

¿Se cumple la legislación sobre sociedad de la información?: Situación en las empresas murcianas

Do firms comply legislation on Information Society?

I. INTRODUCCIÓN

Internet desempeña un papel central en la Sociedad de la Información favoreciendo la comunicación e información electrónica en todos los niveles de la sociedad (Administración, Empresas, y Ciudadanos). Un aspecto muy importante desde el punto de vista empresarial es la oportunidad que ofrece este medio para realizar comercio electrónico. La Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE, 2005) estima para 2004, a partir de las declaraciones de los compradores, en algo más de 1.800 millones de euros las ventas a consumidores a través de Internet (B2C-Business to Consumer) (Gráfico 1). Las cifras de comercio electrónico entre empresas B2B (Business to Business) son casi el triple. Según el INE (2004a) ascendieron a más de 4.100 millones de euros en 2003.

Aunque las cifras son importantes, todavía existe cierta desconfianza. Según el estudio sobre el Comercio Electrónico B2C (AECE, 2004) la principal razón esgrimida por los consumidores para no comprar por Internet es la desconfianza en el sistema de pago (19,9%), siendo el miedo a dar los datos personales (14,2%) la tercera razón. También son importantes los problemas de seguridad y la recepción de comunicaciones comerciales no deseadas, según la "Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en viviendas" realizada por el INE (2004b), un 62% de los usuarios de Internet se quejan de la recepción de correos electrónicos no solicitados o deseados. Ante esta situación, los gobiernos están decididos a proteger los intereses de los destinatarios de servicios de la sociedad de la información a través del desarrollo de leyes que ofrezcan las garantías sufi-



Angel Meroño Cerdán'
Departamento de
Organización de Empresas
y Finanzas
Universidad de Murcia



