

ESPECIAL “Consejo de Amigo”

DE Tecnología & 
Sentido Común

ESPECIAL

AGOSTO
2024

Llegan los
seguros IT

08

MAMÁ, Quiero
ser Darth
Vader!!!

38

Whistleblowers
WELLCOME!!!

12

¿De particular
a particular?

16

Anoche tuve un
sueño... páginas
webs para todos

20

Pactando la
no competencia

24

Cierre de temporada
Revistas “Tecnología
y Sentido Común” y
“Stakeholders.news”

EVENTO PROTAGONISTA

28

Erase una vez
en América...

42

De cero a LLC

46

Yo te conozco...

50

Proteger
una marca
comercial en los
Estados Unidos

54

ESPECIAL “Consejo de Amigo” DE Tecnología & Sentido Común



EQUIPO TYSC

Javier Peris - El Governauta
Manuel Serrat - Futuro y Seguridad
Nacho Alamillo - Tecnoregulación en Prospectiva
Miguel Angel Arroyo - Hack & News
Juan Carlos Muria - Diario de una Tortuga Ninja
Marlon Molina - Es Tendencia
Ricard Martínez - Ojo Al Dato
Catalina Valencia - Ecosistema Emprendedor
Marcos Navarro - Ai Robot
Víctor Almonacid - La Nueva Administración
Jesús López Peláz - Consejo de Amigo
Renato Aquilino - Marcos y Normas
Alex Aliaga - Radio Security
Marta Martín - Mentes Divergentes

PUBLICIDAD Y CONTRATACIÓN

Carmen Usagre
carmen.usagre@businessandcompany.com
Teléfono: +34 96 109 44 44

GABINETE JURÍDICO

Jesús López Peláz

ATENCIÓN AL LECTOR

soluciones@businessandcompany.com

EDITA

Business, Technology & Best Practices, S.L.
Av. San Onofre, 20
46930-Quart de Poblet (Valencia)
Teléfono: 96 109 44 44
Fax: 96 109 44 45
<https://tecnologiaysentidocomun.com>
soluciones@businessandcompany.com

(Business&Co.®) Business, Technology & Best Practices, S.L. en ningún caso y bajo ningún supuesto se hace responsable de las opiniones aquí expresadas por sus colaboradores o entrevistados.

Business&Co.®, Escuela de Gobierno eGob®, Master en Gobierno de Tecnologías de la Información MGEIT®, Caviar®, Telecoms®, Respalda® y AulaDatos® son Marcas y Nombres Comerciales Registrados de Business, Technology & Best Practices, S.L. "COBIT® es una Marca Registrada de ISACA.



Jesús López Peláz

Jesús Lopez Pelaz es director del Bufete Abogado Amigo y jurista apasionado de la tecnología, es profesor de Legaltech en la Universidad CEU Cardenal Herrera y cuenta con una larga experiencia en el desarrollo de proyectos de transformación tecnológica de la abogacía, y además de todo eso, un gran amigo y colaborador incondicional de Tecnología y Sentido Común.

ISSN 2951-8180

Sesión de Formación
y Certificación en:

Sistema de Gestión de la Inteligencia Artificial

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 5 horas
- Sesión única
- Miércoles de 16:00 a 21:00 horas
- En Directo y en Remoto
- Basado en la norma ISO 42001:2023
- Examen de Certificación Incluido
- Certificación ISO 42001 Leader
- Plazas limitadas

MPPM®

MGEIT®

eGob®

Miércoles 10 de Abril



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es

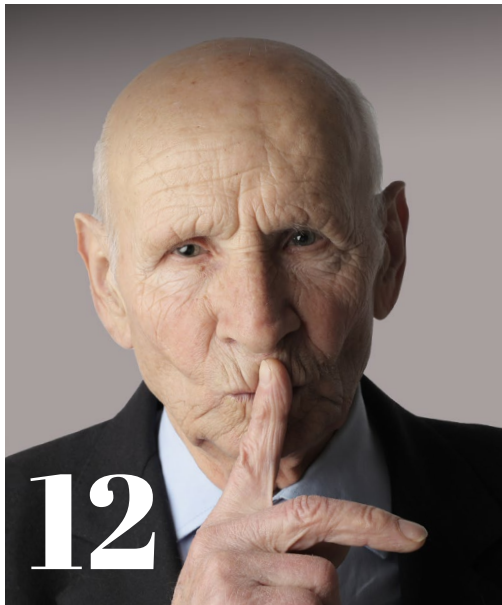
ESPECIAL
AGOSTO
2024



índice

DE CONTENIDOS

<https://tecnologiaysentidocomun.com>



12

**Whistleblowers
WELLCOME!!!**



20

**Anoche tuve un
sueño... páginas
webs para todos**



24

**Pactando la no
competencia**



28

**Cierre de temporada Revistas
"Tecnología y Sentido Común"
y "Stakeholders.news"**

Copyright	02
Índice de Contenidos	04
Llegan los seguros IT	08
Whistleblowers WELLCOME!!!	12
¿De particular a particular?	16
Anoche tuve un sueño... páginas webs para todos	20
Pactando la no competencia	24
Cierre de temporada Revistas "Tecnología y Sentido Común" y "Stakeholders.news"	28
MAMÁ, Quiero ser Darth Vader!!!	38
Erase una vez en América...	42
De cero a LLC	46
Yo te conozco...	50
Proteger una marca comercial en los Estados Unidos	54

WELLS

#TYSC

Premios recibidos



Premio 2016 a la Difusión de los Valores de la Gestión y Gobierno TI



El Foro de Profesionales de la Gestión del Servicio en España itSMF otorga a «Tecnología y Sentido Común» el Galardón 2016 a la Difusión de los Valores de la Gestión y Gobierno de Tecnologías de la Información.

itSMF
ESPAÑA

Premio 2022 ESET al Periodismo y Divulgación eb Seguridad Informática



VI Premios ESET Periodis- mo y Divulgación: Tecnología y Sentido Común Premiada en la Categoría Blogs por el Artículo de Ricard Martínez "Seguridad en el Smartphone".

Los Premios ESET apuestan por la educación y la concienciación de la sociedad en materia de ciberseguridad, y los medios de comunicación son esenciales en este cometido.

Los periodistas y divulgadores son fundamentales para difundir el conocimiento necesario que permita a los usuarios disfrutar de la tecnología de una manera más segura.

Estos VI Premios ESET pretenden fomentar la divulgación de la ciberseguridad.



Premio Medio de Comunicación 2018 de la Asociación Profesional Española de Privacidad



La Junta Directiva de la Asociación Profesional Española de Privacidad durante su VI Congreso Nacional de Privacidad APEP celebrado en Madrid otorga el Premio Medio de Comunicación 2018 a Tecnología y Sentido Común #TYSC

a pep | Asociación Profesional Española de Privacidad

Tecnología y Sentido Común "Premio Sapiens" Medio de Comunicación 2022



El Colegio Oficial de Ingeniería Informática de la Comunidad Valenciana entregó el Premio Sapiens Medio de Comunicación 2022 a nuestra Revista "Tecnología y Sentido Común #TYC". El Colegio Oficial de Ingeniería Informática de la Comunidad Valenciana COIICV alabó tanto la gran labor de difusión que viene realización Tecnología y Sentido Común desde hace siete temporadas como su capacidad de adaptación y resiliencia adaptándose a nuevos formatos con los que continuar en su labor de evangelización en Buenas Prácticas al conjunto de los profesionales a pesar de la alerta sanitaria con nuevos formatos que partiendo de un programa de Radio y Podcast han permitido seguir llevando su mensajes a través de la Revista Mensual, o el informativo televisivo "El Semanal" de Tecnología y Sentido Común.

COLEGIO OFICIAL DE INGENIERÍA INFORMÁTICA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Agradecimiento de la Asociación Valenciana de Informática Sanitaria AVISA



La Asociación Valenciana de Informática Sanitaria AVISA durante las XIV Jornadas Técnicas que bajo el título "20 Años Implantando TIC en Sanidad" se celebraron en Benidorm en febrero de 2024 hizo entrega de su agradecimiento a Tecnología y Sentido Común por su apoyo y visibilidad a la profesión.

AVIS@
ASOCIACIÓN VALENCIANA DE INFORMÁTICA SANITARIA

Escuela de Gobierno

eGob®

<https://escueladegobierno.es>

Curso de Doble
Certificación en:

Gestión Documental y Gestión del Conocimiento

ISO 30301:2021

ISO 30401:2021

Dirección Académica:
Javier Peris

- Dos formatos para tu comodidad
- Opción A: Remoto en Directo
- Opción B: Virtual con Tutoría
- Basado en las Últimas Normas ISO
- Exámenes de Certificación Incluidos
- Certificación ISO 30300 Leader
- Certificación ISO 30401 Leader
- Solicita tu admisión

MPPM®

MGEIT®

eGob®



Próxima Convocatoria en Directo

Septiembre 2024

Solicita tu admisión en:



+ 34 96 109 44 44

admisiones@escueladegobierno.es

Llegan los seguros IT

Insurtech es el sector que aplica el uso de nuevas tecnologías al ámbito de los seguros y reaseguros, creando nuevas soluciones aseguradoras o proponiendo nuevas formas de comercializar las ya existentes. El sector asegurador es uno de los que tradicionalmente han soportado una regulación más estricta y por ello tiene una posición muy conservadora en la gestión de riesgos, garantizando así la estabilidad y viabilidad de todo el sistema asegurador.

No obstante, la revolución que suponen muchas de las tecnologías que hoy ya nos acompañan permiten facilitar la contratación de seguros a los usuarios, adaptar los riesgos a sus necesidades reales, descubrir necesidades de los clientes y valorar de forma mucho más real y ajustada el riesgo asumido con el aseguramiento de un riesgo.

La revolución de la tecnología en el mercado asegurativo va desde la digitalización de la distribución de seguros hasta el diseño de nuevos productos digitales que responden a necesidades puntuales de los asegurados.

