

MANUAL DE ADECUACION LSSI



ALUMINIOS MONTORNES, S.L.

SIB GROUP / SIBPRODASA

Pau Alsina nº 14

08025 Barcelona

Tel: 935510196

www.sibprodasa.es / www.sibtraining.es

INDICE

- 1.- INTRODUCCIÓN**
- 2.- OBJETO DEL DOCUMENTO**
- 3.- DEFINICIONES**
- 4.- AVISO LEGAL**
- 5.- POLÍTICA DE PRIVACIDAD**
- 6.- POLÍTICA DE COOKIES**
- 7.- PROMOCIONES COMERCIALES**
- 8.- COMERCIO ELECTRÓNICO**
- 9.- REGIMEN SANCIONADOR**
- 10.- APROBACIÓN DEL DOCUMENTO**

ANEXO A.- AVISO LEGAL

ANEXO B.- POLÍTICA DE PRIVACIDAD

ANEXO C.- POLÍTICA DE COOKIES

ANEXO E.- NORMAS DE USO REDES SOCIALES

1. INTRODUCCIÓN

La Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE), establece el marco jurídico para garantizar que las actividades comerciales a través de Internet tienen el mismo trato que las similares realizadas en el entorno físico.

La LSSI-CE se aplica a las actividades en Internet que forman parte de una actividad económica, como el comercio electrónico (e-commerce), que se ha convertido en una de las actividades de mayor crecimiento en los últimos años.

La LSSI-CE incorpora en nuestro ordenamiento legislativo la Directiva 2000/31/CE, del Consejo y del Parlamento Europeo, en la que se regulan determinados aspectos jurídicos de los Servicios de la Sociedad de la Información, en particular los relativos al comercio electrónico.

La extraordinaria expansión de las redes de comunicaciones electrónicas y en especial de Internet así como la incorporación de esta última a la vida económica y a la actividad comercial, hacen necesario establecer un marco jurídico adecuado que generen en todos los actores intervinientes la confianza necesaria para el empleo de este nuevo medio.

La LSSI, en este sentido, establece tanto a los proveedores de servicios de intermediación, como a las empresas que ofrecen sus productos y a los ciudadanos que posean una página web, las reglas necesarias para que el uso y disfrute de esta red, así como la posible actividad económica generada en torno a la compra y venta de todo tipo de productos y servicios, sea una experiencia positiva, segura y confiable.

En cualquier caso, la LSSI no es la única norma que regula las actividades comerciales en Internet y dependiendo del carácter específico de algunas de ellas, deberemos acudir a lo dispuesto en las siguiente Leyes:

- Ley orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales .
- Reglamento (UE) 2016/ 679 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.
- 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.

Gracias a la normativa aplicable a las páginas web, tenemos derecho a:

- Obtener información sobre nombre, domicilio o dirección de los prestadores de servicios que contratamos a fin de identificarlos con claridad ante una posible reclamación en el futuro.
- Conocer la identidad de los anunciantes que nos hacen llegar sus mensajes comerciales y derecho a pedir que esos mismos mensajes cesen o, directamente, no lleguen a iniciarse.
- Conocer los pasos imprescindibles para realizar una contratación en Internet, a acceder a las condiciones generales y a obtener garantías por parte del vendedor o prestador de que el pedido se ha realizado de forma correcta.
- Ser informados sobre los medios técnicos que permitan la protección frente a las amenazas de seguridad en Internet (virus, spam, etc.) y sobre las herramientas para el filtrado de contenidos no deseados.

Cumplir con la LSSI no solo nos aporta la tranquilidad de cumplir de forma responsable con la normativa, sino que además ayuda a la organización a generar confianza entre sus usuarios.

2. OBJETO DEL DOCUMENTO

El objeto del documento es dar cumplimiento a las obligaciones derivadas de la Ley de Servicios de la Información y el Comercio Electrónico (LSSI). En concreto, se aplica a los siguientes servicios relacionados con Internet cuando constituyan una actividad económica o lucrativa para el prestador del servicio:

- Comercio electrónico.
- Contratación en línea.
- Información y publicidad.
- Servicios de intermediación.

En este sentido, se considera que existe actividad económica cuando el responsable de la página web reciba ingresos directos (por las actividades de comercio electrónico que lleve a cabo) o indirectos (ya sea por publicidad o patrocinio derivados de la actividad que realice por medios electrónicos).