angelmer@um.es

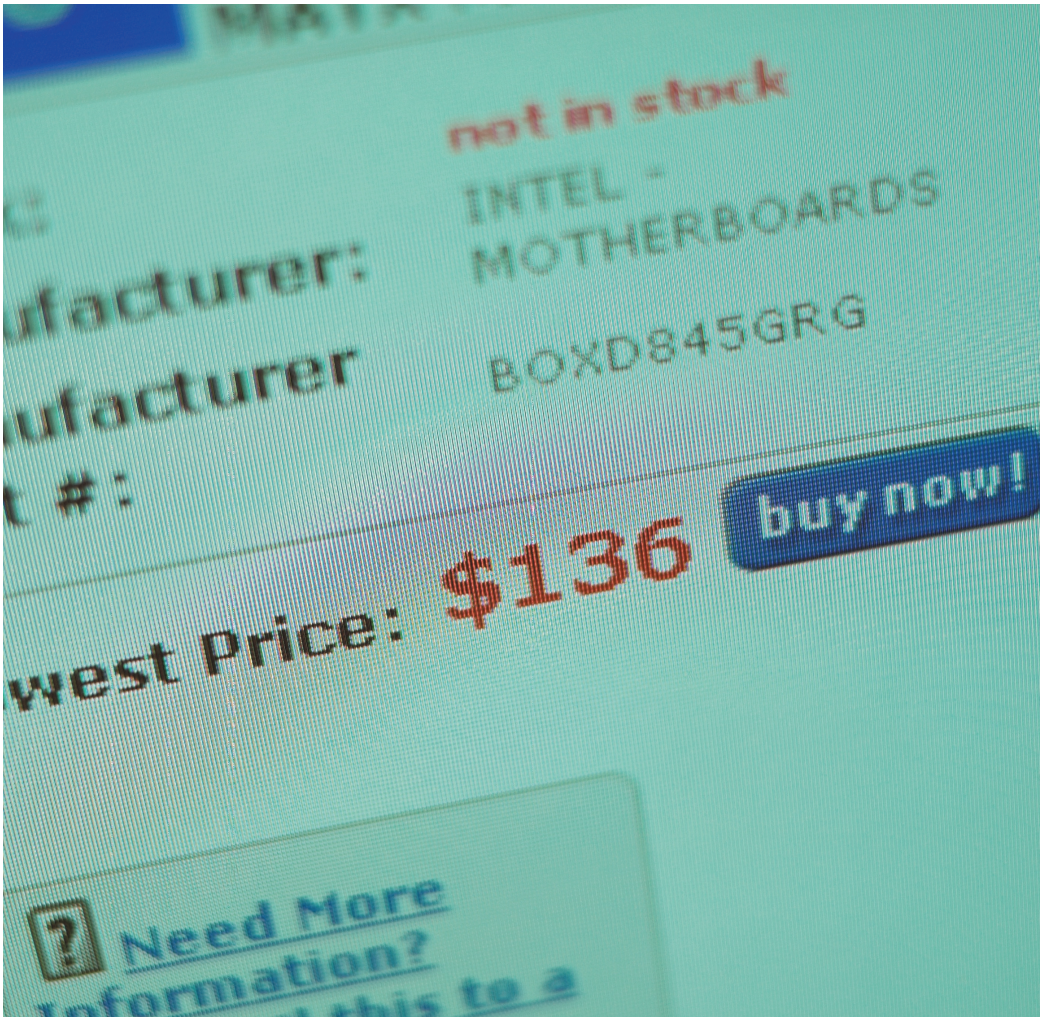


Pedro Soto Acosta
Departamento de
Organización de Empresas
y Finanzas
Universidad de Murcia



psoto@um.es

CÓDIGOS JEL:
M140, M190, O380



RESUMEN DEL ARTÍCULO

Con el fin de aumentar la confianza de usuarios y compradores electrónicos se está desarrollando un marco regulador protagonizado por la LSSI y la LOPD. Este trabajo analiza el cumplimiento de estas leyes en materia de la información que debe presentarse en el sitio web empresarial. Sólo un 10,5% y un 14,8% de las empresas del sector servicios murcianas cumplen todos los requisitos de la LSSI y la LOPD, respectivamente. Estos resultados ponen de manifiesto el desconocimiento de estas leyes.

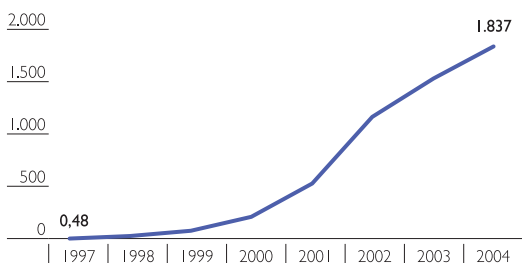
EXECUTIVE SUMMARY

The growing figures of e-commerce counter to the buyers' lack of confidence. To protect the general interest a regulating frame led by the LSSI and the LOPD is being developed. This study investigates the firms' compliance with these laws regarding the requirements that have to be presented on the corporate Web site. The results indicate that only 10.5% and 14.8% of the companies comply with all the requirements of the LSSI and the LOPD, respectively.

Gráfico I

El comercio electrónico en España

■ Evolución en millones de euros.



Fuente: AECE-FECEMD

cientes a la hora de navegar y comprar por Internet. La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI) (BOE nº 166 de 12-7-2002) tiene como objetivo establecer un marco jurídico adecuado que genere en todos los actores intervinientes la confianza necesaria para el empleo de este medio.

La relativa sencillez con la que es posible obtener datos de carácter personal en Internet así como su uso ilegítimo ha hecho saltar las alarmas. La proliferación del “spam” (envío de correos electrónicos no solicitados) es la consecuencia principal de la incorrecta gestión de datos. Recientemente se está produciendo el fenómeno conocido como “phishing” o capacidad de duplicar una página web para hacer creer al visitante que se encuentra en la página original en lugar de en la copiada. Normalmente se utiliza con fines delictivos duplicando páginas web de bancos conocidos y enviando indiscriminadamente correos para que se acceda a esta página a actualizar los datos de acceso al banco.

La protección de los datos de carácter personal que pueda tener una empresa en sus ficheros para que no sean utilizados inadecuadamente se regula con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) (BOE nº 298 de 14-12-1999). En el caso de las empresas que tienen una presencia en Internet, esta ley será aplicable en aquellas que soliciten datos personales como consecuencia de operaciones de comercio electrónico y/o comunicaciones comerciales.

