GUÍA GRATIS · MUNDO IA

35 cosas legales que tu app necesita antes de lanzarla

Privacidad, términos, cookies, precios, promesas y licencias. Cada punto con qué es, por qué importa, qué hacer y cómo comprobarlo. Y un prompt para que tu agente de IA haga el trabajo.



Lucho Code

Cómo usar esta guía

1. Pega el prompt
Abre Claude Code o Codex en la carpeta de tu app y pega el prompt del final. Tu agente revisa los 35 puntos y arregla los que faltan.

2. Aprueba cada cambio
Tu agente trabaja por fases y espera tu “adelante”. Tú decides qué se cambia.

3. Marca las casillas
Usa esta guía para entender cada punto y marcar lo que ya está hecho.

Esto no es asesoría legal. Las leyes cambian de un país a otro y con el tiempo. Esta guía te dice qué revisar, no te garantiza que tu app cumpla la ley. Los puntos con la etiqueta **Para abogado** dependen del país: revísalos con un abogado antes de lanzar, sobre todo si cobras o guardas datos sensibles.

Los 35 puntos

Documentos legales

1. Política de privacidad
2. Términos de servicio
3. Casilla para aceptar la política y los términos
4. Registro de quién aceptó los términos
5. Política de reembolsos
6. Datos de contacto del negocio

Cookies y marketing

7. Banner de cookies
8. Rastreadores apagados hasta que el usuario acepte
9. Permiso aparte para el marketing
10. Darse de baja en cada correo de marketing

Datos personales

11. No pidas datos que no necesitas
12. Límites de cuánto tiempo guardas los datos
13. Ver y borrar sus datos
14. Permiso de los padres para datos de menores
15. No entrenes una IA con los datos de tus usuarios sin permiso

Proveedores

16. Revisa los SDK, la analítica y el rastreo de terceros
17. Acuerdos de procesamiento de datos
18. Lista de servicios que procesan los datos

Accesibilidad

19. Contraste de color
20. Texto alternativo en las imágenes
21. Navegación con teclado

Diseño justo y precios

22. Quita los patrones oscuros
23. Quita los contadores de tiempo falsos
24. Quita los cargos ocultos
25. Avisa de las renovaciones automáticas
26. Cancelar la suscripción es fácil

Promesas honestas

27. Quita lo que prometes y no puedes probar
28. Quita las reseñas falsas
29. Quita los sellos de seguridad falsos
30. Promete un tiempo en línea realista
31. No uses logos de clientes sin permiso
32. Marca el contenido hecho con IA

Propiedad intelectual

33. Verifica las licencias de imágenes, fuentes y código
34. Revisa lo que exigen las licencias de código abierto
35. Revisa si tienes que registrarte para el DMCA

PARTE 1

Documentos legales

01 Política de privacidad

PARA ABOGADO

Qué es. Una página que dice qué datos guarda tu app, para qué, con quién los compartes y cuánto tiempo los guardas.

Por qué importa. Apple y Google la piden para publicar casi cualquier app. Y es lo primero que busca un usuario que desconfía.

- [ ] Haz la lista de cada dato que pide tu app: registro, formularios, pagos, logs y analítica.
- [ ] Escribe la política solo con esa lista. No copies una plantilla que no describe tu app.
- [ ] Publícala en una página propia, por ejemplo /privacidad.
- [ ] Pon el enlace en el pie de página, en el registro y en la ficha de la tienda de apps.

Cómo comprobarlo. Abre /privacidad desde el pie de página. Cada dato de tu lista aparece en la política.

02 Términos de servicio

PARA ABOGADO

Qué es. Las reglas para usar tu app: qué puede hacer el usuario, qué no y qué pasa si las rompe.

Por qué importa. Te protegen cuando alguien abusa de tu app, no paga o te reclama algo que nunca prometiste.

- [ ] Incluye el servicio, la cuenta, el uso permitido y prohibido, los pagos y la cancelación.
- [ ] Incluye el contenido que suben los usuarios, los límites de responsabilidad y el contacto.
- [ ] Pon la fecha de la última actualización y un número de versión.
- [ ] Publícalos en /terminos, con enlace en el pie y en el registro.

Cómo comprobarlo. Abre /terminos desde el registro. Tiene fecha y versión.

03 Casilla para aceptar la política y los términos

Qué es. Una casilla en el registro que el usuario marca él mismo para aceptar las dos páginas.

Por qué importa. Una casilla ya marcada no cuenta como un sí. Sin casilla, no tienes cómo decir que el usuario aceptó.

- [ ] Agrega la casilla al registro, y al pago si lo hay.
- [ ] La casilla no viene marcada y tiene enlaces a /privacidad y /terminos.
- [ ] El botón no deja seguir sin la casilla, y el servidor también lo revisa.