Como norma general, la LSSI no se aplica a las actividades realizadas sin ánimo de lucro (como las de los partidos políticos, sindicatos, asociaciones, ONGs, etc.), mientras no constituyan una actividad económica.

Los prestadores de servicios se agrupan en dos categorías según la LSSI:

a) Proveedores de Servicios de Intermediación:

- Empresas que brindan conexión a Internet a sus clientes (ISP).
- Prestadores de servicios de alojamiento de datos.
- Servicios de enlaces.
- Buscadores.

b) Empresas y particulares:

Personas jurídicas y particulares que realicen actividades económicas a través de Internet.

Identificación de ALUMINIOS MONTORNES, S.L.

Razón Social	ALUMINIOS MONTORNES, S.L.	NIF/CIF	B62334362	
Dirección Social	C/ FEDERICO GARCIA LORCA, 17 BAJOS		CP	08170
Población	MONTORNES DEL VALLES	Provincia	BARCELONA	
Actividad de la empresa	CARPINTERIA ALUMINIO Y CERRAJERIA			
Mail	ALUMINIOMONTORNESLL@HOTMAIL.COM	Teléfono	935680281	
*Representante Legal	FRANCISCO AZNAR PALACIOS	NIF	53071968C	
Página web	WWW.ALUMINIOS-MONTORNES.COM			
Marca	ALUMINIOS MONTORNES			

3. DEFINICIONES

Con la finalidad de establecer unos valores comunes dentro del ámbito de aplicación de este documento y según la normativa de aplicación de la Ley 31/2002 de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico se anotan las siguientes definiciones (Anexo de la Ley 34/2002):

a) **"Servicios de la sociedad de la información" o "servicios"**: todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario.

El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

Son servicios de la sociedad de la información, entre otros y siempre que representen una actividad económica, los siguientes:

- 1.º La contratación de bienes o servicios por vía electrónica.
- 2.º La organización y gestión de subastas por medios electrónicos o de mercados y centros comerciales virtuales.
- 3.º La gestión de compras en la red por grupos de personas.
- 4.º El envío de comunicaciones comerciales.
- 5.º El suministro de información por vía telemática.

No tendrán la consideración de servicios de la sociedad de la información los que no reúnan las características señaladas en el primer párrafo de este apartado y, en particular, los siguientes:

- 1.º Los servicios prestados por medio de telefonía vocal, fax o télex.
- 2.º El intercambio de información por medio de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente para fines ajenos a la actividad económica de quienes lo utilizan.
- 3.º Los servicios de radiodifusión televisiva (incluidos los servicios de cuasivídeo a la carta), contemplados en el artículo 3.º) de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, del Consejo, de 3 de octubre, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, o cualquier otra que la sustituya.
- 4.º Los servicios de radiodifusión sonora, y
- 5.º El teletexto televisivo y otros servicios equivalentes como las guías electrónicas de programas ofrecidas a través de las plataformas televisivas.

b) **"Servicio de intermediación"**: servicio de la sociedad de la información por el que se facilita la prestación o utilización de otros servicios de la sociedad de la información o el acceso a la información.

Son servicios de intermediación la provisión de servicios de acceso a Internet, la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones, la realización de copia temporal de las páginas de Internet solicitadas por los usuarios, el alojamiento en los propios servidores de datos, aplicaciones o servicios suministrados por otros y la provisión de instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o de enlaces a otros sitios de Internet.

c) **"Prestador de servicios" o "prestador"**: persona física o jurídica que proporciona un servicio de la sociedad de la información.

d) **"Destinatario del servicio" o "destinatario"**: persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información.

e) **"Consumidor"**: persona física o jurídica en los términos establecidos en el artículo 1 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

f) "**Comunicación comercial**": toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

A efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de comunicación comercial los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, ni las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica.

g) "**Profesión regulada**": toda actividad profesional que requiera para su ejercicio la obtención de un título, en virtud de disposiciones legales o reglamentarias.

h) "**Contrato celebrado por vía electrónica**" o "**contrato electrónico**": todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

i) "**Ámbito normativo coordinado**": todos los requisitos aplicables a los prestadores de servicios de la sociedad de la información, ya vengán exigidos por la presente Ley u otras normas que regulen el ejercicio de actividades económicas por vía electrónica, o por las leyes generales que les sean de aplicación, y que se refieran a los siguientes aspectos:

1.º Comienzo de la actividad, como las titulaciones profesionales o cualificaciones requeridas, la publicidad registral, las autorizaciones administrativas o colegiales precisas, los regímenes de notificación a cualquier órgano u organismo público o privado, y

2.º Posterior ejercicio de dicha actividad, como los requisitos referentes a la actuación del prestador de servicios, a la calidad, seguridad y contenido del servicio, o los que afectan a la publicidad y a la contratación por vía electrónica y a la responsabilidad del prestador de servicios.