A pesar de la existencia de esta legislación sobre comercio electrónico y la protección de datos de carácter personal poco se conoce acerca de su cumplimiento por parte de las empresas. Determinados estudios realizados por consultoras especializadas en protección de datos sitúan el porcentaje de empresas que cumplen en su web todos los requisitos de la LOPD en España en el 10% (Helas Consultores, 2004). Otro estudio es el realizado por Penteo (2004) a responsables de departamentos de tecnologías de la información, un 53% de las empresas encuestadas afirma cumplir la LOPD, sin embargo, muchas de ellas realizan prácticas no acordes con la ley. Por último, destacar el informe de Netydea (2004) derivado del análisis de la información suministrada por 105 tiendas online españolas encontrando también ciertos incumplimientos de la LSSI. Por tanto, dada la importancia que tiene el cumplimiento de estas leyes para generar la confianza necesaria que garantice el futuro del comer-

A pesar de la existencia de legislación sobre comercio electrónico y protección de datos se conoce poco acerca de su cumplimiento por las empresas

cio electrónico y el derecho a la intimidad, este trabajo se plantea como objetivo profundizar en el conocimiento sobre el cumplimiento de la LSSI y la LOPD por parte de las empresas que operan en Internet y a las cuales les es de aplicación una o ambas leyes. Para dar respuesta a esta cuestión seguidamente se recogen las principales características y ámbitos de aplicación de las leyes consideradas y, finalmente, se ponen de manifiesto los resultados obtenidos en un estudio empírico diseñado para tal fin.

PALABRAS CLAVE

LSSI, LOPD, sitios web, Internet

KEY WORDS

LSSI, LOPD, Web sites, Internet

2. LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE COMERCIO ELECTRÓNICO (LSSI)

La LSSI pretende regular los servicios de la sociedad de la información. Es decir, todo servicio que se presta, normalmente, de forma remunerada por vía electrónica y a petición del usuario del servicio. La propia LSSI contiene una lista, a modo de ejemplo, en la que se establecen como servicios de la sociedad de la información la contratación de bienes o servicios por vía electrónica; la organización y gestión de subastas por medios electrónicos; la gestión de compras en la red por grupos de personas; el envío de comunicaciones comerciales; el suministro de información por vía telemática; el vídeo bajo demanda.

En la tabla 1 se muestran los requisitos informativos que deben cumplir las empresas prestadoras de servicios de la sociedad de la información según se ha establecido en la LSSI y en sus sucesivas modificaciones, en especial la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (BOE nº 264 de 4-11-2003).

3. LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL (LOPD)

La Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de Regulación del Tratamiento Automatizado de los Datos de Carácter Personal (LORTAD) (BOE nº 262 de 31-10-1992), destaca por haber sido la primera ley en España que limitara el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos. En la actualidad desde diciembre de 1999 este hecho está regulado por la LOPD cuyo objeto es garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad.

En este trabajo se pretende conocer el grado de cumplimiento de la LOPD en lo concerniente a la recogida de información personal por Internet. Es decir, datos obtenidos a través de la venta de productos y/o servicios, el registro para la recepción de comunicaciones comerciales, boletines informativos, etc. La tabla 2 expone los requisitos de informa-

Tabla I. Información obligatoria según la LSSI

GENERALES
<ul style="list-style-type: none">- Constancia registral del nombre del dominio- Denominación social, domicilio y dirección de correo electrónico- Datos de inscripción en el Registro Mercantil- Información profesional en actividades reguladas por Colegios profesionales- El número de identificación fiscal (NIF)- Información sobre precio del producto o servicio, indicando si incluye impuestos y, en su caso, los gastos de envío- Códigos de conducta a los que se encuentre adheridos
COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS
<ul style="list-style-type: none">- Consentimiento expreso del destinatario o, al menos, existencia de relación contractual previa- Las comunicaciones electrónicas deben identificarse claramente como tales, así como la persona o entidad que realiza el envío- Deben ofrecer al usuario la posibilidad de darse de baja
CONTRATOS ELECTRÓNICOS
<ul style="list-style-type: none">- El prestador deberá suministrar a su cliente toda la información necesaria para que pueda prestar un consentimiento informado- Cuando el procedimiento de contratación haya terminado deberá enviar un acuse de recibo- Si los contratos deben ir seguidos del cumplimiento de requisitos formales, seguirán siendo exigibles para que el contrato sea plenamente válido o eficaz

Fuente: Elaboración propia.



ción durante la recogida de datos. Adicionalmente, la LOPD establece ciertos requisitos posteriores a la recogida de datos personales relativos al tratamiento y conservación de los datos, básicamente consistentes con la adopción de medidas de índole técnica y organizativa necesarias que garanticen la seguridad de los datos.

