



Junta de Andalucía

Gestión de identidad y marca institucional

Aproximación general



Junta de Andalucía

ÍNDICE

1. Introducción.
2. La identidad e imagen institucional
3. Límites entre el uso indebido y el uso debido por parte de terceros.
4. Los dominios en Internet.
5. El riesgo reputacional
6. ¿Qué hacer?
7. Organismos públicos de referencia en la materia.



1. Introducción



1.1 ¿Por qué es relevante la identidad y la imagen institucional?

- Factor diferenciador
- Credibilidad
- Confianza
- Visibilidad
- Inmediatez
- Modernidad



1.2 ...y más aún en el mundo tecnológico en el que vivimos

- Principal canal de interacción con el ciudadano
- Sedes electrónicas
- Prestación de servicios
- Citas previas
- Redes sociales

Todo ello gira en torno al concepto de **reputación online** que se convierte en un valor a proteger por parte de la administración para agilizar todo tipo de trámite y brindar al ciudadano un servicio de calidad.



1.3 Nuevos entornos = Nuevas amenazas

- Pérdidas económicas
- Retrasos e indisponibilidad del servicio
- Suplantación de identidad institucional
- Impacto negativo en la reputación de la administración
- Usurpación de funciones o servicios públicos
- *Cybersquatting*
- (...)



2. La identidad e imagen institucional



2.1 Referencias legislativas

- Constitución española. Art. 18 (Derecho al honor) y, en relación a:
 - STC 139/1995, de 26 de septiembre: *“...En tanto que ello es así, la persona jurídica también puede ver lesionado su derecho al honor a través de la divulgación de hechos concernientes a su entidad, cuando la difame o la haga desmerecer en la consideración ajena”*
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia desleal
- Decreto 96/2017, de 27 de junio, por el que se regula la coordinación de la estrategia de imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía
- Decreto 218/2020, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y la Administración de la Junta de Andalucía



2.2 Conceptos

- **Identidad institucional:** Conjunto de información sobre la institución expuesta en diferentes medios y canales con el objetivo principal de conseguir una identificación diáfana y moderna de la Administración de la Junta de Andalucía, teniendo presente su actual estructura organizativa y su actividad administrativa, en el ejercicio de sus acciones, en la adecuada presencia en los medios y en los servicios que presta a la ciudadanía.
- Conforman elementos que inspiran a la ciudadanía los intereses, valores, o actitudes de la Administración hacia la sociedad en su conjunto.



2.3 Conceptos

- **Marca:** Podrán constituir marcas todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del producto o de su embalaje, o los sonidos, a condición de que tales signos sean apropiados para:
 - a) distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y
 - b) ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular.



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.



Junta de Andalucía

2.4 Conceptos

- **Imagen institucional:** Podemos asimilar el concepto a la denominada “reputación institucional”, es decir, la valoración que ostenta el ciudadano hacia los servicios públicos que realiza la Administración de la Junta de Andalucía.

Extrapolable, por supuesto, al plano digital.



2.5 ¿Qué queremos hacer ver?

- La gestión de la marca e identidad institucional de la Administración de la Junta de Andalucía es:
 - Un **valor a proteger** con fundamento legal para poder articular su protección
 - Implica un **uso adecuado** de la misma por parte de los empleados de la Administración
 - Y, su vez, una serie de **buenas prácticas y deber de diligencia** en monitorizar aquellos usos indebidos por parte de terceros en el uso de tal identidad y/o marca.



3. Límites entre el uso indebido y el uso debido por parte de terceros.



3.1 En cuanto al uso de la marca



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

- **Artículo 34. Sobre los derechos conferidos por la marca:**

- *“El registro de una marca conferirá a su titular un derecho exclusivo sobre la misma”*
- *“el titular de dicha marca registrada estará facultado para prohibir a cualquier tercero el uso, sin su consentimiento, en el tráfico económico, de cualquier signo en relación con productos o servicios, cuando:*
 - ❖ *El signo sea idéntico a la marca y se utilice para productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada.*
 - ❖ *El signo sea idéntico o similar a la marca y se utilice para productos o servicios idénticos o similares a los productos o servicios para los cuales esté registrada la marca, si existe un riesgo de confusión por parte del público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación entre el signo y la marca.*
 - ❖ *(....)*