No quedan incluidos en este ámbito las condiciones relativas a las mercancías y bienes tangibles, a su entrega ni a los servicios no prestados por medios electrónicos.

j) "**Órgano competente**": todo órgano jurisdiccional o administrativo, ya sea de la Administración General del Estado, de las Administraciones Autonómicas, de las Entidades locales o de sus respectivos organismos o entes públicos dependientes, que actúe en el ejercicio de competencias legalmente atribuidas".

4. AVISO LEGAL

El aviso legal es la información que debe facilitarse al usuario para cumplir con las obligaciones legales o regular las condiciones de uso del sitio web.

En el aviso legal deben aparecer las obligaciones y responsabilidades de ALUMINIOS MONTORNES, S.L., como prestador de servicios relacionados con internet. La información que debe aparecer es la siguiente:

a) Información para la identificación de ALUMINIOS MONTORNES, S.L. en la página web WWW.ALUMINIOS-MONTORNES.COM:

- Su denominación social, NIF, teléfonos de contacto, domicilio y dirección de correo electrónico.
- Datos de inscripción, en el caso de que la empresa esté registrada en el Registro Mercantil o en cualquier otro registro público. No necesario para autónomos.
- N.º de colegiado si se diera el caso.
- Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.
- Información sobre el precio de los productos, indicando si incluye o no los impuestos aplicables, gastos de envío y cualquier otro dato que deba incluirse en cumplimiento de normas autonómicas aplicables.
- En los casos de que su actividad esté sujeta a autorización previa o ejerza una profesión regulada, deberá informar a los usuarios sobre los siguientes aspectos:
 - Si ejerce alguna profesión regulada (abogado, médico, arquitecto, ingeniero), los datos básicos que acrediten su derecho a ejercer dicha profesión (colegio profesional al que pertenece, número de colegiado, título académico, Estado de la Unión Europea en que se expidió el título académico y, en su caso, la correspondiente homologación).
 - Si su actividad estuviera sujeta a autorización administrativa, los datos de la autorización de que disponga y los identificativos del órgano encargado de su supervisión.
 - Si además realiza *contratos on-line* deberá añadir la siguiente información:
 - Trámites que deben seguirse para contratar on-line
 - Si va a archivar el documento electrónico del contrato y si va a ser accesible.

- Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir los errores en la introducción de los datos, antes de confirmarlos.
- La lengua o lenguas en las que puede formalizarse el contrato.
- Condiciones generales a que, en su caso, se sujete el contrato.
- Y confirmar la celebración del contrato por vía electrónica, mediante el envío de un acuse de recibo del pedido realizado.

b) Información clara para la identificación de ALUMINIOS MONTORNES, S.L. en actividades de publicidad vía electrónica:

- El carácter publicitario del mensaje debe resultar inequívoco.
- Si se realizan ofertas, concursos o juegos promocionales, además de lo anterior, se deberá:
 - Identificarlas como tales
 - Expresar de forma clara e inequívoca las condiciones de participación.
- Cuando se envíen por correo electrónico, mensajes SMS, etc.:
 - Obtener con carácter previo, el consentimiento del destinatario.
 - Identificar el mensaje publicitario con la palabra «publicidad».
 - Establecer procedimientos sencillos para facilitar la revocación del consentimiento por el usuario

“Artículo 10. Información general.

1. Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información:

a) Su nombre o denominación social; su 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 establecer con él una comunicación directa y efectiva.

b) Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil en el que, en su caso, se encuentren inscritos o de aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad.

c) En el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.

d) Si ejerce una profesión regulada deberá indicar:

1.º Los datos del Colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.

2.º El título académico oficial o profesional con el que cuente.

3.º El Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.

4.º Las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos.