La distribución del seguro ya es hoy un terreno de juego totalmente diferente al tradicional. Compañías aseguradoras y corredores de seguros se han visto obligados a comenzar un baile con agencias de suscripción y botinsurance que persiguen colocar el producto más adecuado al asegurado más buscado.

Por otro lado, el diseño de los seguros está del mismo modo siendo objeto de revolución. La APIficación de la comercialización y contratación de seguros así como la llegada de seguros embebidos en otros productos o de seguros colaborativos, crean un marco disruptor en el que se fragua el nuevo paradigma asegurador de los próximos años.

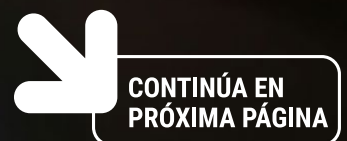
Por APIficación entendemos la liberalización y puesta en común de datos de las compañías aseguradoras para permitir una mejor comercialización de los productos. Para realizar comparativas profundas de riesgos o para poder

ofrecer la contratación de diferentes productos con diferentes compañías, los datos deben ser estructurados y comparables entre los operadores. No se trata de romper la privacidad de los usuarios si no de establecer un estándar de comparación de riesgos análogo a lo que podemos encontrar en el sistema bancario con la normativa de pagos que permite interconectar todas las entidades.

La estandarización de las APIs es un paso inicial para conseguir que la información del sector asegurador pueda ser compartida y se puedan ofrecer soluciones útiles en este mercado. Incluso podemos profundizar más en este aspecto para concluir que sólo a través de una estandarización de APIs se conseguiría dar una dimensión real y práctica al derecho de portabilidad que los usuarios tienen según la normativa de Protección de Datos Personales.

En el caso de los seguros embebidos, el distribuidor de los mismos que ofrece el seguro que ha sido diseñado por un corredor, debe tener la condición de colaborador externo y por ello queda sujeto los requisitos de esta figura como puede ser la acreditación de formación en materia de seguros. Sin embargo la automatización y vinculación del seguro con la suscripción de otros contratos hace que la participación de ese distribuidor u oferente sea muy diferente de la que tradicionalmente desempeñaba un colaborador externo con una auténtica labor comercial.

Las nuevas tecnologías aportan además un conocimiento mucho más profundo de asegurado. Así el análisis del perfil de los usuarios está cambiando y evolucionando a pasos agigantados al poder introducirse nuevas fuentes de datos derivadas del internet de las cosas, las redes sociales o la geolocalización ofrecen una ventana abierta al análisis de sus hábitos como nunca había sido posible.





Tengamos en cuenta que hasta hace pocos años, el sistema de predicción de riesgos sólo tenía en cuenta valores generales como la demografía, o personales genéricos como el historial médico y los antecedentes familia, pero no podían tener una recopilación de datos en tiempo real que ajustara el cálculo del riesgo a las circunstancias de cada momento del asegurado.

Al mismo tiempo, esta comunicación y conexión abre interrogantes complejas sobre la confidencialidad y protección de datos, al crearse patrones de comportamiento que

pueden ir mucho más allá del riesgo asegurado y que permiten a quien los recopila ofrecer nuevos productos a los asegurados o crear productos que respondan a las necesidades detectadas en ellos.

Ahora bien, intentar ser una empresa dedicada a insurtech es muy complicado. El sector asegurador tienen unas grandísimas barreras de entrada para garantizar (desde el punto de vista tradicional) la solvencia de todos los operadores de este sector, tal y como sucedía igualmente entre las Fintech. Es por ello que tanto la Ley ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras como la Directiva de Solvencia II (Directiva 2009/138/CE de 25 de noviembre de 2009, sobre el seguro de vida, el acceso a la actividad de seguro y de reaseguro y su ejercicio) establecen unos requisitos de constitución muy cualificados, por lo que la innovación en formulas tecnológicas podría quedar restringido exclusivamente a aquellas entidades que ya son compañías aseguradoras sin permitir que nuevos operadores tecnológicos o startup puedan aventurarse en ese mercado.

Sin embargo la necesidad e idoneidad de buscar formulas de garantía del mercado sin restringir la innovación ha sido reconocido por el legislador con la creación de famoso sandbox para insurtech de forma que puedan testearse de forma limitada o controlada determinadas líneas de desarrollo de productos aseguradores sin que pongan en riesgo el sistema en su conjunto (por limitación de usuarios, de importes, de riesgos...) y sin imponer la carga de constitución como compañía de seguros y reaseguros a aquellos que tienen una propuesta innovadora.

Escuela de Gobierno

eGob®

<https://escueladegobierno.es>

Curso de Doble
Certificación en:

Inteligencia Estratégica y Gestión de la Innovación

ISO 56002:2019
ISO 56006:2021

Dirección Académica:
Javier Peris

- Dos formatos para tu comodidad
- Opción A: Remoto en Directo
- Opción B: Virtual con Tutoría
- Basado en las Últimas Normas ISO
- Exámenes de Certificación Incluidos
- Certificación ISO 56002 Leader
- Certificación ISO 56006 Leader
- Solicita tu admisión

MPPM®

MGEIT®

eGob®

Próxima Convocatoria en Directo

Septiembre

Solicita tu admisión en:



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es



Whistleblowers WELCOME!!!

Vamos a tocar el silbato. Eso es lo que con toda claridad nos ha dicho la normativa europea y española como medida directamente encaminada a crear canales de denuncia seguros para todos aquellos que en el seno de las organizaciones en las que (o para las que) trabajan tengan conocimiento de actividades ilícitas o delictivas. La ley protege al chivato porque bajo ningún concepto se tolera el fraude.

Partimos de la base creada por la Directiva (UE) 2019/1937 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2019, relativa a la protección de las personas que informen sobre infracciones del Derecho de la Unión así como en la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción para tener una visión de conjunto del escenario que cada empresa debe desarrollar a medida de sus necesidades. Todas las administraciones públicas y todas las empresas con más de 50 trabajadores deberá contar con medidas eficaces que aseguren la existencia de un canal seguro para que puedan comunicarse a la dirección las infracciones que se realizan en el seno de la organización.

El canal denuncias es mucho más que un buzón de quejas. Es un instrumento jurídico de máxima utilidad para asegurar el cumplimiento normativo dentro de las organizaciones (públicas y privadas) en el que se ofrece una vía segura de comunicar ilegalidades. Es por ello que todos los participantes de la organización van a tener que ser formados para conocer su existencia, funcionamiento y utilidad.

Un plan integral de cumplimiento normativo y prevención del fraude en la organización, siguiendo el espíritu de la normativa europea y de su desarrollo por la Ley 2/2023, debe organizar técnica y jurídicamente un canal de denuncias que garantice la protección de los denunciantes frente a los perjuicios reales o potenciales que tales comunicaciones les pudieran producir.

Las personas que trabajan o prestan servicios para una administración pública u organización privada o están en contacto con ella en el contexto de sus actividades laborales son a menudo las primeras en tener conocimiento de amenazas o perjuicios para el interés público que surgen en el contexto del fraude o de la comisión de actos ilícitos.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA



Al establecer canales eficaces de información sobre infracciones del Derecho de la Unión Europea, Derecho Administrativo o comisión de actos tipificados como delitos se establece una protección directa y eficaz para evitar perjuicios al interés público. Los denunciantes de esta forma desempeñan un papel clave a la hora de descubrir y prevenir esas infracciones y de proteger el bienestar de la sociedad.

Sin embargo, hasta ahora, los denunciantes potenciales solían renunciar a informar sobre sus preocupaciones o sospechas por temor a represalias. En este contexto, es cada vez mayor el reconocimiento, a escala tanto de la Unión Europea como internacional, de la importancia de prestar una protección equilibrada y efectiva a los denunciantes.

Este plan jurídico de gestión del canal de denuncias (y su correspondiente puesta en práctica) es necesario, no solamente para prevenir y detectar el fraude y la corrupción en el seno de la organización empresarial en el contexto de la ejecución del presupuesto, sino también para abordar la insuficiente o incorrecta aplicación de las normas en relación con la ejecución de obras, el suministro de productos o la prestación de servicios.

Las infracciones de estas normas falsean la competencia, incrementan los costes para las empresas, vulneran los intereses de inversores y accionistas y, en general, hacen menos atractiva la inversión y sitúan en una posición de desigualdad a todas las empresas, lo que repercute en el correcto funcionamiento del mercado y el perjuicio de los ciudadanos sujetos a la gestión de la administración.

La actuación necesaria para cumplir con las disposiciones legales, por lo tanto, llega mucho más allá de un mero protocolo de actuación y exige que por parte de abogados expertos en prevención del fraude se proceda a crear un Plan de Gestión de Canal de Denuncias que sea el vehículo para interiorizar la cultura de la ética e integridad como sello de garantía de la gestión de cada una de las organizaciones empresariales.

Los objetivos de la actuación antifraude en las empresas se enfocan en garantizar que, en los respectivos ámbitos de actuación, todas las actividades jurídicamente relevantes se desarrollan de conformidad con las normas aplicables y, en particular, que existe una adecuada prevención, detección y corrección del fraude, de la corrupción y de los conflictos de intereses.

Por tanto, se deben definir y aplicar las medidas proporcionadas contra el fraude, estructuradas en torno a los cuatro elementos clave del ciclo anti-fraude:

- PREVENCIÓN, para el desarrollo de una cultura ética y formación y concienciación.
- DETECCIÓN, mediante el uso de herramientas evaluación de riesgos, así como el desarrollo de indicadores de fraude.
- CORRECCIÓN, a través de la detección e intervención del Comité Antifraude
- PERSECUCIÓN, dando traslado y comunicación a la autoridad competente.

