTE DE EL CLIENTE.

El emprendedor deberá adoptar las medidas técnicas y organizativas necesarias, que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal de sus clientes y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, habida cuenta del estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que están expuestos, ya provengan de la acción humana o del medio físico o natural. El RLOPD establece en su Título VIII, las medidas de seguridad que se deberán adoptar en función de la topología de datos de los titulares de los datos que se contengan en sus ficheros.

A este respecto, se establecen tres niveles de medidas de seguridad en dicho Título VIII del RLOPD: básico, medio y alto, en función de los datos que van a ser tratados y que se detallan a continuación:

- **Nivel alto:** ficheros o tratamientos que contengan datos especialmente protegidos (afiliación sindical, religión, creencias, origen racial, salud o vida sexual, etc.). En el caso de que en los ficheros se contuvieran datos especialmente protegidos, ésta debería adoptar, entre otras, medidas de seguridad en las redes de telecomunicaciones, utilizando sistemas de cifrado, así como la llevanza de un registro de accesos a sus sistemas de información.

- **Nivel medio:** ficheros que contengan datos que ofrezcan una definición de la personalidad y permitan evaluar determinados aspectos de la misma o del comportamiento de las personas. En este supuesto, el emprendedor debería implementar, entre otras, medidas de seguridad consistentes en designar un responsable de seguridad, realizar auditorias bianuales, llevar a cabo controles de acceso físico a los locales que contengan los sistemas de información e instaurar un procedimientos para evitar el acceso no autorizado a los sistemas de información de manera reiterada.
- **Nivel básico:** cualquier otro fichero que contenga datos de carácter personal. Entre las medidas de seguridad a implantar por el emprendedor, destacamos la elaboración de un sistema de gestión de soportes y documentar la instauración de un registro de incidencias o la determinación de las funciones y obligaciones del personal.

Por otro lado, resulta obligatorio elaborar un Documento de Seguridad, que recogerá las medidas de índole técnica y organizativa acordes a la normativa de seguridad vigente, atendiendo a los niveles indicados previamente. Dicho Documento, será de obligado cumplimiento para el personal que trabaje con acceso a los sistemas de información.

Por ultimo, ha de ponerse de manifiesto que el RLOPD, que incluye dentro de su ámbito de aplicación los ficheros o tratamientos no automatizados (esto es, en soporte papel) o parcialmente automatizados, regula de modo específico las medidas de seguridad aplicables a los mismos.

C. EJERCICIO POR LOS TITULARES DE LOS DATOS DE SU DERECHO DE ACCESO, RECTIFICACIÓN, CANCELACIÓN Y OPOSICIÓN.

El Responsable, deberá facilitar a los titulares de los datos, mecanismos sencillos y gratuitos para que puedan ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

En este sentido, si como consecuencia de la actividad que vayamos a desarrollar, disponemos de un servicio de atención al público, o de reclamaciones relacionadas con los productos que ofrece, se deberán habilitar con la finalidad de que los titulares de los datos puedan acceder, rectificar, cancelar y oponerse al tratamiento de sus datos, para ello se deberá utilizar los mecanismos de identificación que estén establecidos, para verificar la identidad en el servicio habitual de atención al cliente.

A este respecto, se deberá dar cumplida respuesta al ejercicio de los mismos en los plazos legalmente establecidos al efecto, aún cuando no se contengan datos de carácter personal.

8 Formalizar sus acuerdos

8.1. CONTRATOS CON PROVEEDORES

La formalización de contratos es muy importante para llevar a cabo una actividad empresarial. En muchas ocasiones, nos encontramos con emprendedores que, por reducir los costes iniciales de su negocio, acuden a amigos o conocidos con la finalidad de que éstos les presten distintos servicios. En este escenario es habitual que, atendiendo a la confianza que nos vincula con estas personas, pasemos por alto la formalización de contratos de prestación de servicios.

Esto es un error muy frecuente y quiero explicaros el motivo de ello. Cuando las relaciones negociales no se afianzan y no quedan plasmadas en un documento, vamos a tener dificultades en caso de querer hacer valer los derechos que nos amparan. Así, cuando un emprendedor contrata la prestación de servicios de desarrollo de una Web, y no firma el oportuno contrato, no va a poder exigir responsabilidades por el retraso en la entrega, o por el mal funcionamiento de la página, no vamos a saber las garantías que tenemos en relación con las reparaciones necesarias que deben afrontarse tras el momento de la entrega, ni las pruebas que vamos a efectuar para verificar el correcto funcionamiento...

No obstante, esto no será lo más preocupante, hay una cuestión relativa a la titularidad de los derechos de propiedad intelectual, cuando encargamos que algún freelance o empresa nos haga una página Web, un programa de ordenador, unas fotografías para incluir en nuestro portal, etc. que debemos valorar. Así, cuando no existe un pacto concreto, a través de un contrato, la empresa o persona que hace el encargo, no adquiere ningún derecho sobre el mismo, más allá de la posibilidad de utilizar la obra. Así, la normativa en materia de propiedad intelectual va a entender que, el titular de todos los derechos va a ser la empresa que ejecuta el trabajo y que, si en el contrato no queda clara la cesión de derechos, Así como sus modalidades, el ámbito temporal de la cesión, el ámbito geográfico y el carácter exclusivo o no, se presumirá que el único derecho cedido será la licencia de uso sobre la creación intelectual.

Igualmente, será muy importante pactar en estos contratos.

- Cláusulas de confidencialidad.
- Cláusulas de responsabilidad p.e. que sucede si encargamos que nos hagan una página Web y en ella nos incluyen fotografías por las cuales, el desarrollador no ha obtenido los derechos oportunos
- Cláusulas de utilización de software libre, si es que en nuestro proyecto se encarga un desarrollo de software y se va a emplear aplicaciones GPL, LGPL, MOZILA, etc.
- Cláusulas de garantías sobre los resultados.
- Cláusulas de duración y penalización en caso de retrasos.

Algunas de estas cláusulas también será recomendable formalizarlas con empleados, principalmente:

- Cláusulas de propiedad intelectual.
- Cláusulas de confidencialidad La descripción detallada del producto o servicio: apariencia, diseño, propiedades, funciones, calidad, envase o embalaje

Resumen

En esta unidad hemos aprendido nociones básicas de impacto legal, en el uso de las diversas herramientas tecnológicas que un emprendedor lleva a cabo, a veces de forma muy sencilla, pero insistiendo que eso no es obstáculo para que cumpla con sus obligaciones legales. Insistimos que sobre este punto, hemos tratado que tengáis una cierta base de conocimiento, pero a partir del mismo, es necesario atender a cada caso particular del emprendedor e investigar la aplicabilidad concreta a ese proyecto empresarial.