Cómo comprobarlo. Intenta registrarte sin marcar la casilla. La app no te deja.

04 Registro de quién aceptó los términos

Qué es. Una tabla que guarda quién aceptó, cuándo y qué versión de los términos y de la política.

Por qué importa. Si un usuario te reclama, tienes la prueba de lo que aceptó.

- [ ] Crea una tabla con el usuario, la versión de los términos, la versión de la política y la fecha en UTC.
- [ ] Guarda la fila en el servidor en el momento de aceptar.
- [ ] Si cambias una versión, pide aceptar otra vez.
- [ ] Con Supabase: RLS activo, cada usuario lee solo sus filas y nadie las edita.

Cómo comprobarlo. Regístrate con una cuenta de prueba. Aparece una fila nueva con la versión y la hora.

05 Política de reembolsos

Qué es. Dice cuándo devuelves el dinero, en qué plazo y cómo se pide.

Por qué importa. Sin reglas claras, cada reclamo se vuelve una pelea. Y tu proveedor de pagos te puede bloquear por muchos contracargos.

- [ ] Escribe cuándo hay reembolso, el plazo, cómo se pide y cuánto tarda.
- [ ] Si vendes por App Store o Google Play, explica que el reembolso se pide en la tienda.
- [ ] Pon el enlace cerca del botón de pago.

Cómo comprobarlo. Desde la página de precios llegas a la política de reembolsos en un clic.

06 Datos de contacto del negocio

Qué es. El nombre de tu negocio, un correo que funciona y el país donde estás.

Por qué importa. En muchos países es obligatorio. Y un usuario confía más cuando sabe quién está detrás.

- [ ] Pon el nombre, el correo y el país en el pie de página y en la política de privacidad.
- [ ] Usa un correo que revisas de verdad.

Cómo comprobarlo. Manda un correo a ese contacto. Te llega.

PARTE 2

Cookies y marketing

07 Banner de cookies

PARA ABOGADO

Qué es. Un aviso que pregunta antes de usar cookies que no son necesarias para que la app funcione.

Por qué importa. En Europa y en otros países es obligatorio si usas analítica o anuncios.

- [ ] Muestra el banner en la primera visita.
- [ ] Pon “Aceptar”, “Rechazar” y “Configurar” igual de visibles.
- [ ] Separa las categorías: necesarias, analítica y marketing.
- [ ] Guarda la elección y pon un enlace en el pie para cambiarla.

Cómo comprobarlo. Abre la app en una ventana privada. Sale el banner, y “Rechazar” está a un clic.

08 Rastreadores apagados hasta que el usuario acepte

Qué es. La analítica, los píxeles de anuncios y los mapas de calor no cargan antes del sí.

Por qué importa. Un banner que no apaga nada es peor que no tener banner: dice una cosa y hace otra.

- [ ] Carga cada script de rastreo solo después de que el usuario acepta su categoría.
- [ ] Si rechaza, no cargan nunca.

Cómo comprobarlo. En una ventana privada, abre la pestaña Red del navegador. No hay solicitudes a esos servicios antes de aceptar.

09 Permiso aparte para el marketing

Qué es. Aceptar los términos no es aceptar tus correos de promociones. Es otra casilla.

Por qué importa. Mandar promociones sin permiso te puede traer multas, y tus correos terminan en spam.

- [ ] Agrega una casilla sin marcar, separada de la de los términos.
- [ ] Guarda la fecha y dónde se dio el permiso.

Cómo comprobarlo. Regístrate sin marcar esa casilla. No recibes promociones.

10 Darse de baja en cada correo de marketing

Qué es. Un enlace en cada correo de marketing que da de baja en un clic.

Por qué importa. Muchas leyes lo piden. Y si la gente no puede salir, marca tus correos como spam.

- [ ] Agrega el enlace de baja a cada correo de marketing.
- [ ] La baja funciona sin iniciar sesión.
- [ ] Los correos de la cuenta, como recibos y contraseñas, siguen llegando.

Cómo comprobarlo. Date de baja desde un correo de prueba. El siguiente correo de marketing no te llega.

PARTE 3

Datos personales

11 No pidas datos que no necesitas

Qué es. Cada campo de cada formulario tiene un uso real.

Por qué importa. Cada dato que guardas es un dato que se puede filtrar.

- [ ] Revisa cada formulario. Quita o vuelve opcional lo que no usas.
- [ ] No guardes datos de tarjetas: eso lo hace tu proveedor de pagos.
- [ ] Revisa que los logs no guarden contraseñas, tokens ni datos de más.

Cómo comprobarlo. Por cada campo puedes decir en una frase para qué lo usas.

