

10 recomendaciones legales para campañas de marketing digital

El 70% de las empresas españolas desconoce el marco legal de la publicidad online

- *El 65% de los usuarios en internet admite que la publicidad online influye en su proceso de compra*
- *La inversión publicitaria en medios digitales creció más de un 20% el último año, sin embargo sólo 3 de cada 10 empresas se reúne con su departamento legal antes de realizar una campaña de marketing digital*

Madrid, 24 de mayo de 2016.- En el último año la inversión publicitaria en medios digitales ha crecido más de un 20% (1) y el 65% de los usuarios de internet reconoce que en su proceso de compra ha influido la publicidad online. Con estos datos el marketing digital se convierte en una de las mejores herramientas de venta, sin embargo, el 70% de las empresas españolas desconoce el marco legal de la publicidad online, lo que puede generar daño económico y reputacional a las empresas.

Conscientes de este desconocimiento, **acens** (www.acens.com), empresa del grupo Telefónica y proveedor de servicios de **Cloud Hosting**, Hosting, Housing y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial, ofrece junto con el despacho especializado en temas digitales **Santiago Mediano Abogados** las diez recomendaciones a tener en cuenta sobre los aspectos legales del marketing online.



Vídeo: Entrevista de acens.tv a Juan Carrasco (Santiago Mediano Abogados)

“En el entorno digital no todo vale, a la hora de desarrollar este tipo de actividades hay un marco normativo que hay que respetar”, indica Juan Carrasco de Santiago Mediano Abogados. “La principal consecuencia de no conocer las implicaciones legales puede ser económica”, comenta este experto, añadiendo que “no hay que perder de vista el daño reputacional”.

Uno de los métodos que genera más quejas es el spam (comunicaciones no deseadas y masivas), como indica Gustavo San Felipe (Responsable del área de Seguridad corporativa, Calidad y Procesos en acens) “*Es importante tener una política de privacidad clara a la hora de recoger datos, indicar al cliente qué comunicaciones recibirá y siempre facilitarle la baja*”. Cumplir estas pautas genera satisfacción y seguridad en los clientes, especialmente si la empresa recibe la **certificación AENOR 27001** referente al Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI).

Las nuevas formas de publicidad se basan cada vez más en la combinación de datos; datos de compra, datos de consumo digital y datos de comportamiento físico de una persona. Lo normal en breve será pasar cerca de un restaurante o una tienda y automáticamente recibir una alerta en el móvil con la información sobre un producto que has buscado en Internet y está disponible en esa tienda. ¿Y qué pasa por ejemplo con estos datos que se recogen y su seguridad? acens y Juan Carrasco dan las claves para realizar acciones de publicidad online con mayor seguridad:

1. **Existen mensajes comerciales prohibidos o restringidos:** el contexto y forma en que se utiliza el lenguaje o una imagen pueden ser denigratorios o lesivos de derechos de terceros, e incluso constituir un supuesto de publicidad ilícita. “*La publicidad de productos dirigidos a adultos tiene unas restricciones horarias y determinados medios donde no se puede realizar*”, señala Carrasco.
2. **Utiliza vídeos o imágenes con los correspondientes derechos:** en la medida en que se usa una imagen o un vídeo has de disponer no sólo de los derechos, sino tener en cuenta las restricciones de uso de esas imágenes y vídeos para los distintos medios o canales en los que se van a usar.
3. **Hay sectores de actividad con normativa específica:** entre otros, el sanitario, farmacéutico, seguros, financiero o telecomunicaciones, en los que hay que tener presentes requisitos adicionales.
4. **Identifica qué es publicidad:** al desarrollar una acción promocional en una red social debe advertirse o identificarse de una manera clara que estamos ante un mensaje comercial. En **Twitter** por ejemplo se puede generar un hashtag seguido de la palabra publicidad o publi, mientras que en **Facebook** es mejor utilizar el espacio habilitado para ello o los perfiles de la empresa y en las creatividades utilizar una palabra como publi que lo deje claro.
5. **Conoce el tipo de keywords que puedes utilizar:** en la publicidad patrocinada debemos saber qué palabras clave se pueden utilizar en los motores de búsquedas. También es importante saber qué puedo hacer cuando los competidores usan keywords coincidentes con mis marcas.
6. **Informa al usuario sobre el uso que se hará de sus datos:** al recoger datos de carácter personal se debe informar previamente del uso de los mismos y obtener el consentimiento explícito del usuario.
7. **Da la opción de darse de baja de las comunicaciones:** el uso de herramientas como el Email Marketing por ejemplo nos ofrece interesantes ventajas sobre otros sistemas tradicionales de marketing, pero la opción de darse de baja debe estar siempre visible en el **emailing**.
8. **Analiza las implicaciones legales antes de realizar cualquier publicidad online:** lo esencial es conocer el medio o los canales que se van a utilizar, las

campañas promocionales, analizar las implicaciones legales y por último realizar un análisis del riesgo de cumplir o no ese marco legal, y trabajar en coordinación entre el departamento de marketing y legal.

9. **Sanciones económicas y daño reputacional:** la principal consecuencia de desconocer las implicaciones legales de realizar publicidad online es una posible una sanción económica, además del posible daño en la imagen de la compañía.
10. **El responsable de una comunicación en una red social es el anunciante:** hay un marco legal que cumplir en cada país y además el medio donde se realiza la comunicación puede tener una normativa y restricciones específicas que deben ser respetadas por el anunciante.

Puedes encontrar más información sobre Cloud Hosting, Internet y Tecnología en el [blog](#) de acens. También puedes suscribirte a nuestro boletín de noticias [aceNews](#) o seguirnos en twitter [@acens](#).

Acerca de acens

acens, empresa del grupo Telefónica, ofrece servicios de “Hosting”, “Housing” y Soluciones de Telecomunicaciones para el mercado empresarial, y es pionera en el desarrollo de las soluciones de Cloud Hosting más completas y competitivas del mercado. Desarrolla su actividad desde 1997 y ofrece sus servicios en España, Brasil, Perú y México. Además, posee dos Data Centers en España con más de 6.000 metros cuadrados, siendo una empresa líder en su sector de actividad. En la actualidad, la cartera de clientes supera los 45.000, con un amplio abanico de servicios contratados que comprenden desde el alojamiento de páginas web hasta soluciones de VPN (Red Privada Virtual) con “outsourcing” de servidores y aplicaciones y tránsitos de salida a Internet y soluciones de nube híbrida, públicas y privadas, para cubrir todas las necesidades tecnológicas y de negocio de las empresas.

acens gestiona 285.000 dominios y 100 millones de cuentas de correo de clientes. Aloja 106.000 webs en sus 6.500 servidores que ocupan 2 Petabytes de almacenamiento, y administra un caudal de salida a Internet superior a los 4 Gigabits a través de una red troncal multioperador con presencia en los puntos neutros (Espanix, Catnix...). acens Cloud Hosting ofrece a pequeñas y a grandes empresas modelos de trabajo más flexibles, seguros y eficaces, tanto en entornos de clouds privados como en públicos y mixtos.

Para más información:

Noizze Media para **acens**
Carmen Tapia / Ricardo Schell
ctapia@noizzemedia.com / ricardo.schell@noizzemedia.com
646 892 883 / 699 983 936

acens
Inma Castellanos
inma@acens.com