4. RESULTADOS

4.1. Selección de la muestra

Las empresas sujetas a la LSSI son las que prestan servicios en la red, por tanto, deben contar con un sitio web. Al mismo tiempo cuando en el sitio web se recojan datos personales se estará sujeto a la LOPD. Por tanto, la población objeto de estudio son las empresas con sitio web. Además se ha pretendido que cuenten con una dimensión mínima determinada por tener al menos 10 empleados. Finalmente, nos hemos centrado en empresas del sector servicios (grupos CNAE 50 a 74) por encontrarse más dirigidas a los consumidores. Para la selección de la muestra se recurrió a un directorio de empresas murcianas gestionado por el Instituto de Fomento de la Región de Murcia que incluía un campo con información url. La muestra definitiva ascendió a 179 empresas. Atendiendo al directorio de empresas del INE para 2004, el número

ro de empresas murcianas de más de 10 empleados pertenecientes al sector servicios es de 2.213. Estimando un porcentaje de empresas de las citadas características con sitio web de 36,6% (INE, 2004a; Aetic y DMR, 2004) el error muestral asciende a $\pm 6,47\%$ para un margen de confianza del 95% y $p=q=0,5$.

Tabla 2. **Información obligatoria durante la recogida de datos según la LOPD**

- Existencia de un fichero de datos de carácter personal, finalidad de la recogida de datos y destinatarios de la información
- Carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas.
- Consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos
- Posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición
- Identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Resultados cumplimiento de la LSSI

Para evaluar el cumplimiento de la LSSI, en primer lugar se debe determinar las empresas que están sujetas por ser prestadoras de servicios a través de Internet. La venta por Internet es un concepto que no resulta fácil de operativizar. Con una perspectiva amplia se puede considerar que el sitio web se dirige a la venta cuando facilita información sobre sus productos y un mecanismo para contactar con la empresa y transmitir el pedido. La tabla 3 muestra el número de empresas que venden a través de Internet atendiendo a tres modalidades (e-mail/teléfono, formulario, carrito de compra), existiendo la posibilidad de que algunas empresas ofrezcan más de un medio de venta de los considerados. Así, de las 179 empresas consideradas, 33 (18,4%) venden a través de la red por al menos un mecanismo. Teniendo en cuenta que la valoración del cumplimiento de la legislación debe hacerse a las empresas con un claro propósito de generar ingresos a través del sitio web, se ha optado por un criterio más restrictivo. El criterio elegido es el de permitir el pago de la compra. Informes tan prestigiosos como “El comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago” realizado por la CMT emplean este criterio, aunque aún más restrictivo, para medir la evolución del comercio electrónico en nuestro país.

Las modalidades de pago consideradas son: pago electrónico, pago por transferencia y pago contra reembolso. De las 33 empresas que venden a través de su sitio web, 19 (57,6%) permiten realizar algún pago de los citados anteriormente. En la tabla 3 se puede observar como tienen una presencia similar algo por encima del 40%. Según el estudio de Netydea (2004) el 80% de las tiendas ofrece a los clientes la posibilidad de pagar mediante tarjeta. El 42% de las tiendas españolas on line permite el pago mediante contra reembolso, el 37% da la posibilidad de efectuar el pago mediante transferencia bancaria y el 3% de

De las empresas analizadas que permiten el pago en su web, sólo un 10,5% cumple los requisitos establecidos por la LSSI

tiendas incluye la opción de pagar mediante domiciliación bancaria. Así, se ve el retraso en el empleo de tarjetas de las empresas analizadas, aunque es necesario aclarar que en el estudio de Netydea se analizaban 105 tiendas online entre las más conocidas de nuestro país.

De las 19 empresas que permiten el pago en su web solo 2, un 10,5%, cumplen los requisitos establecidos por la LSSI, es decir, el 89,49% no lo hace. Por conceptos, atendiendo a los requisitos de información general, la tabla 4 muestra que el 15,8 de los sitios web no contienen información referente a datos de contacto de la empresa. Esta infracción es considerada por la LSSI como grave con multas desde 30.000 € hasta 150.000 €. El 57,9% no ofrece información sobre el NIF y 73,7% no muestra información acerca del Registro Mercantil en el que se encuentra inscrito. Estas infracciones son consideradas como leves con multas hasta 30.000 €. Así, se puede advertir el importante incumplimiento en la información referido a la empresa en lo que se refiere a la identificación fiscal y mercantil. Por lo que se deduce un desconocimiento de la normativa, centrándose la información ofrecida en aspectos lógicos.