3.2 En cuanto a la práctica desleal

Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

- **Se reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe.....por ejemplo:**
- **Art. 5. Actos de engaño:**
 - *“Se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico (...).”*
- **Art. 6. Actos de confusión:**
 - *“Se considera desleal todo comportamiento que resulte idóneo para crear confusión con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajenos. El riesgo de asociación por parte de los consumidores respecto de la procedencia de la prestación es suficiente para fundamentar la deslealtad de una práctica”*



3.3 Reflejo en el aviso legal de la web de la Junta de Andalucía

- Aunque este apartado se refiera más a la propiedad intelectual de los textos contenidos en los Portales web de la Junta, podemos apreciar una reseña a la identidad institucional:
 - **Obligaciones** a cumplir por parte de terceros en el uso de los textos del Portal web
 - ❖ Reconocer explícitamente la fuente de información, incorporando la siguiente fórmula en un lugar visible: “Información obtenida del Portal de la Junta de Andalucía”.
 - ❖ Incluir la misma obligación de reconocimiento en los términos de licencia de cualquier producto derivado que haga uso de esta información.
 - ❖ No desnaturalizar el sentido de la información reproducida
 - ❖ Evitar cualquier rasgo de presentación que sugiera que la Junta de Andalucía apoya o promueve el uso que se hace de la información difundida. **En ningún caso está permitida la reproducción de logotipos, escudos, símbolos y marcas identificativas de la Junta de Andalucía sin autorización expresa de la institución.**



3.4 Supuesto práctico



Si tu vehículo necesita pasar la Inspección Técnica de Vehículos (ITV) en Andalucía, puedes pedir una cita previa en cualquier estación de ITV de la empresa Veiasa por internet. El proceso es sencillo y no te llevará más de cinco minutos. Aquí te explicamos cómo hacerlo.

En esta página...

1. Pedir cita previa ITV en Veiasa
 - 1.1. Instrucciones para obtener cita ITV en Veiasa
 - 1.2. Entra en la aplicación de citas ITV de Veiasa
 - 1.2.1. La matrícula
 - 1.2.2. Qué tipo de vehículo es y qué combustible utiliza
 - 1.2.3. Qué tipo de inspección
 - 1.2.4. ¿En qué estación de ITV?
 - 1.2.5. Fecha reserva de cita previa ITV VEiasa
 - 1.2.6. Confirmación de la reserva de cita y la tarifa

SI YA CONOCES EL MÉTODO Y NO NECESITAS UNA GUÍA ACCEDE AL SISTEMA DE CITAS en el botón inferior:



RECUERDA:

- Opciones de pago
 - **Obligatorio el pago con tarjeta si pagas en la estación de ITV.**
 - Nueva opción de [pago ITV online](#).
 - Opción de CARTA DE PAGO.
Ahora dan la opción de **pagar previamente la ITV en UNICAJA mediante carta de pago**, con dinero en efectivo en ventanilla o cajero, o con cargo en cuenta.
La carta de pago se obtiene una vez pidas cita previa.
En el proceso, elijes la opción «Carta de Pago».
Lo imprimes y vas a UNICAJA, como muy tarde 3 días antes de tu cita y pagas en ventanilla o en cajero.
No olvides el recibo del pago porque te lo pedirán al pasar la inspección.



3.5 Supuesto práctico

• Cuestiones clave:



En esta página...

- 1. Pedir cita previa ITV en Veiasa
 - 1.1. Instrucciones para obtener cita ITV en Veiasa
 - 1.2. Entra en la aplicación de citas ITV de Veiasa
 - 1.2.1. La matrícula
 - 1.2.2. Qué tipo de vehículo es y qué combustible utiliza
 - 1.2.3. Qué tipo de inspección
 - 1.2.4. ¿En qué estación de ITV?
 - 1.2.5. Fecha reserva de cita previa ITV VEIASA
 - 1.2.6. Confirmación de la reserva de cita y la tarifa

SI YA CONOCES EL MÉTODO Y NO NECESITAS UNA GUÍA ACCEDER AL SISTEMA DE CITAS en el botón inferior:



RECUERDA:

- Opciones de pago
 - **Obligatorio el pago con tarjeta si pagas en la estación de ITV.**
 - Nueva opción de [pago ITV online](#).
 - Opción de CARTA DE PAGO.