Para abordar de forma eficaz las fases de prevención y detección del fraude será necesario que la dirección de la empresa cuente con un Plan de Gestión de Canal de Denuncias en el que se contemplen:

- 1.La normativa aplicable, es decir, la ley de protección del informante y la ley de protección de datos, entre otras.
- 2.Las personas que pueden utilizar el canal de denuncias interno o externo.
- 3.Las vías de comunicación que se pueden utilizar.
- 4.Los hechos se pueden denunciar, intentando evitar que el canal de denuncias se utilice a modo de buzón de quejas.
- 5.La forma de presentación de las denuncias.
- 6.El órgano interno que recibe la denuncia y la gestiona.
- 7.Los plazos para responder y resolver el caso.
- 8.Los derechos que tienen tanto las personas que denuncian como los denunciados.
- 9.La descripción de todo el proceso de investigación y resolución.

Todo ello en regulado en un documento único y organizado que permita la adecuada organización y aplicación a la actividad ordinaria de la empresa y cuente con la adhesión de la dirección al más alto nivel para garantizar su cumplimiento.

Curso de
Doble Certificación

Gobierno del Tiempo y Gestión de la Productividad

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación TSG4® Yellow Belt
- Certificación UNE 71404 Executive
- Módulo 1: MasterGEIT®
- Módulo 1: MasterPPM®

MPPM®

MGEIT®

eGov®

Del 15 al 23 de marzo



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es



¿De particular a particular?

Esta década está claramente marcada por el desarrollo de los modelos de negocio basados en económica colaborativa en el ámbito on line. Por un momento, todos somos ciudadanos del mundo y estamos a la vuelta de la esquina de millones de personas para compartir, vender, ofrecer o pedir como si pudiéramos quedar en el bar de la esquina. Pero aunque la economía colaborativa enarbole la bandera de que la relación económica es directa de particular a particular, lo cierto es que la economía colaborativa electrónica se produce en el seno de plataforma que aglutinan la oferta y la demanda de los bienes y servicios que intercambian los particulares.

Los portales que se basan en este nuevo paradigma de cooperación entre desconocidos para compartir casa, reutilizar ropa o vender objetos de segunda mano son ahora ya verdaderos competidores de los portales de oferta tradicional de servicios profesionales. La práctica totalidad de estos portales de economía colaborativa, se basan en ofrecer el contacto entre dos particulares que son los que celebran un determinado contrato entre ellos.

Así, anfitrión y huésped, vendedor y comprador, conductor y pasajero ,formalizan un contrato en el que la plataforma de intercambio colaborativo no es parte y por lo tanto EN PRINCIPIO no tiene responsabilidad sobre el cumplimiento (o no) de lo pactado en él y queda a la responsabilidad de las partes.

Se trata de un negocio peer to peer, en el que los particulares “saltan” las plataformas intermedias para llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas. De hecho, las condiciones legales de cualquiera de estos portales de colaboración entre particulares están plagadas de referencias a esta circunstancia, a la posición de mero intermediario de la plataforma y a la no asunción de responsabilidad por derivadas del cumplimiento o no de lo estipulado en el contrato.

AHORA BIEN, la normativa europea de protección de los consumidores y usuarios llega mucho más allá y transforma el régimen de responsabilidad de los modelos de negocio P2P. Las plataformas de economía colaborativa no son un marco inocuo para la contratación si no que se constituyen como un auténtico agente garante de confiabilidad de la operación. Acudimos precisamente a una plataforma de este tipo para contratar porque confiamos en la plataforma. No se establece una genuina relación entre usuarios si no que los usuarios confían en el entorno que les ofrece el sitio en cuestión para realizar la contratación.

A este respecto, son muy importantes las referencias de interpretación del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el asunto C-434/15, caso Uber España. El criterio judicial decide que, pese a la apariencia de mera intermediación, Uber actúa como transportista porque realmente ejercer un control relevante de la organización y realización del servicio de transporte.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA





Esta reflexión se generaliza en el ámbito de las plataformas digitales de economía colaborativa que se presentan como meras intermediarias (que son o dicen serlo), aunque, en realidad, en las circunstancias del caso concreto, debajo de esta apariencia se puede descubrir que en realidad la plataforma controla el contrato que han realizado entre sí los usuarios (jurídicamente denominado contrato subyacente). La creación de una apariencia de confiabilidad en un mercado definido en el que además la plataforma controla el contrato subyacente determina que también deba responder de las vicisitudes de este contrato. Esta responsabilidad se deriva de un hecho ajeno a la plataforma (el incumplimiento de un usuario) pero de la que es responsable por haber organizado el servicio.

Por lo tanto lo que entendemos como economía colaborativa hoy en día a través de estos portales de oferta masiva, deberemos concluir que no es una verdadera y genuina relación peer to peer, puesto que las partes, lejos de establecer una relación libre en plano de igualdad y alcanzando un acuerdo en la transacción que van a realizar, lo hacen en el marco preestablecido de condiciones del portal que ha organizado el servicio.

Esta estandarización de condiciones es al mismo tiempo la pieza clave del éxito de la economía colaborativa en nuestros tiempos. Mientras que hace años, para acordar algo con otro particular cualquier ciudadano se veía obligado a pactar la totalidad de la transacción y crear un vínculo de confianza con el interlocutor, hoy en día gracias a estos portales en los que las condiciones son las mismas para todas las transacciones, conocidas de antemano y preestablecidas, se simplifica

la relación entre los particulares y se genera la confianza que entre dos desconocidos no se tendría.

Conforme todo este razonamiento, la plataforma que ha creado la confianza suficiente para que dos particulares que no se conocen entre sí contraten, no sólo tendría que ofrecer soporte al usuario afectado por el incumplimiento contractual si no que respondería directamente de los daños sufridos por tal incumplimiento.

Aunque es todos estos casos, los incumplimientos y daños no son imputables a la plataforma de economía colaborativa, sí que lo son a la organización jurídica que ha desarrollado. Además, este tipo de sitios, de forma directa o indirecta, participan en el beneficio de la transacción, lucrándose por el negocio que en su seno se genera. Es por ello lógico también que deban prestar soporte a los usuarios que han confiando en la apariencia de legitimidad previa que se obtiene por la participación en el sitio web y así resultar amparado en una forma más sólida que la mera contratación con un particular desconocido en una operación surgida de la nada.

Escuela de Gobierno

eGob®

<https://escueladegobierno.es>

Curso de
Doble Certificación

Análisis de Negocio y Gestión por Procesos

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación BPA Leader
- Certificación BPM Executive
- Módulo 2: MasterGEIT®
- Módulo 2 MasterPPM®

MPPM®

MGEIT®

eGob®

Del 5 al 13 de abril



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es



```
Address: SL1DC5.sll.stlukes-int.org 10.20.66.209
*** SL1DC5.sll.stlukes-int.org
C:\Users\saylesb>sluconip 10.20.67.62
Server: SL1DC5.sll.stlukes-int.org
Address: 10.20.66.216
*** SL1DC5.sll.stlukes-int.org
C:\Users\saylesb>ping 10.20.67.62
pinging 10.20.67.62 with 32 bytes of data:
Request timed out.
Request timed out.
Request timed out.
Request timed out.
ping statistics for 10.20.67.62:
    Packets: Sent = 4, Received = 0, Lost = 4 (100%)
C:\Users\saylesb>HELP ME...
```



Anoche tuve un sueño... páginas webs para todos

Anoche mientras dormía soñé, bendita ilusión... que internet era para todos, que el contenido de la web era accesible para todos y que la era digital derrumbaba las barreras que la realidad física analógica ha puesto a mucho de nuestros compañeros de vida.

Cuando se diseñan webs o apps habitualmente comenzamos pensando en la estética, en los colores, en las fotografías... algunas veces en el SEO!!! pero pocas veces comenzamos pensando por la universalidad de nuestro sitio. La web como herramienta de acceso al contenido almacenado en la red de internet se diseñó originariamente para que todo el mundo pueda usarla y hoy con el desarrollo del mundo on line tenemos frente a nosotros el reto de garantizar el acceso a su contenido también con independencia del hardware, software, idioma o ubicación del usuario... pero también de su capacidad. Hagamos de la web un entorno en el que la discapacidad no exista: Por que es posible, porque es justo, porque es necesario, porque es el espíritu de la tecnología.

El impacto de la discapacidad cambia radicalmente en el entorno web porque éste elimina las barreras de comunicación e interacción que muchas personas encuentran en el mundo físico. Sin embargo, cuando los sitios web, aplicaciones, tecnologías o herramientas están diseñados sin atender a la diversidad, pueden crear barreras que excluyen a las personas del uso de la Web.

La accesibilidad web abarca todas las discapacidades que afectan al acceso a la Web, incluyendo:

- auditivas
- cognitivas
- neurológicas
- físicas
- del habla
- visuales

Una web accesible para todos es también una web más fácil para todos, incluso para aquellos usuarios que no tienen ninguna discapacidad. Por que el beneficio de todos supera al beneficio de muchos.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA

El World Wide Web Consortium lleva años trabajando para conseguir este objetivo mediante el desarrollo de protocolos que aseguren el crecimiento futuro de la Web siendo su principal objetivo el acceso universal a la web. La iniciativa de para la accesibilidad web del WWC es la WAI (Web Accessibility Initiative) que viene estableciendo estándares que afectan a navegadores, herramientas y contenidos mediante la publicación de guías técnicas que ayuden a desarrolladores y legisladores.

La WCAG 2.0 se centra más en las personas que en criterios técnicos y se establecen 4 principios para los sitios web accesibles:

- **Perceptible:** resumidamente sería el sitio web que proporciona alternativas textuales para todo contenido no textual de modo que se pueda convertir a otros formatos que las personas necesiten, tales como textos ampliados, braille, voz, símbolos o en un lenguaje más simple.
- **Operable:** la web proporciona acceso a toda la funcionalidad mediante el teclado y facilita tiempo suficiente para leer y usar el contenido.
- **Comprensible:** garantiza este principio que las páginas webs aparezcan y operen de manera predecible.
- **Robusto:** se busca en este punto maximizar la compatibilidad con las aplicaciones de usuario actuales y futuras, incluyendo las ayudas técnicas.

