

RSM DIGITAL #12

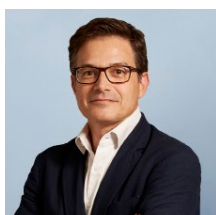
Entra en vigor la primera modificación de la Ley Orgánica de Protección de Datos

La Disposición final novena de la Ley 11/2023, publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el pasado 9 de mayo 2023, ha modificado varios artículos de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales ("LOPDGDD").

La modificación, la primera desde la entrada en vigor de la LOPDGDD en el año 2018, se debe principalmente a la corrección de errores del RGPD publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea, así como al incremento y a la mayor complejidad de los asuntos abordados por la Agencia Española de Protección de Datos ("AEPD").

Entre los cambios de mayor relevancia, se señala:

- a) El aumento de nueve a doce meses en la duración máxima del procedimiento sancionador, y de doce a dieciocho meses en las actuaciones previas de investigación.
- b) La creación un nuevo procedimiento de apercibimiento, rápido y flexible, y de naturaleza no sancionadora, que tendrá una duración máxima de seis meses.
- c) la posibilidad por la AEPD de realizar no sólo investigaciones presenciales sino también remotas.
- d) Finalmente, se publicarán en el BOE y en la sede electrónica de la AEPD, unos modelos de presentación de reclamaciones, que serán de uso obligatorio para los interesados. ■



Marc Gallardo
Partner | Lawyer

Área de Negocio Digital de RSM Spain
E mgallardo@rsm.es



José María Baños
Partner | Lawyer

Área de Negocio Digital de RSM Spain
E jbanos@rsm.es



Proyecto de Ley de creación de la Oficina de Derechos de Autor y Conexos

El pasado 22 de febrero, se publicó en el Boletín Oficial de las Cortes Generales el proyecto de **Ley de creación de la Oficina Española de Derechos de Autor y Conexos**. Dicho proyecto de Ley tiene por objeto la creación un organismo autónomo al que se ha denominado Oficina Española de Derechos de Autor y Conexos (en adelante, "OEDAC"), adscrito al Ministerio de Cultura y Deporte, encargado de la **actividad administrativa en materia de propiedad intelectual, así como de impulsar el desarrollo de una política integral y efectiva de promoción y protección de los derechos de autor y conexos**.

¿Qué es la Oficina de Derechos de Autor y Conexos?

La OEDAC se trata de una **oficina de carácter nacional con capacidad de obrar y personalidad jurídica propia**, que dotará de gran autonomía para implementar una política integral útil, así como de la salvaguarda de los derechos de autor y conexos, y ello debido al gran alcance que tiene este activo en el sector cultural español. Su régimen jurídico será el de su propia norma, así como la normativa administrativa general y, en defecto de ésta, el derecho común.

Serán la Subdirección General de Propiedad Intelectual y la Dirección General de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación los organismos que se encargarán de llevar a cabo las labores principales de esta oficina. En este sentido, serán incluidas las **competencias del Registro de Propiedad Intelectual** que, aunque no cuente con carácter constitutivo, cuenta con una gran presencia a la hora de acreditar y proteger los derechos que reconoce la Ley de Propiedad Intelectual.

En este sentido, será una oficina que permitirá la **correcta ejecución de la actividad administrativa que corresponde al Estado en materia de propiedad intelectual**, y servirá para mitigar la posición de debilidad y falta de liderazgo estratégico de España en esta materia.

¿Cuáles serán las funciones?

Una de las principales funciones llevadas a cabo por la OEDC consistirá realizar **las funciones que corresponden a la Administración General del Estado en materia de derechos de autor y demás derechos de propiedad intelectual**, y el empuje y la realización de la política en esta materia, en relación con lo dispuesto por la Ley y su Estatuto.

Asimismo, se persigue mejorar la facultad para ejecutar las tareas y funciones que hoy por hoy ya se llevan a cabo en materia de propiedad intelectual, tales como las cuestiones concernientes a la vigilancia del cumplimiento de lo estipulado por la ley o las funciones regulatorias, que servirá para avanzar en la calidad normativa en esta materia. Así, dicha mejora progresará en la medida en la que lo hace la tecnología

hoy en día, como lo hacen grandes retos como el Metaverso o la Inteligencia Artificial.