Ahora dan la opción de **pagar previamente la ITV en UNICAJA mediante carta de pago**, con dinero en efectivo en ventanilla o cajero, o con cargo en cuenta. La carta de pago se obtiene una vez pidas cita previa. En el proceso, elijas la opción «Carta de Pago». Lo imprimes y vas a UNICAJA, como muy tarde 3 días antes de tu cita y pagas en ventanilla o en cajero. No olvides el recibo del pago porque te lo pedirán al pasar la inspección.

- ¿Uso de marca indebido?
- ¿Lucro indebido por parte del “suplantador”?
- ¿Se muestra simplemente información al ciudadano o hay algo que va más allá?
- ¿Impacto a la reputación de la Administración?
- ¿Impacto para los ciudadanos?

❖ <https://itvcitaprevia.es/empresas/cita-itv-veiasa/>

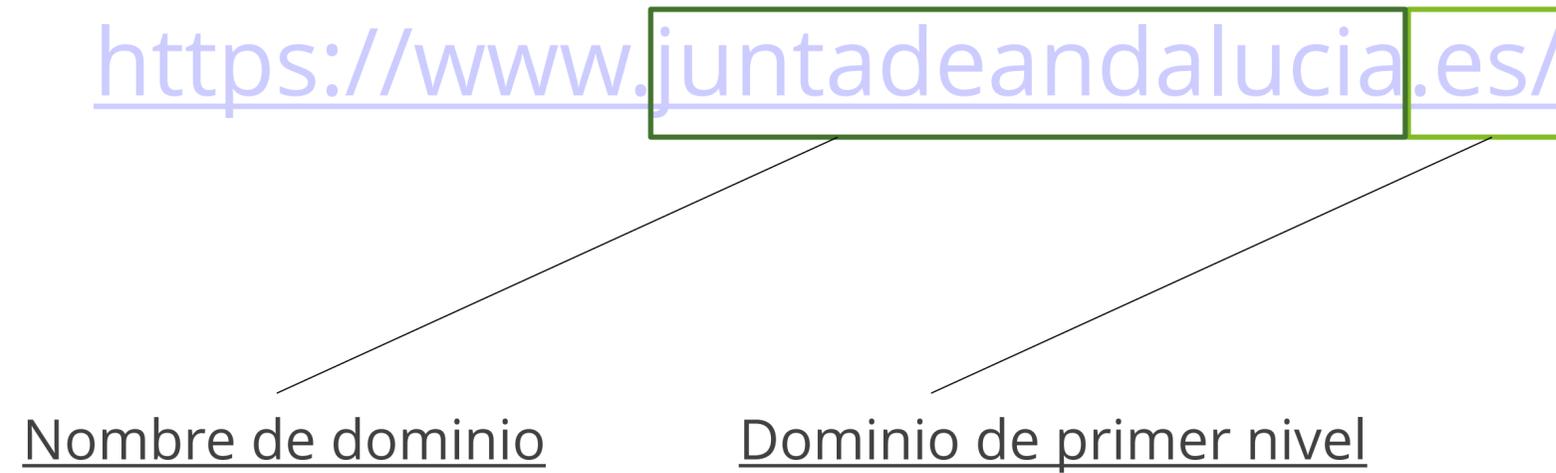
❖ <https://itvpedircita.com/itv-veiasa/>



4. Los dominios



4.1 Aproximación al concepto



4.2 Términos reservados



- Lista de términos reservados de órganos constitucionales, instituciones del estado y Casa Real:
<https://www.dominios.es/es/sobre-dominios/normativa/lista-terminos-reservados-organos-constitucionales-instituciones-casa-real>
- Lista de términos de carácter de reservados a una relación actualizada de nombres de dominio consistentes en topónimos que coincidan con la denominación oficial de Administraciones públicas territoriales.

https://www.dominios.es/sites/dominios/files/2023-03/toponimos_2022_0.pdf

4.3 Posibilidad de recuperación del dominio

- A pesar de las diferentes vías para proteger la identidad institucional, en este caso, refiriéndonos a dominios en Internet, existen supuestos que pueden llegarse a dar de intentos de confusión o suplantación de la identidad de la Administración en Internet. Para evitarlo, existen también **procedimientos extrajudiciales de recuperación del dominio**.
- Podrá hacer uso del Sistema de Resolución extrajudicial de conflictos (DRP) para nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España ".es", toda persona física o entidad con o sin personalidad jurídica que ostente alguno de los siguientes derechos previos:
 - (...)
 - **Denominaciones oficiales o generalmente reconocibles de Administraciones Públicas y organismos públicos españoles.**
 - Se deben acreditar los motivos por los que el registro del nombre de dominio ".es" es de carácter especulativo o abusivo*
 - <https://www.dominios.es/es/gestiona-tu-dominio/recupera-tu-dominio#procedimiento>



5. El riesgo reputacional



5.1 ¿En qué consiste?