Por lo tanto nuestro sitio será accesible cuando sea un sitio POUR: Perceivable, Operable, Understandable, Robust.

También contamos para facilitar esta adaptación con la Norma UNE 139803 equivalente desde 2012 a las WCAG 2.0.

Y el Derecho, como tantas veces sucede, se esfuerza por llegar a la altura de los sueños. Hoy contamos con una legislación sólida que marca el camino que debe seguir la accesibilidad web comenzando por los sitios oficiales y públicos.

La Directiva 2016/2102 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 2016, sobre la accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles de los organismos del sector público ha tomado como base la norma EN 301 549.

En España esta directiva ha sido traspuesta mediante el Real Decreto 1112/2018 sobre accesibilidad de los

sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público, siendo mucho más exigente que la Directiva y alcanzando a la totalidad de la comunicación de instituciones públicas, desde la Administración de Justicia y el Poder Judicial hasta la administración local, pasando por asociaciones constituidas por administraciones, el sector público institucional o los prestadores (cualquiera que sea su forma jurídica) de servicios públicos.

Pero la obligación legal de accesibilidad llega mucho más allá y la encontramos reflejada en diferentes normas dispersas por nuestra legislación. En España tienen la obligación de ser accesibles los portales de:

- La Administración Pública ya sea local, autonómica o estatal así como las empresas y entidades que gestionan servicios públicos conforme a lo que se dispone en la Ley 56/2007 de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información que vino a modificar la Ley 32/2002. Esto incluye, por lo tanto, todos los portales web y apps de administraciones públicas incluyendo las sedes electrónicas, el registro y notificaciones telemáticas, los portales de transparencia o los entornos de aprendizaje de centros docentes sostenidos con fondos públicos;
- las empresas que reciben financiación pública. Sí, tal y como lo lees: si tu empresa recibe subvenciones o recursos públicos, la Ley 56/2007 exige que seas accesible;
- las empresas con más de 100 trabajadores o que facturan más de 6 millones de euros de especial transcendencia económica, como las entidades bancarias, aseguradoras, empresas de transporte, agencias de viaje, suministradoras de electricidad, gas y agua, las grandes superficies y las empresas de telecomunicaciones;
- las redes sociales desarrolladas por entidades que facturen más de 6 millones de euros;
- las Universidades públicas y privadas;
- los instrumentos de cooperación internacional;
- los prestadores de servicios de comunicación audiovisual: páginas web, guías electrónicas de programas y demás canales o vías de comunicación

Parece que en internet nos queda aún mucho por hacer en el ámbito de la diversidad y un largo camino simplemente para que se cumplan los mínimos exigidos por la Ley. Lejos de que todo internet sea accesible, aún ni siquiera lo es la parte de webs que vienen obligadas a ello. En muchos casos, ni siquiera las públicas.

Curso de
Doble Certificación

Gestión de Proyectos

OpenPM² (PjM) + ISO 21502

Director Académico:

Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación OpenPM² (PjM) Executive
- Certificación ISO 21502 Leader
- Módulo 3: MasterGEIT®
- Módulo 3 MasterPPM®

MPPM®

MGEIT®

eGob®

Del 19 al 27 de abril



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es



Pactando la no competencia

Tras un periodo de relación con una sociedad, en muchas ocasiones se plantea a trabajadores o administradores la imposibilidad de ejercer actividades comerciales en el mismo ámbito que habrían venido desarrollando en la sociedad en la que trabajaban. Esta prohibición de competencia... ¿hasta qué punto es exigible? ¿cómo debe pactarse? ¿puede ser considerada competencia desleal?

En el Derecho Mercantil español la prohibición de dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo, análogo o complementario género de actividad que constituya el objeto social de una empresa la encontramos referida a la actividad de los administradores de la misma. El artículo 230 de la Ley de Sociedades de Capital, Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, establece:

Los administradores no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo, análogo o complementario género de actividad que constituya el objeto social, salvo autorización expresa de la sociedad, mediante acuerdo de la Junta General, a cuyo efecto deberán realizar la comunicación prevista en el artículo anterior

Sin muchos artificios jurídicos, podemos por lo tanto extraer dos conclusiones de la literalidad del precepto:

1. La prohibición legal de competencia afecta única y exclusivamente a los administradores durante el tiempo en el que ejercen este cargo. Terminado su cargo por cualquier causa o motivo, cesa la prohibición. No existe por lo tanto una prohibición legal de no competencia ni puede exigirse que un ex-administrador no pueda desarrollar su actividad en una compañía competidora de la originaria.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA

Desde que termina en su cargo el administrador, podemos afirmar que **no está incurso en la prohibición de competencia del artículo 230 de la Ley de Sociedades de Capital**. Por ello,

2.La prohibición legal de competencia no se extiende a los socios de la sociedad. En muchas ocasiones los socios sienten agredida la confianza de otros participantes en la sociedad al comenzar relaciones con empresas competidoras, ya sea participando como socios también en aquellas, ya sea desarrollando actividad laboral en las mismas.

Sin embargo el socio no está incurso en la prohibición de competencia del artículo 230 de la Ley de Sociedades de Capital. Para que pueda ser exigible un deber de fidelidad con la empresa a uno de los socios es necesario que se haya suscrito el correspondiente pacto de socios entre ellos.

El pacto de socios es un documento clave para garantizar el compromiso de los partícipes en una sociedad mercantil y es fundamental cuando los socios participan en el desarrollo de la actividad de la empresa. Mientras que cuando nos encontramos ante socios capitalistas su conocimiento del día a día de la sociedad se ve limitado por el derecho de información regulado por la Ley de Sociedades de Capital, en el caso de socios que se involucran en el lanzamiento o gestión de la sociedad, el establecimiento de reglas de fidelidad y mutua responsabilidad que sean más detalladas que las legales resulta un elemento prácticamente imprescindible.

La prohibición de competencia puede también establecerse contractualmente tanto durante el ejercicio de un cargo societario de administrador como para el momento posterior a la terminación de dicho cargo. Hablamos en este caso de prohibición de competencia contractual y postcontratual. En ambos casos, en tanto en cuanto supone una restricción al Derecho a la libertad en el trabajo consagrado en el artículo 35 de la Constitución Española, deben darse dos características necesariamente conforme establece el Tribunal Supremo en su Sentencia de 2 de julio de 2003:

•El pacto de no competencia debe ser expreso, limitado en el tiempo y justificado en un interés comercial de la sociedad. Por ello no podemos plantear una “condición general” o clausula tipo que establezca estas limitaciones en todos los contratos de una empresa, sino que debe limitarse a aquellos trabajadores o directivos en los que exista causa

suficiente para exigirlo. Dicho de otra forma, aunque lo firmemos no quiere decir que sea válido.

•El pacto debe establecer una compensación económica suficiente para el trabajador afectado. Queda por último destacar que el desarrollo de actividades competitivas por parte del socio o ex trabajador deberá respetar en todo caso las normas de competencia desleal, con independencia de que pueda competir (lealmente). En ningún caso podrán las nuevas actividades en la sociedad competidora en perjuicio directo de la antigua. El uso o abuso de la posición adquirida como consecuencia de la participación en la primera sociedad determinaría en su caso que dichos actos puedan ser calificados de competencia desleal conforme a lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley de Competencia Desleal, Ley 3/1991, de 10 de enero:

Se reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe.

En las relaciones con consumidores y usuarios se entenderá contrario a las exigencias de la buena fe el comportamiento de un empresario o profesional contrario a la diligencia profesional, entendida ésta como el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado, que distorsione o pueda distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

En consecuencia y en resumen podemos concluir que aunque no exista motivo o causa que limite la competencia cuando ésta no ha sido pactada por el socio o el administrador, éste tampoco se verá libre de utilizar el conocimiento adquirido para causar un daño directo en la competencia que pueda realizar desde su nuevo cargo.

Curso de
Doble Certificación

Gestión de Programas

OpenPM² (PgM) + ISO 21503

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación OpenPM² (PgM) Executive
- Certificación ISO 21503 Leader
- Módulo 4: MasterGEIT®
- Módulo 4 MasterPPM®

MPPM®

MGEIT®

eGob®

Del 3 al 11 de mayo



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es

Evento de Cierre de Temporada 2024 de las Revistas Tecnología y Sentido Común y Stakeholders.news

El 19 de julio de 2024, las revistas Tecnología y Sentido Común y Stakeholders.News celebraron el Cierre de su novena y tercera temporada respectivamente con un interesante evento en la sede de UNE Asociación Española de Normalización, en Madrid.

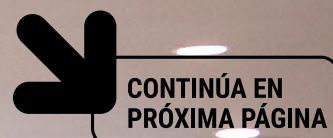


#TYSC / PÁG. 28

TECNOLOGÍA Y SENTIDO COMÚN

En una tradición que se inició el pasado año 2023, las revistas Tecnología y Sentido Común y Stakeholders.News prepararon un cierre de temporada a la altura tanto de la calidad de sus contenidos como del nivel de sus colaboradores. Con la inestimable colaboración de UNE Asociación Española de Normalización, el día 19 de julio de 2024 se reunió en Madrid un gran grupo de profesionales, entre los que estaban algunos de los colaboradores de nuestras revistas.

El evento comenzó con una bienvenida a cargo de Paloma García, Directora de Programas de Normalización y Grupos de Interés de UNE, y de Javier Peris, Director de las revistas Tecnología y Sentido Común y Stakeholders.News, en el que agradecieron a los presentes su asistencia, sobre todo a aquellos afectados por el incidente global en sistemas de información de grandes compañías de todo tipo que se dio en esa fecha.



Evento Protagonista

De Gestionar a G
con 'G' o Ganar

Ramsés Gallardo
CISM, CGEIT, CISA

Past International
President ISACA
Executive Vice
Privacy by Design
ISACA Hall of Fame

Black

ors

Canada



Gobernar...