Se prestará especial atención a la protección de las nuevas estrategias de piratería provenientes de la expansión de las redes sociales, que se han convertido en el canal primordial de reproducción y comunicación pública de obras protegidas por la propiedad intelectual y derechos de autor.

Se perseguirá proteger y adaptar la constante legislación y aquellas herramientas que sirvan como protección de los consumidores y los creadores de contenido de las plataformas de streaming, que también se protegen por la normativa de propiedad intelectual.

¿Cuáles serán posibles infracciones?

Cabe destacar que el proyecto de ley hace referencia a que pertenecerán a la OEDAC, dentro del ámbito de las competencias que le corresponden, las potestades de inspección y sanción previstas en la normativa de propiedad intelectual.

La potestad sancionadora que tendrá este órgano garantizará la debida separación entre la fase instructora, que corresponderá a los órganos ejecutivos de la OEDAC, con rango o nivel de subdirección general competentes por razón de la materia, y la fase de resolución, que corresponderá a la Dirección de la OEDAC, así como el resto de los principios aplicables al ejercicio de dicha potestad.

La recaudación de las sanciones pecuniarias impuestas por la OEDAC se llevará a cabo por los órganos y procedimientos establecidos en el Reglamento General de Recaudación, y demás normas de aplicación.

¿Qué beneficios traerá?

Esta norma reforzará la actividad administrativa que corresponde al Estado en materia de propiedad intelectual de manera eficiente, a fin de mejorar la estructura actual, **dando cumplimiento a los hitos comprometidos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**, que destaca a las industrias culturales como una de sus palancas.

De este modo, se conseguirá una gran especialización de los empleados públicos de la nueva oficina, redundando **mayor eficacia y calidad en las políticas públicas y en los procedimientos relativos a esta especialidad**.

En RSM somos especialistas en [Propiedad Intelectual](#), y podremos prestarte asesoramiento en todos aquellos aspectos que puedan surgirte en esta materia. ■



El Tribunal de Justicia precisa el contenido y el alcance del derecho a obtener una “copia” de los datos personales

Continúa la intensa labor de aclaración interpretativa de las disposiciones del Reglamento General de Protección de Datos (“RGPD”) llevada a cabo por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (“TJUE”).

En la sentencia, dictada el pasado 4 de mayo de 2023 (asunto C-487/21), el TJUE ha precisado el contenido y el alcance del derecho de acceso del interesado, que comporta el derecho a obtener del responsable del tratamiento una «copia» de los datos personales objeto de tratamiento.

Según los jueces europeos, el término “copia” debe interpretarse en el sentido de *“reproducción o transcripción auténtica de un original”*.

Conforme a dicha interpretación, no puede considerarse acorde a la legislación en materia de protección de datos personales la entrega de una descripción general de los datos personales o de una lista resumida de estos.

Entrando más a fondo en el contenido del derecho en cuestión, los jueces europeos precisan que el objeto de la “copia” no es el documento, sino los datos personales que se contienen en el mismo, los cuales deben ser «completos», puesto que deben permitir al interesado cerciorarse de que son exactos y que son tratados lícitamente.