- e) El número de identificación fiscal que le corresponda.*
- f) 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.*
- g) Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.*

2. La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en el apartado 1.

3. Cuando se haya atribuido un rango de numeración telefónica a servicios de tarificación adicional en el que se permita el acceso a servicios de la sociedad de la información y se requiera su utilización por parte del prestador de servicios, esta utilización y la descarga de programas informáticos que efectúen funciones de marcación, deberán realizarse con el consentimiento previo, informado y expreso del usuario.

A tal efecto, el prestador del servicio deberá proporcionar al menos la siguiente información:

- a) Las características del servicio que se va a proporcionar.*
- b) Las funciones que efectuarán los programas informáticos que se descarguen, incluyendo el número telefónico que se marcará.*
- c) El procedimiento para dar fin a la conexión de tarificación adicional, incluyendo una explicación del momento concreto en que se producirá dicho fin, y*
- d) El procedimiento necesario para restablecer el número de conexión previo a la conexión de tarificación adicional.*

La información anterior deberá estar disponible de manera claramente visible e identificable. Lo dispuesto en este apartado se entiende sin perjuicio de lo establecido en la normativa de telecomunicaciones, en especial, en relación con los requisitos aplicables para el acceso por parte de los usuarios a los rangos de numeración telefónica, en su caso, atribuidos a los servicios de tarificación adicional”.

5. POLÍTICA DE PRIVACIDAD

La política de privacidad es una obligación legal de informar, por todas aquellas personas (físicas o jurídicas), propietarias de la web, a todas aquellas personas, usuarios o clientes que recogen datos personales a través de la web. En esa información que se proporciona se indica cómo se van a tratar sus datos.

La política de privacidad que se adjunta en el Anexo B, tiene que estar ubicada en un lugar visible de la web. Además, en todos aquellos formularios de contacto, consulta, etc. en el que se recojan datos personales (nombre, apellidos, email, etc.), debe estar incluido el título “Acepto la política de privacidad”, junto con una casilla para marca, la cual enlace al texto de la propia Política de Privacidad.

6. POLÍTICA DE COOKIES

Una cookie es un fichero que se descarga en su ordenador al acceder a determinadas páginas web. Las cookies permiten a una página web, entre otras cosas, almacenar y recuperar información sobre los hábitos de navegación de un usuario o de su equipo y, dependiendo de la información que contengan y de la forma en que utilice su equipo, pueden utilizarse para reconocer al usuario.

Toda página web que utilice cookies, debe dar información a todos los usuarios y usuarias sobre las cookies que se le instalarán en su navegador. Esta obligación legal está ubicada en el apartado segundo del artículo 22.2 de la LSSI, que establece lo siguiente:

“Los prestadores de servicios podrán utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, a condición de que los mismos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos, con arreglo a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Cuando sea técnicamente posible y eficaz, el consentimiento del destinatario para aceptar el tratamiento de los datos podrá facilitarse mediante el uso de los parámetros adecuados del navegador o de otras aplicaciones, siempre que aquél deba proceder a su configuración durante su instalación o actualización mediante una acción expresa a tal efecto. Lo anterior no impedirá el posible almacenamiento o acceso de índole técnica al solo fin de efectuar la transmisión de una comunicación por una red de comunicaciones electrónicas o, en la medida que resulte estrictamente necesario, para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el destinatario”.

7. PROMOCIONES COMERCIALES

7.1.- Introducción

La Ley permite la realización de comunicaciones comerciales mediante el uso de Internet u otros medios electrónicos, siempre que puedan identificarse como tales y a la persona o empresa en nombre del cual se realizan o anunciante.

Se permite el envío de mensajes publicitarios o comerciales por correo electrónico a aquellos usuarios que previamente lo hubieran solicitado o autorizado de forma expresa. No obstante, se permite el envío de comunicaciones comerciales a aquellos usuarios con los que exista una relación contractual previa, en cuyo caso el proveedor podrá enviar publicidad sobre productos o servicios similares a los contratados por el cliente.

En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija. En este sentido, deberá incluirse información sobre la revocación del consentimiento en cada comunicación comercial enviada, como por ejemplo la siguiente:

En cumplimiento de lo establecido en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, puede revocar en cualquier momento el consentimiento/s prestado para recibir comunicaciones comerciales o publicitarias, por correo electrónico u otros medios de comunicación electrónica equivalentes notificándolo al Responsable del tratamiento indicado en el párrafo anterior.

La Ley obliga, además, a los prestadores de servicios a habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado, así como a facilitar información accesible por vía telemática sobre dichos procedimientos.