Tras la bienvenida, se dio paso al ponente principal del evento, Ramsés Gallego, primer español (y tercer europeo) en ser nombrado para el "Hall of Fame" de ISACA internacional, evento que tuvo lugar en este 2024. Renombrado conferenciante, deleitó al público asistente con su charla "De Gestionar a Gobernar con 'G' de Ganar", en la que glosó las bondades de dar ese salto hacia el gobierno de las Tecnologías de la Información, sobre todo en los aspectos relacionados con la ciberseguridad. Ciertamente, un lujo contar con él para el evento.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA

Suscríbete

REVISTA
**Tecnología &
Sentido Común**

10
2024
PREMIOS
SAPIENTES

Llanos
Cuenca

21
NUESTRA INVITADA
A PTVC

Talento y
Liderazgo

11
FERNANDO BOCA

11
Eficacia

11
INTELIGENCIA

11
ANÁLISIS

11
DATOS

11
EL DATO

11
BOT

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

11
CIBERSEGURIDAD

REVISTA
**Tecnología &
Sentido Común**

<https://tecnologiaysentidocomun.com>

Evento Protagonista





El siguiente acto fue la mesa redonda con cinco de los autores que colaboran con la revista Tecnología y Sentido Común en el que participaron: Alejandro Aliaga líder de la sección “Radio Security”, Renato Aquilino líder de la sección “Marcos y Normas”, Marlon Molina líder de la sección “Es Tendencia”, Marcos Navarro líder de la sección Ai Robot” que a partir de la proxima temporada pasará a llamarse “Ai Futuro” y Manuel Serrat líder de la sección “Futuro y Seguridad”.

Durante la mesa redonda de Tecnología y Sentido Común, estos cinco representantes respondieron a las preguntas del presentador y director de la revista, Javier Peris, acerca de los contenidos de la temporada que terminaba, y de qué se podía esperar de sus secciones en cuanto a contenidos y novedades en la décima temporada de la revista.


Alejandro Aliaga centró su intervención en recordad que el objetivo de su sección “Radio Security” es concienciar a los lectores de que existen vectores de ataque no convencionales asociados con las comunicaciones inalámbricas, y que, por la evolución tecnológica, es difícil que éstos se reduzcan.

Por su parte, Renato Aquilino, en su sección “Marcos y Normas” ha centrado sus contenidos en poner de manifiesto el gap existente entre las normas y quienes las escriben, frente a quienes las han de convertir en realidad en las organizaciones, algo que resulta extremadamente complejo en algunos casos.

Por lo que respecta a Marlon Molina, con su sección “Es Tendencia”, ha tratado de contar a los lectores en esta temporada que termina los temas que, mes a mes, han atraído la atención del sector por diferentes motivos.

Marcos Navarro anunció que su sección, a partir de la décima temporada, cambiaba de enfoque y de nombre, para explicar cómo es la vida en 2024, sólo dentro de diez años, gracias a tecnologías como la Inteligencia Artificial y la Robótica.

En cuanto a Manuel Serrat, explicó que con su sección “Futuro y Seguridad” ha tratado de poner el foco en aquellos aspectos de la evolución tecnológica que pueden suponer algún tipo de riesgo, y concienciar a los lectores para evitarlos.

 CONTINÚA EN PRÓXIMA PÁGINA

REVISTA
Tecnología & Sentido Común

<https://tecnologiaysentidocomun.com>

Evento Protagonista



Sharing

Mesa Redonda "Stakeholders.news"

modera Javier Peris

 Juan Manuel Domínguez Sección: Organizaciones Resilientes	 Luis Morán Sección: Personas y Procesos	 Jose Antonio Puentes Sección: Tendiendo Puentes	 Juan Jesús Urbizu Sección: Teclo-transformación
--	---	--	--

Stakeholders.news



Suscríbete gratis

REVISTA
**Tecnología &
Sentido Común**

19
**2022
PREMIOS
SAPIENS**

Llanos
Cuena

28

Talento y
Liderazgo

18

Es
tendencia

34

Ojo al dat

Ai Rob

31

Alejandro
Blasco

30

Administración

30

Por Procesos

31

La Revista
en Gestión de
Riesgos y por

Los Pro
cesos, Seguridad, F
Tecnologías de la Inf

Finalizada esta mesa redonda, se llevó a cabo la segunda Mesa Redonda, que contó con cuatro de los colaboradores de la revista Stakeholders.News: Juan Manuel Domínguez líder de la Sección "Organizaciones Resilientes", Luis Morán líder de la sección "Personas y Procesos", José Antonio Puentes líder de la sección "Tendiendo Puentes" y Juan Jesús Urbizu líder de la sección "Tecno-transformación".

Dada la temática de la revista, fundamentalmente dirigida a aquellos profesionales de la gestión de proyectos, programas y portfolios y áreas conexas, las preguntas para los participantes en la mesa redonda se centraron en poner de relieve la necesaria aplicación de estándares y buenas prácticas en cada uno de los ámbitos que tratan las diferentes secciones de la revista.

Juan Manuel Domínguez, a través de su sección "Organizaciones Resilientes", expuso aspectos tales como que, en Japón, con aproximadamente 120 millones de habitantes, hay 45.000 empresas centenarias, frente a las poco más de 5.000 que existen en España con 48 millones de habitantes.

Luis Moran comentó algunos de los temas que había tratado durante esta tercera temporada en su sección "Personas y Procesos", y avanzó alguna de las cuestiones que va a tratar en la cuarta temporada de la revista.

José Antonio Puentes (sección "Tendiendo Puentes") compartió con los presentes algunas vivencias personales, relacionadas con las dificultades que la gestión de proyectos enfrenta en determinadas organizaciones.

Por último, Juan Jesús Urbizu, que estas temporadas ha escrito en su sección "Tecno Transformación", apuntó algunas de las cuestiones más relevantes a las que se enfrenta el gestor de proyectos, programas y portfolios en relación con la digitalización de las organizaciones, y más desde la irrupción para el gran público de los sistemas de inteligencia artificial.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA

REVISTA
**Tecnología &
Sentido Común**

<https://tecnologiaysentidocomun.com>



Tras las dos mesas redondas, Javier Peris anunció el nombramiento de los tres embajadores de la revista Stakeholders.News en Hispanoamérica más concretamente en Puerto Rico, Uruguay y El Salvador.

En Puerto Rico contaremos cada mes con la participación de Nesty Delgado en Uruguay contaremos con Daniel Sorokins y en el país de la eterna sonrisa "El Salvador contaremos con Luis Guardado quienes fueron nombrados y serán a partir de ahora Embajadores de Stakeholders.news.

Los actos de cierre de temporada terminaron con la entrega de los premios Tecnología y Sentido Común y Stakeholders.News, en esta ocasión en su edición de 2024.

El "Premio Tecnología y Sentido Común 2024" recayó en el Consejo General de Colegios Profesionales de Ingeniería Informática (CCII), por su aportación al progreso de la sociedad de la información, el impulso al desarrollo ético de los avances tecnológicos y la defensa y promoción de la ingeniería en informática. El premio fue recogido por José García Fanjul, secretario del CCII y vicedecano del Colegio Oficial de Ingenieros en Informática del Principado de Asturias.

Por otro lado, el "Premio Stakeholders.News 2024" fue otorgado a la Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid, por haberse convertido en referente



en la innovación y digitalización de la administración pública y por su compromiso con el cumplimiento y la excelencia del servicio al ciudadano. Este premio fue recogido por Zaida Sampedro Préstamo, subdirectora general de Transformación y Gestión del Cambio de la Agencia para la Administración Digital de la Comunidad de Madrid.

Al terminar el acto, todos los presentes pudieron disfrutar de un magnífico networking alrededor de un espectacular catering que se sirvió en las mismas instalaciones de UNE, con lo que se dio por cerrada la temporada de ambas revistas. ¡Nos vemos en septiembre!



Hace mucho tiempo que hablas.

¿Pero hace cuánto no dialogas?



Somos una organización global de beneficio para la comunidad cuya misión es crear normas para contribuir a la construcción de un mundo más seguro, sostenible y competitivo.

Creamos espacios de colaboración neutrales e inspiradores en los que compartir conocimiento para desarrollar, a través del diálogo y el consenso, normas que sirvan a los intereses de toda la sociedad y que movilicen a los que apuestan decididamente por la excelencia empresarial y la conciencia social.

MAMÁ, Quiero ser Darth Vader!!!

La fantasía cada día está más presente en nuestras vidas y en nuestros negocios. Harry Potter, Star Trek, El Señor de los Anillos, Juego de Tronos o Star Wars, entre otras muchas franquicias han creado mundos que nos acompañan en nuestro día a día.

Por ello, no es extraño, en negocios digitales o analógicos que pretenda recurrirse a estos reclamos para desarrollar un producto o servicio determinado. Queremos que nuestro producto enlace con ese Universo friki que a tantos apasiona... pero, ¿hasta qué punto podemos entender que esas referencias son un tributo y cuándo pasan a ser un uso comercial? La respuesta a esta pregunta no es sencilla y aunque siempre intentemos aportar soluciones en la sección Consejo de Amigo hoy vamos a dejar muchas respuestas en el aire puesto que entramos en terrenos "opinables" o "subjetivos" o "valorables" por un juez en caso de reclamación.

Tenemos claro que alrededor de todas las franquicias cinematográficas o literarias existen un conjunto de derechos de exclusividad que se concretan en derechos marcarios por un lado (Star Wars, El Retorno del Jedi, Yoda, Darth Vader... todos ellos marcas comerciales registradas) y por otro lado de propiedad intelectual (guión, trama, personajes...).