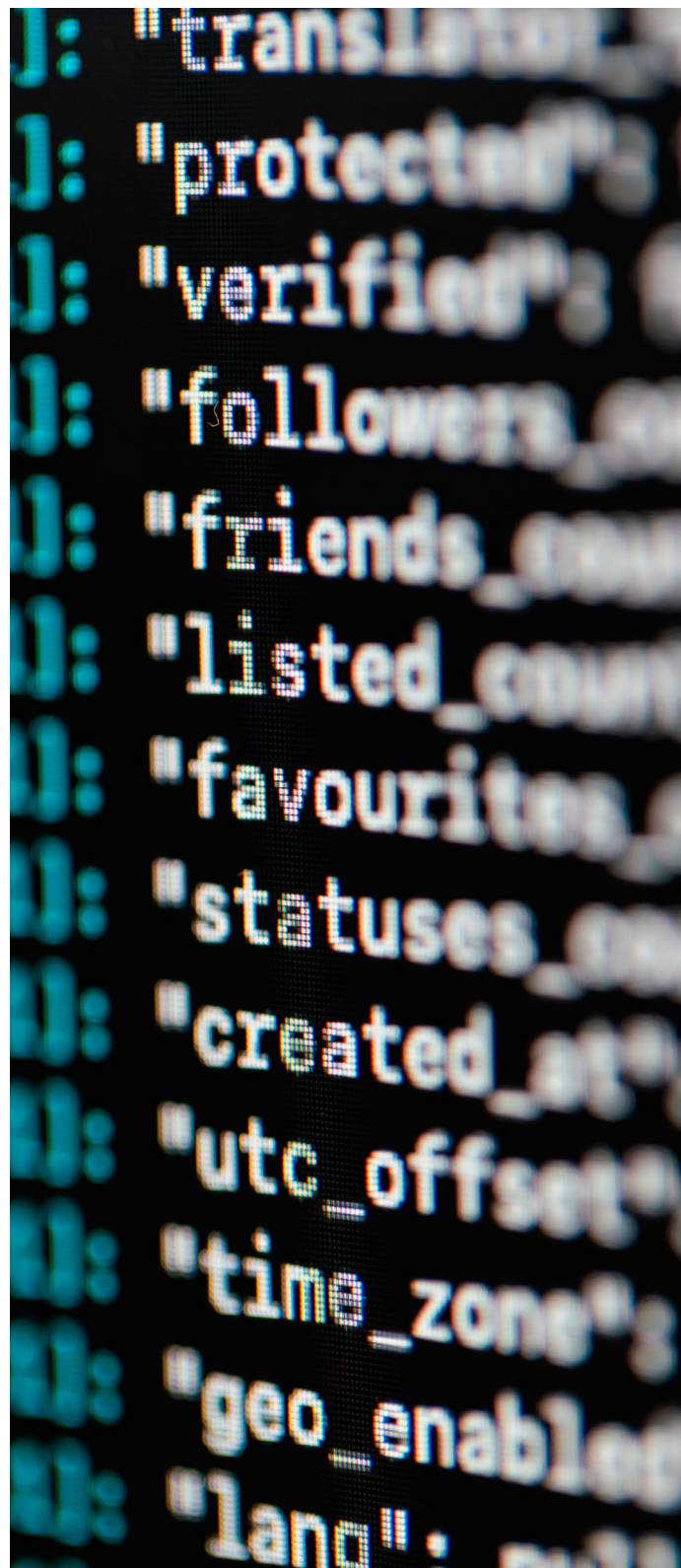
Por otro lado, el responsable está obligado a entregar al interesado una copia de los datos en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo, por escrito o por otros medios (inclusive por medios electrónicos).

Ahora bien, puede haber casos en los que, a efectos de cumplir con los requisitos precitados, sea indispensable que el responsable del tratamiento entregue *“copias de extractos de documentos, documentos enteros o extractos de bases de datos que contengan los datos del interesado”*.

Por ejemplo, la entrega de un documento asegura al interesado una presentación inteligible de sus datos personales cuando el responsable del tratamiento ha generado estos datos personales a partir de otros datos personales o cuando los ha derivado de campos libres (esto es, de una falta de indicación por parte del interesado).

En todos los casos, si el ejercicio del derecho a obtener una copia de los datos personales entra en conflicto con los derechos y libertades de otras personas, el responsable tendrá que efectuar una ponderación. Siempre que sea posible, el responsable tendrá que optar por la modalidad de comunicación de la copia de los datos personales que no

produzca una vulneración de los derechos y libertades de otras personas. ■





La epidemia de las reseñas falsas: la normativa que busca acabar con ellas

Durante estos últimos años, las reseñas se han convertido en un factor esencial para la toma de decisiones de los consumidores de plataformas de comercio electrónico. Antes de comprar un producto o contratar un servicio, muchas personas consultan las opiniones de otros usuarios, como si se tratara de la opinión de un amigo cercano, para tomar una decisión informada.