Más evidente es el incumplimiento en la información referida al proceso de compra. Un 26,3% de los sitios no informan sobre el procedimiento de compra, mismo porcentaje para las que no informa sobre la inclusión de impuestos en el precio de venta. Estas infracciones son consideradas como graves. Estos datos sitúan las empresas analizadas por debajo de la muestra empleada por Netydea (2004) donde el 91% informan correctamente del precio y de las condiciones de compra.

4.3. Resultados cumplimiento de la LOPD

El ámbito de aplicación de la LOPD, para aquellas empresas con una presencia en Internet, será aquellas empresas que soliciten datos personales a usuarios como consecuencia de operaciones de comercio electrónico y/o comunicaciones comerciales. Se han analizado los sitios web para detectar la existencia de algún mecanismo específico de

Tabla 3. Modalidades de venta y pago

MODALIDAD DE VENTA	NÚMERO	% (1)
E-mail/teléfono	23	69,7
Formulario	21	63,6
Carrito de compra	10	30,3
Alguna modalidad venta	33	100

MODALIDAD DE PAGO	NÚMERO	% (1)
Pago contra-reembolso	14	42,4
Pago por transferencia	14	42,4
Pago electrónico	15	45,5
Alguna modalidad pago	19	57,6

(*) Porcentaje sobre empresas que venden por Internet. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. **Cumplimiento de la LSSI en los sitios web que permiten pago**

INFORMACIÓN GENERAL	NO (%)	INFORMACIÓN PROCESO DE COMPRA	NO (%)
Dirección postal	15,8	Procedimiento de compra	26,3
E-mail	15,8	Impuestos aplicables	26,3
Teléfono	15,8	Gastos de envío	42,1
NIF	57,9	Plazos de entrega	59,9
Registro Mercantil	73,7		

Fuente: Elaboración propia.

recogida de información por la existencia de registros previo del usuario para participar en foros, recibir boletines o realizar operaciones de comercio electrónico. El objetivo es contrastar si informan a los usuarios del cumplimiento de la legalidad vigente en materia de protección de datos. La tabla 5 refleja que de las 179 empresas del estudio, 27 poseen algún mecanismo específico de recogida de información. De estas sólo 1,7% de las empresas dispone de foro, siendo en todos los casos necesario registrarse para participar. Algo más elevado es el porcentaje de empresas que teóricamente elaboran un boletín de noticias que mandan a quienes previamente lo hayan solicitado. No obstante, normalmente el registro tiene como finalidad la realización de operaciones comerciales, bien la compra directa, bien la solicitud de presupuestos, información o consulta de precios. En algunos de los casos se permite la ulterior entrada del usuario para consultar sus operaciones. Combinando todas las posibilidades, se obtiene que un 15,1% de las empresas analizadas cuentan con al menos un mecanismo de registro. De las 27 empresas analizadas solo 4, un 14,81%, cumplen los requisitos establecidos por la LOPD (tabla 6), cifra similar a la obtenida por Helas Consultores (2004). El 31,8% de los sitios web analizados no contienen política de privacidad donde se detalle cómo respeta esa empresa la confidencialidad de los datos de sus usuarios, y cómo protege la seguridad de esa información. Un 36,4% de las compañías no informan de la existencia de un fichero de datos de carácter personal, siendo algo más las que no explican la finalidad de ese fichero (45,5%), como exige la ley. Más de la mitad (68,2%) no identifican el responsable de la gestión del fichero, y el 45,5% de las empresas no especifica los derechos del titular de los datos, ni la dirección donde ejercitar esos derechos (40,9%).

5. CONCLUSIONES

Las crecientes cifras de comercio electrónico tropiezan con la falta de confianza de los compradores. Los fenómenos de correos no deseados (spam) y los intentos para conseguir las claves personales para suplan-

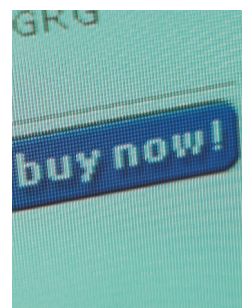


Tabla 5. **Tipo de registro**

TIPO DE REGISTRO	NÚMERO	(%)
Foros	3	1,7
Boletín	12	6,7
Comercio electrónico	23	12,8
Algún registro	27	15,1

Fuente: Elaboración propia.

tar al titular (phishing) agravan la sensación de desprotección de los medios electrónicos. Para ordenar las transacciones comerciales en la red, proteger los datos de carácter personal y el derecho a la intimidad de las personas, en España, se está desarrollando un marco regulador específico. La LSSI y la LOPD son piezas esenciales en la generación de la confianza.