La propiedad intelectual ofrece un derecho de protección frente a la copia o reproducción de contenidos. Así plasmar en un producto partes del guión de Star Wars (o de Avergers, o de Star Trek...) infringiría los derechos de propiedad intelectual de LucasFilms. Este supuesto sólo puede darse cuando se utilizan partes de las producciones con fines comerciales o de marketing. Obviamente es sencillo identificar estas infracciones.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA



La propiedad industrial por su lado crea marcas, es decir, signos distintivos que sólo pueden ser usados por el titular y se excluye a todos los demás de su uso o cita para evitar que los consumidores puedan confundir la procedencia de esos productos. Aquí es donde tenemos problemas: ¿Cómo hablar del mundo Star Wars sin usar las marcas (muchiiiiiiiiisimas) del mundo Star Wars? O ¿Cómo explicar la vida en el mundo mágico sin usar las marcas de toda la franquicia de Harry Potter?

Debemos partir de que toda infracción de marca debe basarse en haber utilizado el signo registrado con una finalidad marcaria. Esto se deduce del art. 34 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas (LM) y del art. 9 del Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea (RMUE). Esto quiere decir que la infracción sólo se produce cuando realmente se estén utilizando para identificar bienes y productos infringiendo los valores protegidos por el derecho de marcas en general.

Tendremos una infracción marcaria cuando, según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), se comprometa la función de identificación del origen empresarial de un producto o servicio, la función de protección de la inversión y de publicidad y la función de calidad [entre otras, sentencias del STJUE de 12 de noviembre de 2002, caso Arsenal Football Club (C-206/01); de 22 de septiembre de 2011, caso Interflora (C-323/09); de 25 de julio de 2018, caso Mitsubishi (C-129/17)]. Hay que tener en cuenta, además, que el uso de una marca no puede constituir una denigración ni una explotación desleal de la reputación ajena, como establecen en términos generales los arts. 9 y 12 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal (LCD).

De esta forma no podríamos usar las marcas de Star Wars para “vender” Star Wars, o hacer creer a los consumidores que son productos oficiales de Star Wars. Sin embargo, sería perfectamente posible que la sección de una revista tecnológica se refiriera a las Tortugas Ninja... siempre que no suplantara a alguna de nuestras mutantes amigas!!! A mayores, no hay que olvidar que en muchos casos este tipo de referencias son encuadrables en el derecho fundamental a la libertad de expresión y artística, reconocida en el art. 20.1 de la Constitución, que constituye un elemento de ponderación en cualquier conflicto con otros derechos, en este caso, con el derecho de marcas como manifestación del derecho de propiedad.

En este mismo artículo estamos citando (escribiendo y representando gráficamente) marcas comerciales pero con una finalidad claramente diferente de la identificación de una procedencia comercial. Así, aunque en este artículo se mencione Star Trek el lector sabe perfectamente que no es un texto vinculado en forma alguna a la Flota Estelar.

En tal sentido, hay que tener muy presentes los considerandos 21 del RMUE y 27 de la Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas. Ambas indican que *“el uso de la marca realizado por terceros con fines de expresión artística debe considerarse lícito en la medida en que al mismo tiempo sea conforme a las prácticas leales en materia industrial y comercial”* y *“de tal modo que se garantice el pleno respeto de los derechos y libertades fundamentales, y en particular la libertad de expresión”*.

Un producto creado para ser comercializado difícilmente podríamos calificarlo de creación artística que implicaría una plasmación de creatividad en cada obra. La creación artística está más vinculado a un elemento de inspiración creadora que permita diferenciar la obra de las creaciones anteriores.

Arte, libertad de expresión y derecho marcario crean un triángulo de difícil resolución en muchos casos con una amplia gama de grises en la intersección de estos 3 conceptos.

Escuela de Gobierno
eGov®
<https://escueladegobierno.es>

Curso de
Doble Certificación

Service Management FitSM + ISO 20000

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación FitSM Executive
- Certificación ISO 20000 Leader
- Módulo 5 MasterGEIT®
- Módulo 5 MasterPPM®

MPPM®

MGEIT®

eGov®



Del 17 al 25 de mayo



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es

Errese una vez en América...

En un mundo globalizado con relaciones jurídicas y económicas cada día más complejas, la tributación de ganancias y rentas obtenidas en otros países resulta cada vez más relevante para la planificación fiscal en el desarrollo de negocios. En el caso de la industria tecnológica, el fuerte polo de atracción que representa la economía de Estados Unidos, nos exige una especial atención a las relaciones bilaterales entre ambos países.

El acompañamiento de empresas en su aventura americana, nos ha llevado a subrayar la enorme importancia que tienen instrumentos de organización fiscal como el Tratado contra la Doble imposición que hoy vamos a estudiar.

El pasado 27 de noviembre 2023, se cumplieron 4 años de la entrada en vigor del Protocolo que modifica el Tratado Contra la Doble Imposición entre España y los Estados Unidos, por lo que es tiempo de realizar una valoración práctica de su evolución durante estos años.

El Protocolo se caracteriza por haber reducido notablemente, o suprimido en algunos casos, las retenciones en el Estado de origen, de modo que la mayor parte de las rentas tributen en base al Estado de residencia del contribuyente.

Los impuestos sujetos a la aplicación del Tratado son, en el caso de España, el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) – incluido el Impuesto sobre la Renta de los No Residentes y el Impuesto sobre el Patrimonio – y el Impuesto de Sociedades (IS). En el caso de los EE.UU., se aplica a los impuestos federales sobre la renta contemplados en el Internal Revenue Code (salvo a las contribuciones a la Seguridad Social) y, en determinados casos, a los impuestos especiales sobre las primas de seguros extranjeros.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA



RADIO CITY

Radio City Music Hall

ROCKETTE NOW IN FINALS

BUSES ONLY

BUSES ONLY

ONE WAY



Por tanto, potencialmente todos los profesionales y empresas españolas o americanas con intereses económicos en el otro Estado, siempre y cuando reúnan los criterios de elegibilidad, pueden acogerse a las medidas introducidas por el nuevo Protocolo. Veamos a continuación las principales novedades.

En primer lugar, resulta especialmente destacable el cambio en el régimen de tributación de los dividendos.

El nuevo Protocolo prevé una reducción progresiva de las retenciones en el Estado de origen en función de la cuota de participación en el capital con derecho a voto de una sociedad. Es decir, en caso de que el beneficiario efectivo, residente en el otro Estado, posea una cuota del capital con derecho a voto inferior al 10%, se aplica una retención del 10% en el Estado de origen.

A partir del 10% del capital con derecho a voto, se aplica una retención del 5%. Por último, a partir del 80% del capital con derecho a voto, se suprime por completo la retención en el Estado de origen. Ésta es sin duda la medida estrella introducida con el nuevo Protocolo, ya que la tributación de los dividendos entre empresas asociadas (e.g. sociedad matriz y filial) es mucho más atractiva.

Otra de las medidas introducidas ha sido el cambio en la tributación de los pagos por intereses que, salvo para algunos casos específicos, elimina completamente la retención en el Estado de origen y establece su tributación en base al Estado de residencia del beneficiario.

En cuanto a los royalties, que se refieren a las retribuciones percibidas por el uso o la cesión de derechos de propiedad intelectual, como marcas, modelos, patentes, y de derechos de autor sobre obras literarias, artísticas o científicas, también están sujetos a tributación en el Estado de residencia del beneficiario.

Además, se introducen modificaciones en la tributación de ganancias de capital derivadas de la enajenación de acciones, participaciones u otros derechos de capital por parte de entidades residentes en el otro Estado. Como regla general, las ganancias de capital pasan a tributar exclusivamente en el Estado de residencia del transmitente.

Se mantienen como excepción las ganancias derivadas de la alienación de participaciones, acciones o derechos en sociedades, cuyo activo principal sean bienes inmuebles, que siguen tributando en el Estado en que se encuentren.

En definitiva, con la introducción del nuevo Protocolo entre España y Estados Unidos, se modernizan los acuerdos en materia de fiscalidad con la intención de agilizar las relaciones económicas entre ambos países. Se espera que esto conduzca a un incremento de las inversiones americanas en España y al mismo fomento la internacionalización de las empresas españolas en Estados Unidos.

La reducción de barreras fiscales ha facilitado el desarrollo de las relaciones comerciales entre ambos estados. De hecho, ya es posible apreciar el notable incremento de las inversiones estadounidenses.

En 2022, Estados Unidos se ha posicionado como el primer inversor internacional en España, registrando la cifra de 9.453 millones de euros (27,7% de la inversión extranjera). Por otro lado, las grandes multinacionales españolas han anunciado una inversión de 32.000 millones de euros para los próximos años en Estados Unidos.

Dicho esto, debemos incidir en que ha llegado la hora de que las pequeñas y medianas empresas españolas, que representan el 99% del tejido empresarial, tomen la iniciativa. La aventura tecnológica americana ahora está más cerca que nunca.

Escuela de Gobierno

eGov®

<https://escueladegobierno.es>

Curso de
Doble Certificación

Seguridad de la Información

**CSX +
ISO 27001**

Director Académico:

Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación CSX Executive
- Certificación ISO 27001 Leader
- Módulo 6: MasterGEIT®

MGEIT®

eGov®

Del 7 al 15 de junio



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es



**LIVE
STREAMING**





UNITED STATES

Las Vegas

Albuquerque

Phoenix

Tucson

Ciudad Juárez

Hermosillo

Ciudad Obregón

Chihuahua

Nuevo Laredo

Culiacán

Monterrey

Durango

Luis

Denver
Pikes Peak
14,110 ft
Colorado Springs

Billings

Boise

Idaho Falls
Casper

Cheyenne

Platte

Colorado

Kansas

Oklahoma

Amarillo

Wichita Falls

Lubbock

Fort Worth

Austin

San Antonio

Laredo

Torreón



De cero a LLC

Muchas empresas ven el mercado americano como el gran sueño para la expansión de sus productos y servicios. Desde StartUp a empresas consolidadas, todas las compañías que quieren crecer a una escala global ponen sus ojos en Estados Unidos para obtener el espaldarazo definitivo a su crecimiento. El mercado americano es duro, difícil y fuertemente competitivo, pero qué duda cabe que quién pone su bandera en Estados Unidos tiene mucho ganando en todo el mundo. Pero toda la aventura comienza por lo más básico: por la creación de un LLC.