Estas reglas son también aplicables al envío de mensajes publicitarios por otros medios de comunicación electrónica individual equivalente, como el servicio de mensajería de la telefonía móvil.

7.2.- Consentimiento para promociones comerciales

La prestación de consentimiento expreso exige la manifestación de una voluntad libre, informada, específica e inequívoca, que no deje lugar a duda, de aceptación del envío de comunicaciones comerciales realizadas por correo electrónico u otro medio de comunicación individual equivalente. Este requisito se entendería cumplido por ejemplo, si el prestador de servicios, después de informar al usuario sobre el uso al que destinará su dirección o número de teléfono, le ofrece la oportunidad de manifestar su

conformidad con el envío de comunicaciones comerciales haciendo "clic" en una casilla dispuesta al efecto, como se ejemplifica a continuación:

ALUMINIOS MONTORNES, S.L. con CIF: B62334362 y dirección en C/ FEDERICO GARCIA LORCA, 17 BAJOS - 08170 MONTORNES DEL VALLES (BARCELONA) , es el Responsable del Tratamiento de los datos de carácter personal que usted desee facilitarnos de manera voluntaria a través del presente formulario. El Responsable del Tratamiento tratará sus datos personales con la finalidad de 1) almacenar, gestionar y tramitar su solicitud, consulta o petición a través del formularios de contacto establecidos en el presente sitio web y 2) enviarle promociones comerciales, en caso de que usted otorgue su consentimiento para ello, consentimiento libre y voluntario que usted podrá revocar en cualquier momento. Usted podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación o portabilidad en cualquier momento, tal y como se describe en la Política de Privacidad [[LINK_POLÍTICA_DE_PRIVACIDAD](#)].

- He leído y acepto los términos y condiciones, tal y como se describe en la política de privacidad.*
- Consiento recibir en el correo electrónico indicado promociones comerciales por parte de ALUMINIOS MONTORNES, S.L..*

- El consentimiento de la política de privacidad debe ser obligatorio para poder enviar el mensaje.
- El consentimiento relativo al envío de promociones comerciales no debe ser obligatorio para enviar el mensaje. Debe quedar registrado que no se le envíen promociones comerciales si no lo ha clicado.

Este requisito no se cumple cuando, sin haber autorizado de forma expresa la recepción de comunicaciones comerciales, el destinatario tolera o no se opone a su envío, cuando no responde a los mensajes por los que se solicita su consentimiento y, por supuesto, cuando se ha opuesto a su recepción.

El consentimiento expreso del destinatario puede recabarse, en particular, de las siguientes maneras:

- En el marco de un procedimiento de contratación o suscripción a algún servicio que tenga lugar vía web y en el que el destinatario deba facilitar su dirección de correo electrónico, incluyendo en las condiciones generales de contratación una cláusula sobre el consentimiento del destinatario a la recepción de comunicaciones comerciales y solicitando su aceptación junto con el contrato, o bien formulando una pregunta concreta al usuario sobre si acepta el envío de comunicaciones comerciales.
- Ofreciendo a los usuarios la posibilidad de facilitar su dirección de correo electrónico para recibir información sobre los productos o servicios ofrecidos por la empresa mediante un mensaje y un formulario tipo incluido en su página de Internet.

En caso de que el interesado entendiera que ha recibido comunicaciones comerciales no deseadas por medios electrónicos tendrá los siguientes derechos:

- Revisar la información facilitada por su proveedor de acceso a Internet sobre herramientas que permitan el filtrado de contenidos no deseados.
- Poner filtros que eviten la recepción de comunicaciones comerciales no deseadas.
- Si considera que se ha cometido una infracción del artículo 21 o del artículo 22 de la LSSI, diríjase a la Agencia Española de Protección de Datos.
- Si considera que se ha cometido una infracción del artículo 20 de la LSSI, diríjase al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

7.3.- Algunos métodos para el envío de publicidad

1.- *Opt-in*

Todas las personas que están incluidas en las listas han aceptado recibir correos electrónicos con comunicados, newsletters y/o promociones de la compañía. La forma más común de captar emails es un campo dentro de la propia página web de la compañía con una leyenda similar a "Suscríbese ahora a nuestro news" o "Reciba nuestras ofertas por email", por ejemplo. Aquellos interesados, completan los campos solicitados y autorizan a la empresa a enviarles emails y promociones.

El "Opt in" es la autorización de un individuo necesaria para recibir comunicaciones por email de una empresa en particular.