- Valoración que hace la ciudadanía en general de la institución y sus servicios, concepto extrapolable, por supuesto, al mundo de las nuevas tecnologías e Internet.
- Un suceso que afecte a la identidad institucional y a la marca de la Administración supone un impacto en la reputación de la misma.
- Este tipo de sucesos y su impacto a la identidad de la Administración puede ser originada, asimismo, por un ataque a la seguridad informática o ciberataque.



5.2 Riesgo reputacional y técnicas de ingeniería social

Ejemplos de suplantación de identidad

EL PAÍS

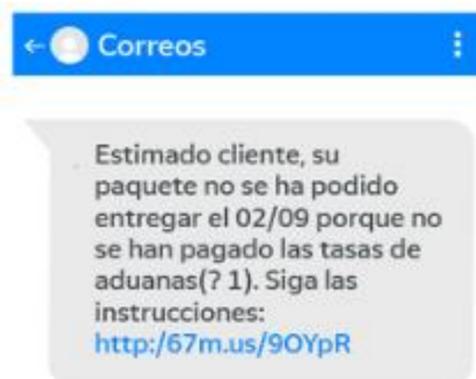
Lanzan un ataque de 'phishing' tras suplantar el dominio y la imagen de la CNMV

La CNMV advierte de un intento de fraude vía email tras detectar un envío masivo de comunicaciones donde utilizan su dominio y se suplanta su identidad

EL ESPAÑOL

¿Has recibido este SMS de Correos? Es una estafa

- Si lo recibes no pinches en el enlace ni des tus datos personales.



- ...y algunos más:

- Registro abusivo de nombres de dominio
- Denegación de servicio
- Fugas de información
- Difusión de información negativa o falsa
- Uso no debido de marca



6. ¿Qué hacer?



6.1 ¿Qué podemos hacer?

- Diferenciar dos líneas de actuación: Por un lado, la **prevención** o fase de investigación y, por otro, la fase de **monitorización** a posteriori.

PREVENCIÓN

- ❖ Definición de estrategia clara de **identidad corporativa**
 - ❖ Adopción de adecuadas políticas de posicionamiento en motores de búsqueda
 - ❖ Monitorización de posibles actores fraudulentos en los motores de búsqueda
- ❖ Construcción adecuada de políticas que refuercen la **identidad institucional** y marca en el plano Internet
 - ❖ Social media
 - ❖ Interacción con usuarios



6.2 ¿Qué podemos hacer ... mas?

- Diferenciar dos líneas de actuación: Por un lado, la **prevención** o fase de investigación y, por otro, la fase de **monitorización** a posteriori.

MONITORIZACIÓN

- ❖ Trazar un plan de **consulta interna** tras detectar un posible uso indebido por terceros y tener identificados los organismos a los que acudir
- ❖ Uso del canal de denuncias
- ❖ Notificación de incidentes
- ❖ Denuncia ante autoridad competente (incluso órgano judicial)
- ❖ Recuperación de nombre de dominio
- ❖ Monitorización de la **reputación online**



7. Organismos públicos de referencia en la materia



7.1 Referencias

Sin un referente claro en esta materia hasta el momento en la Junta de Andalucía

Detectada la necesidad por los órganos de gobierno de la seguridad, se quieren dar pasos a medio plazo.

Mientras tanto, si se produce alguna situación de potencial abuso de marca en el ámbito corporativo (Junta de Andalucía), **notifíquese como si se tratara de un incidente** por los canales habituales para ello.



- 1 Para notificar y recabar asesoramiento (en periodo transición: ahora mismo, canal contacto de ACERT / OASTIC)
- 2 Previa consulta con el DPD del organismo, si hubiera compromiso de datos personales
- 3 Si hubiera que presentar denuncia ante las FCSE (según guía Guía [JDA-GSTIC-2020-3001](#), sólo accesible desde RCJA)

7. Ruegos y Preguntas





Junta de Andalucía