¿Qué es una LLC?

Las siglas LLC significan “Limited Liability Company” o “Sociedad de Responsabilidad Limitada” en español. Una LLC es un tipo de estructura empresarial norteamericana que protege a sus propietarios de ser responsables personalmente del pago de las deudas u obligaciones que contrae la empresa.

¿Por qué una LLC?

Como vemos, el porqué de escoger una LLC reside en la limitación de la responsabilidad que deriva de su nombre. Si bien es cierto que existen otras estructuras empresariales que protegen la responsabilidad de sus propietarios, no todas ofrecen flexibilidad en la administración. Pues bien, las LLC pueden ser gestionadas por los propietarios o encomendar a personas específicas la gestión del día a día. Las sociedades en Estados Unidos están sujetas a controles legales y fiscales que garantizan el funcionamiento del mercado interior, pero en función del tamaño, podemos estar sometidos a una carga mayor o menor de cumplimiento normativo.

Otra ventaja notable es que las LLC exigen menos formalidades administrativas que otras estructuras empresariales. Por ejemplo, las resoluciones de la junta directiva pueden realizarse una vez al año y la llevanza de los libros sociales no exige un detalle tan minucioso. Esto hace que la LLC sea el vehículo de entrada favorito de los emprendedores.

Proceso de constitución

El proceso de constitución de una LLC es relativamente rápido si se compara con el de otros procesos de incorporación internacional. No se requiere la intervención de un notario y puede realizarse enteramente a distancia, sin necesidad de comparecer personalmente ante el “**Secretary of State**” del Estado americano de incorporación.

Para poder incorporar la LLC será necesario verificar la identidad de los socios, preparar los documentos constitutivos, indicar un nombre para la sociedad y designar a un “**Registered Agent**” en el Estado de incorporación.

El “**Registered Agent**” puede ser un individuo o una empresa designada para recibir correspondencia legal en nombre de la empresa y trasladar puntualmente a los propietarios algunas comunicaciones importantes de tipo administrativo o legal.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA



Una vez incorporada la LLC, será necesario obtener un número de identificación fiscal federal, generalmente un Employer Identification Number (EIN) para efectos fiscales.

Para solicitar el Employer Identification Number o EIN para la LLC, será preciso cumplimentar el formulario SS-4 y acreditar los siguientes extremos: a) nombre oficial de la empresa; b) nombre de 1 de los directores o gerentes de la empresa; c) domicilio en Estados Unidos; d) breve explicación de la actividad empresarial principal.

Cuenta Bancaria

Tener una cuenta bancaria es una exigencia para cualquier LLC, ya que sin ella sería prácticamente imposible ingresar las sumas necesarias para su funcionamiento y, en consecuencia, gestionar la tesorería.

Un factor a tener en cuenta para la apertura de la cuenta bancaria es si el administrador de la empresa está presente físicamente en territorio estadounidense. En este caso, no se requieren formalismos adicionales, más allá de los indispensables controles KYC bancarios y de la documentación que solicite la entidad bancaria en cuestión.

Sin embargo, en el caso de empresas administradas por personas no residentes en Estados Unidos, sí se exigen formalismos adicionales. Para empezar, será imprescindible nombrar un administrador local que se encargue de abrir y gestionar las cuentas de la empresa.

Tributación y Accounting

Las **LLC** se conocen como "pass-through entity" o entidades sujetas a impuestos en régimen

de transparencia. Es decir, las **LLC** no tributan directamente, si no a través de sus propietarios, que deberán incluir sus beneficios o pérdidas en sus declaraciones personales de la renta.

La llevanza de la contabilidad en Estados Unidos es más simple y tiene menos formalismos que en España. Generalmente, es menos complejo calcular y justificar las deducciones y los gastos operativos de la empresa. Además, algunas rentas empresariales, sobre todo aquellas provenientes del extranjero, pueden quedar exentas de los impuestos estatales y locales. Sin embargo es necesario contar con profesionales cualificados para cumplir con las obligaciones fiscales y contables de la LLC y evitar sanciones económicas.

La normativa fiscal en cualquier estado de EE.UU. Es extensa y requiere de experiencia en su aplicación e interpretación. La simplicidad de los procedimientos administrativos no implica necesariamente que la liquidación de impuestos y llevanza contable esté al alcance de cualquiera (si no quiere correr riesgos)

¿Qué Estado escoger?

Al registrar la LLC se puede elegir entre cualquiera de los 50 estados de Estados Unidos. Para tomar una decisión es importante tener en cuenta diversos factores, entre otros: el tratamiento fiscal, que varía mucho de un Estado a otro; la protección de la privacidad de los propietarios; la flexibilidad de la normativa empresarial; el entorno favorable para emprender un tipo de actividad; y, el tipo tutela legal y jurisprudencial que responda mejor a las necesidades de la empresa.

Curso de
Doble Certificación

Continuidad de Negocio

BCI +
ISO 22301

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación BCI Executive
- Certificación ISO 22301 Leader
- Módulo 7: MasterGEIT®

MGEIT®

eGov®

Del 5 al 13 de julio



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es



Yo te conozco...

El otro día conocía a Bartolo. Apenas intercambiamos 2 frases en un ascensor. Es alto y vestía ropa deportiva, lucía una amplia sonrisa y tenía alianza en mano izquierda.

Con ese breve encuentro yo imagino que le gusta la vida sana y que prefiere la comida que afirma ser bio y saludable. No creo que sea estricto con la dieta pero seguro que prefiere los productos ecológicos a los que no lo son. Presumo que le gusta el futbol,

probablemente sea aficionado del Valencia CF porque vive en la ciudad del Turia. Le gusta la ropa de marca y probablemente la compre por internet. En vacaciones elegirá el destino con su esposa, por lo que puede estar interesado en hoteles románticos o con encanto que les ayude a desconectar del estrés del trabajo durante todo el año. Probablemente elija un destino de playa, porque la ropa que llevaba no era de abrigo y yo aún vestía manga larga,



así que es una persona calurosa y no creo que le guste demasiado pasar frío durante sus vacaciones. Gustándole el deporte, puedo suponer que prefiere los coches SUV con motorización alegre que ofrezca buenas prestaciones y capacidad para responder ante los imprevistos de la carretera. Seguramente no está buscando un nuevo puesto de trabajo, pero seguro que una oferta tentadora le puede hacer sentirse mejor, con deseo de ser buscado por otras empresas. Por ello imagino que sería un buen cliente para una empresa de head hunters.

**Y todo esto es verdad...
o al menos eso creo.**

¿Os parece un disparate hacer este tipo de razonamientos y llegar a este tipo de conclusiones? Seamos sinceros todos en algún momento lo hemos hecho. Todos hemos montado una película

sin tener razones ni bases para ello, e incluso podemos haber llegado a conclusiones sin tener la certeza de que los presupuestos son ciertos.

Todos... incluso la IA.

El pasado 13 de marzo El Parlamento Europeo aprobó definitivamente el texto del Reglamento de IA por lo que todos los países de la Unión Europea nos acabamos de dotar de una normativa sobre el uso de esta tecnología. Esta norma es pionera en todo el mundo por su ambición y amplio alcance. Y los juristas nos congratulamos de ello.



**CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA**



El Reglamento Europeo se propone algo tan difícil como promover la adopción de una inteligencia artificial centrada en las personas y fiable, que garantice un alto nivel de protección de la salud, la seguridad y los derechos fundamentales.

Busca garantizar una IA respetuosa de la democracia, el Estado de derecho y la protección del medio ambiente. Hemos definido una norma que garantiza una IA transparente, ética y humanística y combate los posibles efectos nocivos de esta tecnología, sin que ello suponga un freno a su desarrollo e, incluso, promoviendo la innovación en este ámbito.

Incluso, queriendo poner puertas al campo, el bienintencionado Reglamento regula los modelos fundacionales (foundation models) de inteligencia artificial para acotar el desarrollo de los sistemas de IA de propósito general (GPAI).

Cuando la Inteligencia Artificial responde a modelo fundacional es tremendamente probable que se produzcan incidencias vinculadas a la protección de los derechos de autor de todo los materiales que necesitar esta IA para prender, así como en la protección de los datos personales.

En lo relativo a los derechos de autor lo más destacado del Reglamento es la normativa que especifica que no se podrá entrenar a los sistemas de GPAI con materiales sujetos a copyright siempre y cuando sus autores hayan expresado de forma específica que estos no pueden ser utilizados para el entrenamiento de sistemas de IA.

Sin embargo, la norma nos deja muchas dudas sobre su aplicación práctica, ya que no queda claro cómo los autores de las obras deben expresar sus reservas a que sus obras sean utilizadas para estos fines y, sobre todo, no hay un protocolo para obligar a las empresas proveedoras de estos sistemas para su cumplimiento. Recordemos que ni siquiera la forma de comunicar las licencias de imágenes es a día de hoy clara en muchos casos y encontramos controversias sobre qué se ha autorizado y qué no se ha autorizado a explotar por cada usuario.

Pero me llama más la atención y os confieso que me ha provocado algunos minutos de insomnio, las soluciones que se adoptan en materia de protección de datos. Pese a la extensa (e intensa) regulación

Europea en materia de datos personales, la IA de propósito general puede acentuar muchos de los problemas actuales de este Derecho Fundamental, especialmente en lo relativo a memorización y filtración de datos privados, apropiación indebida de datos, tergiversación y violación de la intimidad.

Además, retomando la reflexión inicial que hacía sobre mi encuentro con Bartolo, mi gran preocupación es que, debido al aprendizaje constante que realizan los sistemas fundacionales, con una pequeña cantidad de datos y una interacción suficientemente prolongada con el usuario, el sistema es capaz de intuir otros datos de este y registrarlos sin su consentimiento.