Ejemplo:

Suscríbese a nuestra newsletter/Reciba nuestras ofertas por e-mail:

E-MAIL

- Confirmo que he leído y acepto la Política de Privacidad y consiento recibir en el correo electrónico indicado el envío de newsletters por parte de ALUMINIOS MONTORNES, S.L..*

2.- Doble *opt-in*

Con el Doble *opt-in* sólo la persona debe suscribirse a tu contenido completando el formulario de tu sitio; Para que exista un "Doble Opt in", después de recibir los datos de la persona interesada, debemos enviar un email con un link para que el usuario dé su confirmación expresa. Esto quiere decir que, para que la persona pase a ser parte de tu lista de suscriptores, además de completar el formulario de registro debe ingresar a su cuenta de email y confirmar su suscripción, lo que garantiza en cierta forma su interés en recibir tus contenidos a esa cuenta de email (de ahí el "doble").

Por lo tanto, el doble *opt-in* es una doble confirmación de la participación de una persona en tus campañas de email marketing.

3.- Soft *Opt-in*

El "*Soft Opt in*" significa que la relación existente entre las dos partes permite el envío de emails entre ellos. La creación de una lista de contactos "*Soft Opt in*" se realiza generalmente a través de contactos profesionales, a menudo en eventos o ferias comerciales, por ejemplo, cuando los clientes y las empresas se reúnen para intercambiar ideas e información en general (el famoso "networking"). Este tipo de prácticas no es considerado SPAM actualmente, pero es algo a tener cuidado de implementar.

8. REGIMEN SANCIONADOR

8.1.- Infracciones

La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información procede a describir las conductas típicas, estableciendo la distinción entre infracciones muy graves, graves y leves.

Se consideran infracciones muy graves:

- El incumplimiento de la obligación de suspender la transmisión, el alojamiento de datos, el acceso a la red o la prestación de cualquier otro servicio equivalente de intermediación, cuando un órgano administrativo competente lo ordene, en virtud de lo dispuesto en el artículo 11 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información.

Se consideran infracciones graves:

- El incumplimiento significativo de lo establecido en los párrafos a) y f) del artículo 10.1.
- El envío masivo de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente, o su envío insistente o sistemático a un mismo destinatario del servicio cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21.
- El incumplimiento significativo de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios.
- No poner a disposición del destinatario del servicio las condiciones generales a que, en su caso, se sujete el contrato, en la forma prevista en el artículo 27.
- El incumplimiento habitual de la obligación de confirmar la recepción de una aceptación, cuando no se haya pactado su exclusión o el contrato se haya celebrado con un consumidor.
- La resistencia, excusa o negativa a la actuación inspectora de los órganos facultados para llevarla a cabo con arreglo a esta ley.
- El incumplimiento significativo de lo establecido en el apartado 3 del artículo 10.
- La reincidencia en la comisión de la infracción leve prevista en el apartado 4 g) cuando así se hubiera declarado por resolución firme dictada en los tres años inmediatamente anteriores a la apertura del procedimiento sancionador.

Se consideran infracciones leves:

- El incumplimiento de lo previsto en el art. 12 bis.
- No informar en la forma prescrita por el artículo 10.1 sobre los aspectos señalados en los párrafos b), c), d), e) y g) del mismo, o en los párrafos a) y f) cuando no constituya infracción grave.
- El incumplimiento de lo previsto en el artículo 20 para las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos.

- El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave.
- No facilitar la información a que se refiere el artículo 27.1, cuando las partes no hayan pactado su exclusión o el destinatario sea un consumidor.
- El incumplimiento de la obligación de confirmar la recepción de una petición en los términos establecidos en el artículo 28, cuando no se haya pactado su exclusión o el contrato se haya celebrado con un consumidor, salvo que constituya infracción grave.
- Utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos cuando no se hubiera facilitado la información u obtenido el consentimiento del destinatario del servicio en los términos exigidos por el artículo 22.2.
- El incumplimiento de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios cuando no constituya infracción grave.
- El incumplimiento de lo establecido en el apartado 3 del artículo 10, cuando no constituya infracción grave.

“Artículo 38. Infracciones.

1. Las infracciones de los preceptos de esta Ley se calificarán como muy graves, graves y leves.

2. Son infracciones muy graves:

b) El incumplimiento de la obligación de suspender la transmisión, el alojamiento de datos, el acceso a la red o la prestación de cualquier otro servicio equivalente de intermediación, cuando un órgano administrativo competente lo ordene, en virtud de lo dispuesto en el artículo 11.