No obstante, esta práctica también ha dado lugar a un fenómeno preocupante: el uso de reseñas en línea falsas. Es decir, algunas empresas o usuarios publican opiniones falsas o manipuladas para engañar a los consumidores y lograr ventajas sobre la competencia. Esto no sólo afecta negativamente a los consumidores, si no también al resto de empresas en el mercado que no realizan estas prácticas.

Recientemente, ha sido noticia el gigante Amazon por demandar a una empresa española cuya actividad principal era la de realizar reseñas en productos en venta a través de la plataforma de Amazon por una suma de dinero. Esta acción se suma a las acciones legales previamente realizadas por el gigante informático en países como Alemania, Italia o Estados Unidos contra las entidades que promueven la publicación de opiniones falsas en sus tiendas.

¿Cómo puede un usuario comprobar si una reseña es verdadera o no?

Antes de tomar una reseña por verdadera es importante prestar atención a una serie de detalles que nos pueden ayudar a saber si el contenido de esta es real:

Si la reseña está muy bien escrita, de manera muy detallada y con fotografías de alta calidad es muy probable que sea falsa. El usuario medio no suele dedicar tanto mucho tiempo a realizar una reseña si no media ningún otro tipo de interés.

Otro factor decisivo suele ser el perfil que ha realizado el comentario, si este perfil nunca ha hecho otra valoración, siempre lo hace sobre la misma empresa o realiza comentarios negativos sobre empresas de la competencia, existen altas posibilidades de que el perfil sea falso.

¿Qué solución ha dado el legislador español para frenar este negocio de las reseñas falsas?

Para dar respuesta a este problema, España ha aprobado la conocida como "Ley de Servicios Digitales", también conocida como DSA por sus siglas en inglés, que busca regular las reseñas en internet y proteger los derechos de las empresas y de los consumidores.

Esta normativa establece una serie de medidas para garantizar la autenticidad y fiabilidad de las reseñas en

línea. Entre estas medidas cabe destacar la obligación de las plataformas a verificar la identidad de los reseñadores, prevenir las reseñas falsas y establecer un sistema para eliminar las reseñas discriminatorias, difamatorias u ofensivas.

Con esta ley se pretende aportar una solución al auge del papel de las reseñas en línea en el proceso de toma de decisiones de los consumidores. Según la encuesta realizada por el Centro Europeo del Consumidor en 2018, el 82% de los consumidores europeos lee las reseñas en línea antes de realizar una compra, mientras que el 66% las considera un factor importante en su decisión de compra. Han transcurrido cinco años de este estudio, por lo que podemos deducir que este porcentaje no ha hecho más que aumentar con el crecimiento que ha sufrido el comercio electrónico durante estos últimos años.

Una de las principales acciones que deberán implementar las plataformas en línea para evitar esta creación de reseñas falsas será el uso de sistemas automatizados para detectar patrones sospechosos de actividad, como un gran número de reseñas publicadas por un único usuario o reseñas publicadas de manera muy seguida en el tiempo. Además también serán penalizadas las plataformas que ofrezcan incentivos a los usuarios para escribir reseñas positivas sobre sus productos o por escribir reseñas negativas en las páginas web de las empresas competidoras.

Asimismo, también busca proteger a las empresas y usuarios de reseñas discriminatorias, difamatorias y ofensivas. Para ello ha impuesto la obligación a las plataformas de habilitar un sistema para que los usuarios puedan informar de reseñas que violen esos estándares y eliminarlas de manera rápida y eficaz.