Aunque las empresas son las principales bene-

ficiarias del cumplimiento de las leyes, sin embargo, existen evidencias de su incumplimiento, supuestamente debido a su desconocimiento. La Agencia de Protección de Datos ha comenzado a imponer las primeras sanciones por incumplimiento de la LOPD y, a tenor de los resultados, todo indica que las sanciones van a ir creciendo.

El objetivo de este trabajo ha sido evaluar el cumplimiento de los requisitos informativos que deben estar presentes en el sitio web empresarial. El diagnóstico es útil para fijar el desconocimiento de las leyes identificando los aspectos más descuidados. Además, a diferencia de los escasos estudios similares que se fijaban en poblaciones muy concretas, este estudio analiza una muestra de sitios web de empresas del sector servicios de más de 10 empleados. Aunque son empresas murcianas, por encontrarse en una situación próxima a la media pensamos que los resultados son, en gran medida, extrapolables al conjunto nacional.

La LSSI se aplica a las empresas prestadoras de servicios en la red, la primera cuestión es determinar las empresas de la muestra sujetas a esta ley. Examinando la presencia de mecanismos para realizar pedidos, 18,4% de las empresas dirigían su sitio web a la venta. Puesto que algunas modalidades de venta pueden ser muy genéricas se decidió acudir a la posibilidad de pagar para determinar las empresas sujetas a la ley. Sólo un 57,6% de las que venden cuentan con un mecanismo de pago. En general, puede decirse que las empresas analizadas cuentan con un retraso tecnológico a este respecto, el pago electrónico no está presente en la medida que cabría esperar según las preferencias de los consumidores. Identificadas las empresas sujetas a la LSSI, sólo un 10,5% cumplen con todos los requisitos. Por tanto, un número considerable de empresas está sujeto a sanciones, muchas de ellas de carácter grave. Examinando los requisitos incumplidos da la impresión que obedece más bien al desconocimiento de la ley, puesto que las informaciones presentes en el sitio web son las que a priori parecen más lógicas. Sin embargo, el cumplimiento de la ley no sólo evitaría sanciones, sino que alcanzaría su fin principal que es ofrecer toda la información necesaria eliminando cualquier incertidumbre, además de ofrecer

una imagen más profesional de la empresa prestadora de servicios.

En lo referente al cumplimiento de la LOPD, los principales mecanismos de recogida de información personal de un sitio web proceden de los registros para alguno de estos fines: participar en foros, suscribirse a boletines o facilitar los datos para operaciones comerciales. De las empresas de la muestra, 15,1% disponían de algún mecanismo de recogida de información, por tanto, estarían sujetas a la ley. Sólo 14,8% de ellas cumplen todos los requisitos. Por los resultados alcanzados, de las empresas sujetas, un 36% no conoce la ley puesto que ni siquiera informa de la existencia de un fichero con los datos personales. Entre las que sí informan, no todas cumplen con el resto de requisitos. Por tanto, aun cumpliendo la ley no lo hacen completamente, siendo escaso el esfuerzo que deberían realizar para ofrecer una información completa.

Tabla 7. **Cumplimiento de la LOPD en los sitios web con mecanismos de registro**

REQUISITOS DE INFORMACIÓN	NO
Política de privacidad	31,8
Existencia de un fichero	36,4
Finalidad del fichero	45,5
Identificación responsable del fichero	68,2
Derechos del titular de los datos	45,5
Dirección donde ejercitar los derechos	40,9

Fuente: Elaboración propia.

BIBLIOGRAFÍA

AECE (2005): "Estudio sobre Comercio Electrónico B2C", Aece-Fecemd.

Aetic y DMR Consulting (2004): "Las tecnologías de la sociedad de la información de la empresa española 2003".

CMT (varios años): "El comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago", Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Helas Consultores (2004): "La aventura de viajar por la Red", Helas Consultores y AECE.

INE (2004a): "Encuesta sobre uso de Tecnologías de la Información y de la Comunicación y del Comercio Electrónico en la empresa".

INE (2004b): "Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en viviendas".

Netydea (2004): "Tiendas españolas on line".

Penteo (2004): "Estudio sobre el cumplimiento de la LOPD y de la LSSI", Grupo Penteo y Landewell-PWC.

Notas

Autor de contacto: Universidad de Murcia, Departamento de Organización de Empresas y Finanzas, Facultad de Economía y Empresa, 30100 Campus de Espinardo, Murcia (España)