3. Son infracciones graves:

b) El incumplimiento significativo de lo establecido en los párrafos a) y f) del artículo 10.1.

c) El envío masivo de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente, o su envío insistente o sistemático a un mismo destinatario del servicio cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21.

d) El incumplimiento significativo de la obligación del prestador de servicios establecida en el apartado 1 del artículo 22, en relación con los procedimientos para revocar el consentimiento prestado por los destinatarios.

e) No poner a disposición del destinatario del servicio las condiciones generales a que, en su caso, se sujete el contrato, en la forma prevista en el artículo 27.

f) El incumplimiento habitual de la obligación de confirmar la recepción de una aceptación, cuando no se haya pactado su exclusión o el contrato se haya celebrado con un consumidor.

g) La resistencia, excusa o negativa a la actuación inspectora de los órganos facultados para llevarla a cabo con arreglo a esta ley.

h) El incumplimiento significativo de lo establecido en el apartado 3 del artículo 10.

i) La reincidencia en la comisión de la infracción leve prevista en el apartado 4 g) cuando así se hubiera declarado por resolución firme dictada en los tres años inmediatamente anteriores a la apertura del procedimiento sancionador.

4. Son infracciones leves:

a) El incumplimiento de lo previsto en el art. 12 bis.

b) No informar en la forma prescrita por el artículo 10.1 sobre los aspectos señalados en los párrafos b), c), d), e) y g) del mismo, o en los párrafos a) y f) cuando no constituya infracción grave.

c) El incumplimiento de lo previsto en el artículo 20 para las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos.

d) El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave.

e) No facilitar la información a que se refiere el artículo 27.1, cuando las partes no hayan pactado su exclusión o el destinatario sea un consumidor”.

Las infracciones graves y muy graves podrán llevar aparejada la publicación, a costa del sancionado, de la resolución sancionadora en el "Boletín Oficial del Estado", o en el diario oficial de la Administración pública que, en su caso, hubiera impuesto la sanción; en dos periódicos cuyo ámbito de difusión coincida con el de actuación de la citada Administración pública o en la página de inicio del sitio de Internet del prestador, una vez que aquélla tenga carácter firme. Para la imposición de esta sanción, se considerará la repercusión social de la infracción cometida, por el número de usuarios o de contratos afectados, y la gravedad del ilícito.

8.2.- Cuadro de la cuantía de sanciones

Según el artículo 39 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, se establece el siguiente cuadro de sanciones en función de las infracciones recogidas en el apartado anterior:

INFRACCIÓN	SANCIÓN
MUY GRAVE	Multa de 150.001 a 600.000 euros
GRAVE	Multa de 30.001 a 150.000 euros
LEVE	Multa de hasta 30.000 euros

“Artículo 39. Sanciones.

1. Por la comisión de las infracciones recogidas en el artículo anterior, se impondrán las siguientes sanciones:

a) Por la comisión de infracciones muy graves, multa de 150.001 hasta 600.000 euros.

La reiteración en el plazo de tres años de dos o más infracciones muy graves, sancionadas con carácter firme, podrá dar lugar, en función de sus circunstancias, a la sanción de prohibición de actuación en España, durante un plazo máximo de dos años.

b) Por la comisión de infracciones graves, multa de 30.001 hasta 150.000 euros.

c) Por la comisión de infracciones leves, multa de hasta 30.000 euros.

2. Las infracciones graves y muy graves podrán llevar aparejada la publicación, a costa del sancionado, de la resolución sancionadora en el "Boletín Oficial del Estado", o en el diario oficial de la Administración pública que, en su caso, hubiera impuesto la sanción; en dos periódicos cuyo ámbito de difusión coincida con el de actuación de la citada Administración pública o en la página de inicio del sitio de Internet del prestador, una vez que aquélla tenga carácter firme.

Para la imposición de esta sanción, se considerará la repercusión social de la infracción cometida, por el número de usuarios o de contratos afectados, y la gravedad del ilícito.

3. Cuando las infracciones sancionables con arreglo a lo previsto en esta Ley hubieran sido cometidas por prestadores de servicios establecidos en Estados que no sean miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, el órgano que hubiera impuesto la correspondiente sanción podrá ordenar a los prestadores de servicios de intermediación que tomen las medidas necesarias para impedir el acceso desde España a los servicios ofrecidos por aquéllos por un período máximo de dos años en el caso de infracciones”.