A pesar de que la normativa ha sido objeto de críticas por parte de algunos sectores empresariales y de los consumidores, no cabe duda de que representa un avance trascendental en la regulación del mundo en línea y la protección de los derechos de los consumidores y las empresas. Al establecer normas claras para la autenticidad y fiabilidad de las reseñas en línea, esta ley ayuda a garantizar que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sobre qué productos o servicios comprar, mientras protege a las empresas de reseñas con ánimo desleal. ■





La Protección de los dominios, webs y otros elementos del eCommerce

En el mundo del comercio electrónico, la importancia de los nombres de dominio y las marcas registradas es indiscutible. Ambos representan la identidad y el valor de una empresa en línea. Este artículo tiene como objetivo exponer la relevancia de estos elementos en el ámbito digital y ofrecer información sobre cómo protegerlos frente al *cybersquatting*.

Nombres de dominio y marcas

A) Definiciones y relación entre nombres de dominio y marca registrada

Un nombre de dominio es la dirección única y exclusiva que identifica a un sitio web en Internet. Por otro lado, una marca registrada es un signo distintivo que protege el nombre, logotipo o símbolo de una empresa, distinguiéndola de sus competidores.

Existe una relación estrecha entre los nombres de dominio y las marcas registradas, ya que ambos actúan como identificadores de una empresa en el entorno digital. Pues, en muchos casos, las empresas eligen nombres de dominio que coinciden con sus marcas registradas para garantizar una identificación clara y sencilla por parte de los consumidores. Esto es fundamental en el mundo del *e-commerce*.

B) Legislación española aplicable a nombres de dominio y marcas

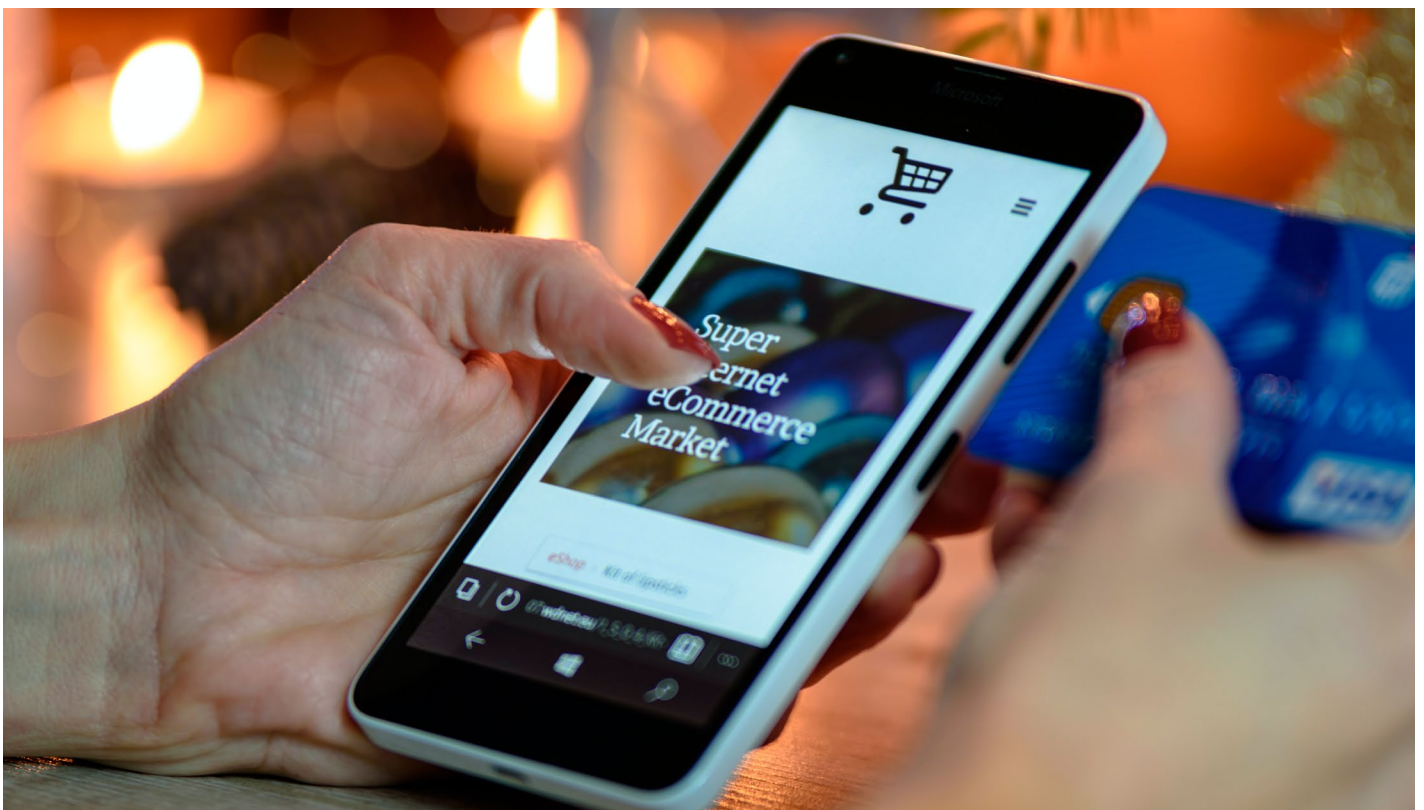
En España, la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, regula tanto las marcas registradas como los nombres de dominio. Esta legislación establece las normas y requisitos para registrar marcas y proteger los derechos de los titulares frente a posibles infracciones y abusos.