¿Cómo se protegerá al usuario de los “datos intuidos” por la IA? Si no han sido facilitados por el usuario, ¿cómo sabrá que la máquina los tiene? Incluso podría pensarse, si los ha “intuido” la IA ¿no son acaso creación suya? Y siéndolo... ¿cómo oponerse a que alguien cree mi historia? ¿no serán mis “datos” en realidad obra intelectual de la IA que los ha generado?

Curso de
Doble Certificación

**Gobierno
de I&T**

**COBIT +
ISO 38500**

Director Académico:
Javier Peris

- Duración 20 horas
- Cuatro sesiones de cinco horas
- Horario Ejecutivo
- Viernes tardes y sábados mañanas
- Curso en Directo y en Remoto
- Certificación COBIT Executive
- Certificación ISO 38500 Leader
- Módulo 8: MasterGEIT®

MGEIT®

eGov®

Del 6 al 14 de septiembre



+ 34 96 109 44 44
campus@escueladegobierno.es





Proteger una marca comercial en los Estados Unidos

El sistema de protección de las marcas comerciales en Estados Unidos presenta notables diferencias con otros sistemas en el mundo, como, por ejemplo, España, Italia o el resto de países europeos.

A diferencia de lo que sucede en Europa, donde la tutela de la marca suele ser una medida preventiva y previa a su uso en el mercado, en Estados Unidos una marca sólo puede registrarse a nivel federal después de haber sido utilizada en el comercio estadounidense.

Formas de protección de la marca

Siguiendo la subdivisión administrativa a tres niveles en EE. UU., que va desde el nivel local (condado), pasando por el nivel estatal, hasta el nivel federal, en EE. UU., existen diferentes formas para proteger una marca:

•**Common Law Rights:** tutelan la marca únicamente en la zona geográfica en la que se haya utilizado comercialmente.

•**Protección estatal:** se produce con el registro de la marca en los sistemas estatales. En este caso, la marca sólo estará protegida dentro de ese estado. Para ampliar la protección, deberá registrarse en los sistemas de otros estados o en el sistema federal.

•**Protección federal:** protege la marca en todo el territorio de los EE.UU. y, una vez registrada la misma, permite utilizar el símbolo ®.

•**Protección internacional:** a través del protocolo de Madrid.

El presente artículo tiene por objeto la protección de la marca a nivel federal.

Características de la marca

En los Estados Unidos, se entiende por marca comercial una palabra, una frase, un logotipo, un diseño o una combinación de estos elementos, que puede ser en blanco y negro o en color.

La marca comercial ha de estar asociada a los productos y/o servicios ofrecidos por el titular, utilizando como referencia las clasificaciones de bienes y servicios establecidas por la United States Patent and Trademark Office (USPTO), que es la oficina de patentes y marcas responsable de los registros.

A modo de ejemplo, si se desea registrar una marca comercial de un producto como el jamón, la clase aplicable sería la 029, mientras que para los servicios de restauración, lo sería la clase 043. Nada impide solicitar el registro de una misma marca para varias clases de productos y servicios, incluso si son totalmente diferentes.



CONTINÚA EN
PRÓXIMA PÁGINA

Ahora bien, no todas las marcas son registrables. En primer lugar, la marca no puede ser similar a otra marca ya registrada con la misma categoría de productos y/o servicios, ya que podría crear un riesgo de confusión en el consumidor. Por este motivo, antes de proceder a la solicitud de registro e incurrir en un gasto de tiempo y dinero, es aconsejable realizar una búsqueda exhaustiva de marcas similares ya registradas en el sistema USPTO o ya utilizadas en el comercio estadounidense.

El diseño de una marca tampoco puede contener banderas nacionales ni describir el producto y/o servicio asociado (por ejemplo, "bronceador" para protector solar), ni tampoco ser genérico (por ejemplo, "gafas" para anteojos).

La fecha de presentación de la solicitud confiere generalmente "prioridad" a la marca. Una vez registrada, la marca es válida durante un periodo de 10 años, prorrogable por periodos de 10 años, siempre que la marca se siga utilizando para los productos y/o servicios asociados. De hecho, durante el 5to y 6to año de cada periodo, es necesario presentar una declaración de uso de la marca.

Presentación de la solicitud

La solicitud de registro se presentará en virtud de una "**filing basis**" o, dicho de otro modo, con arreglo a una base o motivo de presentación:

1. Use in commerce basis (Trademark Act Section 1(a)), cuando el solicitante ya ha utilizado la marca en el comercio estadounidense para los productos y/o servicios indicados en la solicitud

2. Intent to Use basis (Trademark Act Section 1(b)), cuando el solicitante todavía no ha comenzado a utilizar la marca en el comercio en el momento de la solicitud, pero tiene la intención de buena fe de utilizarla en un futuro próximo. Como se ha mencionado anteriormente, la marca sólo será registrada cuando se acredite que ha sido utilizada en el comercio estadounidense para los productos y/o servicios asociados;

3. Foreign Application basis (Trademark Act Section 44(d)), cuando el solicitante ha presentado, en los seis meses anteriores, una solicitud de registro en un sistema extranjero para la misma marca y para los mismos productos y/o servicios asociados. En este caso, la "fecha de prioridad" de la solicitud presentada ante la USPTO coincidirá con la fecha de presentación de la solicitud en el sistema extranjero;

4. Foreign Registration basis (Trademark Act Section 44(e)), cuando el solicitante haya logrado registrar la misma marca en el país de origen, para los mismos productos y/o servicios asociados,.

El artículo 66(b) de la Trademark Act prevé una "filing basis" adicional, que permite extender la protección de una marca internacional en los Estados Unidos, cuando se haya registrado en un Estado miembro del protocolo de Madrid. Para ello, es necesario dirigirse a la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

El proceso de registro puede durar entre 6 y 15 meses, dependiendo de la "filing basis" elegida y de si se solicitan pruebas o informaciones adicionales. Si el registro se completa con éxito, se expide un certificado de registro y la marca podrá incluir el símbolo ®.

Conviene tener presente que el registro de una marca, ya sea en EE.UU. o en cualquier otro país, proporciona protección jurídica frente a quienes utilizan la marca sin autorización o intentan registrar una marca similar para productos y/o servicios parecidos. El registro de la marca también aumenta el valor de la empresa de cara a los consumidores, inversores o potenciales compradores. Por estas razones, se aconseja planificar con antelación la entrada en el mercado estadounidense y contar con el apoyo de profesionales cualificados en el momento de elegir la marca que se va a utilizar.

Escuela de Gobierno

eGob®

<https://escueladegobierno.es>

Curso de Doble
Certificación en:

Gestión de Beneficios y Gestión de Portafolios

P4MGO!® BfM Leader

P4MGO!® Pfm Leader

Dirección Académica:
Javier Peris

- Dos formatos para tu comodidad
- Opción A: Remoto en Directo
- Opción B: Virtual con Tutoría
- Metodología P4MGO!®
- Exámenes de Certificación Incluidos
- Certificación P4MGO!® BfM Leader
- Certificación P4MGO!® Pfm Leader
- Solicita tu admisión

MPPM®

MGEIT®

eGob®

Próxima Convocatoria en Directo

Octubre 2024

Solicita tu admisión en:



+ 34 96 109 44 44

admisiones@escueladegobierno.es



P4MGO!

NUEVOS MASTERS

MasterPPM®
Gobierno, Dirección, Gestión y Ejecución de
Portfolios, Programas y Proyectos

MasterGEIT®
Gobierno y Gestión de
Información y Tecnología

TITULACIÓN
MasterGEIT®

CONTENIDO DEL MASTER

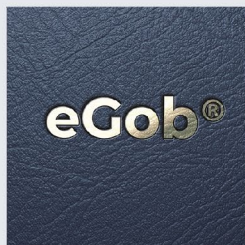
- Módulo 01: Gestión del Tiempo**
Curso de Doble Certificación TSGP Yellow Belt + TSG4® Green Belt
- Módulo 02: Gestión de Procesos de Negocio**
Curso de Doble Certificación BPM Executive + ISO 19510 Leader
- Módulo 03: Dirección y Gestión de Proyectos**
Curso de Doble Certificación OpenPM® (PjM) Executive + ISO 21502 Leader
- Módulo 04: Dirección y Gestión de Programas**
Curso de Doble Certificación OpenPM® (PjM) Executive + ISO 21503 Leader
- Módulo 05: Gestión de Servicios de Tecnología**
Curso de Doble Certificación FISMA Executive + ISO 2000 Leader
- Módulo 06: Gestión de Seguridad de la Información**
Curso de Doble Certificación CSI Executive + ISO 27000 Leader
- Módulo 07: Gestión de la Continuidad del Negocio**
Curso de Doble Certificación en CBCI Executive + ISO 22301 Leader
- Módulo 08: Gobierno de Información y Tecnología**
Curso de Doble Certificación COBIT 2019 Executive + ISO 38500 Leader
- Módulo 09: Gobierno del Dato**
Curso de Doble Certificación DAMA Executive + ISO 38505 Leader
- Módulo 10: Gobierno Corporativo**
Curso de Doble Certificación COSO Executive + ISO 37000 Leader

MISIÓN
Nuestra misión consiste en instituir una nueva clase directiva capaz de liderar con éxito las oportunidades que nos brinda la era digital.

FORMACIÓN BUSINESS CLASS

- ✓ Formación experiencial y participativa en remoto y en directo para una mayor comodidad del alumno.
- ✓ Cursos de cuatro sesiones en formato tardes de martes y jueves o formato viernes tardes y sábados mañanas.
- ✓ Máximo doce alumnos por convocatoria para una mayor interacción y participación de experiencias y anécdotas.
- ✓ Cursos de Doble Certificación convalidables por asignaturas del Master en Gobierno, Dirección, Gestión y Ejecución de Portfolios, Programas y Proyectos MasterPPM®.

Escuela de Gobierno eGov®
admisiones@escueladegobierno.es
<https://escueladegobierno.es>



Escuela de Gobierno eGov®
admisiones@escueladegobierno.es
<https://escueladegobierno.es>