8.3.- Organismos sancionadores

La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información otorga las funciones de supervisión y control de la misma al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital. En esta función de control, el Ministerio podrá llevar a cabo las actuaciones inspectoras que sean precisas.

La potestad sancionadora corresponde al Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital a través de la Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital (salvo en el caso de los artículos 21 y 22 de la LSSI – comunicaciones comerciales electrónicas – cuya potestad sancionadora corresponderá a la Agencia Española de Protección de Datos; y en el del artículo 38.2 letra b – por ejemplo, la Comisión de Propiedad Intelectual).

La potestad sancionadora se ejercerá de conformidad con lo previsto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en sus normas de desarrollo. No obstante, a diferencia del régimen general, el plazo máximo de duración del procedimiento simplificado para las infracciones leves será de tres meses.

8.4.- Moderación y graduación de las sanciones

El órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en que se integra la considerada en el caso de que se trate, en los siguientes supuestos:

- Cuando se aprecie una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuridicidad del hecho como consecuencia de la concurrencia significativa de varios de los criterios enunciados en el artículo 40.
- Cuando la entidad infractora haya regularizado la situación irregular de forma diligente.
- Cuando pueda apreciarse que la conducta del afectado ha podido inducir a la comisión de la infracción.
- Cuando el infractor haya reconocido espontáneamente su culpabilidad.
- Cuando se haya producido un proceso de fusión por absorción y la infracción fuese anterior a dicho proceso, no siendo imputable a la entidad absorbente.

“Artículo 39 bis. Moderación de sanciones.

1. El órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en que se integra la considerada en el caso de que se trate, en los siguientes supuestos:

- a) Cuando se aprecie una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuridicidad del hecho como consecuencia de la concurrencia significativa de varios de los criterios enunciados en el artículo 40.*
- b) Cuando la entidad infractora haya regularizado la situación irregular de forma diligente.*
- c) Cuando pueda apreciarse que la conducta del afectado ha podido inducir a la comisión de la infracción.*

d) Cuando el infractor haya reconocido espontáneamente su culpabilidad.

e) Cuando se haya producido un proceso de fusión por absorción y la infracción fuese anterior a dicho proceso, no siendo imputable a la entidad absorbente.

2. Los órganos con competencia sancionadora, atendida la naturaleza de los hechos y la concurrencia significativa de los criterios establecidos en el apartado anterior, podrán acordar no iniciar la apertura del procedimiento sancionador y, en su lugar, apercibir al sujeto responsable, a fin de que en el plazo que el órgano sancionador determine, acredite la adopción de las medidas correctoras que, en cada caso, resulten pertinentes, siempre que concurren los siguientes presupuestos:

a) Que los hechos fuesen constitutivos de infracción leve o grave conforme a lo dispuesto en esta Ley.

b) Que el órgano competente no hubiese sancionado o apercibido con anterioridad al infractor como consecuencia de la comisión de infracciones previstas en esta Ley.

Si el apercibimiento no fuera atendido en el plazo que el órgano sancionador hubiera determinado, procederá la apertura del correspondiente procedimiento sancionador por dicho incumplimiento”.

La cuantía de las multas que se impongan se graduará atendiendo a los siguientes criterios:

- La existencia de intencionalidad.
- Plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.
- La reincidencia por comisión de infracciones de la misma naturaleza, cuando así haya sido declarado por resolución firme.
- La naturaleza y cuantía de los perjuicios causados.
- Los beneficios obtenidos por la infracción.
- Volumen de facturación a que afecte la infracción cometida.
- La adhesión a un código de conducta o a un sistema de autorregulación publicitaria aplicable respecto a la infracción cometida, que cumpla con lo dispuesto en el artículo 18 o en la disposición final octava y que haya sido informado favorablemente por el órgano u órganos competentes.

9. APROBACIÓN DEL DOCUMENTO

El presente documento ha sido aprobado por ALUMINIOS MONTORNES, S.L., como Responsable del Tratamiento de los datos de carácter personal y en cumplimiento de las obligaciones derivadas de la Ley de Servicios de la información y el comercio electrónico.

En MONTORNES DEL VALLES, a 17/11/2022

Fdo.
FRANCISCO AZNAR PALACIOS
53071968C