C) Conflicto entre nombres de dominio y marcas registradas y cómo abordarlos

Pero el conflicto puede surgir cuando un tercero registra un nombre de dominio idéntico o similar a una marca registrada, lo que puede generar confusión entre los consumidores y causar daños a la empresa titular de la marca.

En el caso de los *e-commerce* este problema se complica aún más porque sus operaciones se desarrollan dentro de la red. Y, como ya he dicho, dependen de su identidad digital para asegurar su reconocimiento y el desarrollo exitoso de sus operaciones.

Sin embargo, para resolver estos conflictos, los titulares de marcas pueden acudir a diferentes mecanismos como la mediación, el arbitraje o los tribunales ordinarios. También pueden recurrir a procedimientos específicos derivados de la Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy (UDRP) de la ICANN.





Ciberocupación, qué es y cuáles son sus consecuencias

A) El cybersquatting y sus diferentes formas

A la práctica de registrar, vender o utilizar un nombre de dominio con el fin de obtener un beneficio económico a expensas de una marca registrada se le llama *cybersquatting* o ciberocupación. Y puede darse de dos formas: el *typo-squatting*, consistente en el registro de dominios con errores tipográficos, y el *brand-squatting*, que se da cuando se registran dominios que incluyen marcas reconocidas.

Mientras que el *typo-squatting* se aprovecha del tráfico generado por el error humano, el *brand-squatting* en ocasiones se aprovecha de la apariencia de conexión con la marca reputada a que se aproxima. En otros casos, el *brand-squatting* no busca siquiera usar el dominio, sino únicamente revenderlo al legítimo titular de la marca objeto del *cybersquatting*.

B) Regulación y procedimientos para combatir el cybersquatting

Existe un mecanismo especial para resolver conflictos relacionados con estas prácticas: el Procedimiento de Resolución de Conflictos de Nombres de Dominio (UDRP) de la ICANN. En el seno de este procedimiento, un grupo administrativo de expertos decidirá en un plazo de 60 días si se cancela o mantiene el nombre de dominio controvertido.

Dicho procedimiento puede realizarse de manera paralela a un procedimiento judicial. En España, además, se pueden seguir procedimientos legales ordinarios para protegerse y hacer valer los derechos de marca.

¿Cómo puede un e-commerce prevenir el cyber-squatting y proteger su identidad digital?

A) Registro proactivo de nombres de dominio y marcas

Una de las estrategias más efectivas para prevenir el *cybersquatting* es registrar proactivamente los nombres de dominio y marcas relevantes para la empresa de *e-commerce*. Esto incluye no solo el registro de la marca y el nombre de dominio principal, sino también variantes idiomáticas, geográficas o sectoriales que puedan ser de interés.

B) Monitoreo de posibles infracciones y abusos

También es importante monitorear regularmente el uso de su identidad en Internet para detectar posibles infracciones y casos de *cybersquatting*. Existen herramientas y servicios especializados que pueden ayudar a los *e-commerce* a vigilar el registro y uso de nombres de dominio similares a sus marcas registradas.

C) Acciones legales y extrajudiciales para combatir el cybersquatting y proteger los derechos de autor

Si se detecta un caso de *cybersquatting* o infracción de marca, los *e-commerce* pueden emprender acciones legales y extrajudiciales para defender sus derechos. Esto puede incluir

enviar cartas de cese y desistimiento, iniciar un procedimiento de resolución de conflictos de nombres de dominio (como el UDRP) o, si es necesario, acudir a los tribunales ordinarios.

D) Buenas prácticas en la gestión de nombres de dominio y marcas

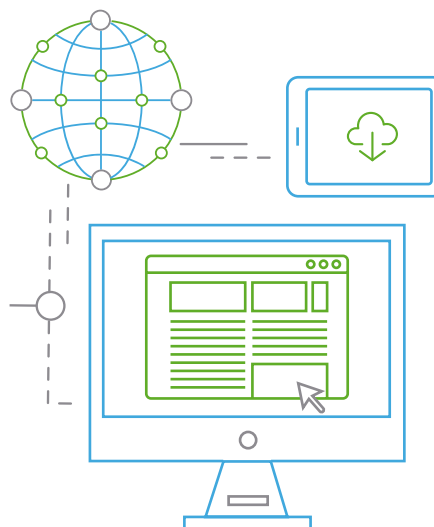
Adoptar buenas prácticas en la gestión de nombres de dominio y marcas puede reducir el riesgo de enfrentar problemas de *cybersquatting*. Algunas de estas prácticas incluyen:

- Utilizar nombres de dominio distintivos y no genéricos
- Registrar marcas y nombres de dominio en múltiples extensiones y variantes
- Renovar los registros de nombres de dominio y marcas a tiempo
- Implementar medidas de seguridad adecuadas, como el bloqueo de transferencias de dominio desde el panel de control y la autenticación de dos factores.

Conclusiones

Los nombres de dominio y marcas son elementos fundamentales en el comercio electrónico y requieren una protección adecuada frente a infracciones y abusos. Es crucial conocer las leyes aplicables y los mecanismos de resolución de conflictos disponibles, así como adoptar estrategias proactivas y buenas prácticas para minimizar los riesgos.

Proteger los nombres de dominio y marcas es esencial para garantizar la reputación y la imagen de un *e-commerce*. Prevenir y combatir el *cybersquatting* es responsabilidad, tanto de los titulares de marcas y nombres de dominio, como de las autoridades competentes. Esto es fundamental para garantizar un entorno digital seguro y justo para todos. ■



[RSM Spain](#)

BARCELONA | MADRID | GRAN CANARIAS | PALMA DE MALLORCA | TARRAGONA | VALENCIA

[rsm.es](#)

RSM Spain Professional Corporation, SLP y las compañías relacionadas son miembros de la red RSM y operan bajo la marca RSM. RSM es una marca utilizada únicamente por los miembros de la red RSM. Cada miembro de la red RSM es una firma independiente de auditoría y/o consultoría que actúa en su propio nombre. La red RSM, como tal, no tiene personalidad jurídica propia en ninguna jurisdicción. La red RSM está administrada por RSM International Limited, compañía registrada en Inglaterra y Gales (Company number 4040598), cuyo domicilio social se encuentra en 50 Cannon Street, London, EC4N 6JJ. La marca y el nombre comercial RSM, así como otros derechos de propiedad intelectual utilizados por los miembros de la red, pertenecen a RSM International, una asociación regida por el artículo 60 y siguientes del Código Civil de Suiza, cuya sede se encuentra en Zug.

© RSM International Association, 2023.

THE POWER OF BEING UNDERSTOOD
ASSURANCE | TAX | CONSULTING