12 Límites de cuánto tiempo guardas los datos

Qué es. Decides cuánto tiempo se guarda cada tipo de dato y qué pasa después.

Por qué importa. Guardar todo para siempre te da más riesgo y más trabajo cuando alguien pide sus datos.

- [ ] Haz una tabla: dato, tiempo y qué pasa al final (se borra o se anonimiza).
- [ ] Crea una tarea programada que lo haga sola. Con Supabase puede ser pg_cron.
- [ ] Antes de activarla, revisa qué borraría.

Cómo comprobarlo. Corre la tarea en modo de prueba. Solo marca los datos que ya pasaron su tiempo.

13 Ver y borrar sus datos

Qué es. El usuario puede descargar una copia de sus datos y borrar su cuenta.

Por qué importa. Muchas leyes de privacidad lo piden. Y es la forma más clara de decir “tus datos son tuyos”.

- [ ] Agrega “Descargar mis datos” y “Borrar mi cuenta” en la cuenta del usuario.
- [ ] El borrado llega a la base de datos, a los archivos subidos y a los proveedores.
- [ ] Explica qué datos se guardan por ley, como las facturas.
- [ ] Pon un correo para pedirlo.

Cómo comprobarlo. Borra una cuenta de prueba. Sus datos y sus archivos ya no están.

14 Permiso de los padres para datos de menores

PARA ABOGADO

Qué es. Si niños pueden usar tu app, necesitas el permiso de sus padres antes de guardar sus datos.

Por qué importa. Las reglas para menores son de las más estrictas, y las multas también.

- [ ] Si tu app no es para menores, dilo en los términos y en la política.
- [ ] Pide confirmar la edad en el registro.
- [ ] Si tu app es para menores, habla con un abogado antes de lanzar.

Cómo comprobarlo. El registro pide la edad, y los términos dicen para quién es la app.

15 No entrenes una IA con los datos de tus usuarios sin permiso

Qué es. Ni tú ni tus proveedores de IA usan los datos de tus usuarios para entrenar modelos sin su permiso.

Por qué importa. Tus usuarios te dan sus datos para usar tu app, no para entrenar una IA.

- [ ] Haz la lista de qué datos van a cada proveedor de IA.
- [ ] Revisa en el panel de cada proveedor si entrena con tus datos, y desactívalo si se puede.
- [ ] Dilo en la política de privacidad.

Cómo comprobarlo. Cada proveedor de IA de tu lista tiene una nota: entrena o no entrena, y dónde lo revisaste.

PARTE 4

Proveedores

16 Revisa los SDK, la analítica y el rastreo de terceros

Qué es. La lista de cada herramienta de otra empresa que recibe datos desde tu app.

Por qué importa. Lo que hace un SDK dentro de tu app es tu responsabilidad. Y la IA a veces instala cosas que no pediste.

- [ ] Busca en las dependencias, en los scripts y en las etiquetas de tu app.
- [ ] Anota qué datos recibe cada uno.
- [ ] Quita los que no usas.

Cómo comprobarlo. Cada servicio que aparece en la pestaña Red del navegador está en tu lista.

17 Acuerdos de procesamiento de datos

PARA ABOGADO

Qué es. Un contrato con cada proveedor que toca los datos de tus usuarios. En inglés se llama DPA.

Por qué importa. Dice qué puede y qué no puede hacer el proveedor con esos datos.

- [ ] Haz la lista de proveedores que tocan datos: hosting, base de datos, correo, pagos e IA.
- [ ] Busca el DPA en la web de cada uno. Muchos ya tienen uno listo para aceptar.
- [ ] Anota si está aceptado, firmado o pendiente.

Cómo comprobarlo. Cada proveedor de tu lista tiene el link a su DPA y su estado.

18 Lista de servicios que procesan los datos

Qué es. Una lista pública de las empresas que tocan los datos de tus usuarios. También se llaman subprocesadores.

Por qué importa. Tus clientes, sobre todo los negocios, te la van a pedir.

- [ ] Publica una página o una sección en la política: proveedor, para qué y en qué país guarda los datos.
- [ ] Actualízala cuando cambies de proveedor.

Cómo comprobarlo. La lista pública coincide con tu lista de proveedores.

PARTE 5

Accesibilidad

19 Contraste de color

Qué es. El texto se lee bien sobre su fondo.

Por qué importa. Un texto gris claro sobre blanco no lo lee nadie al sol, y menos una persona con baja visión.

- [ ] Revisa los colores de tu tema.
- [ ] El texto normal necesita un contraste de 4.5 a 1 con su fondo. El texto grande, 3 a 1.
- [ ] Corrige los colores que no llegan.

Cómo comprobarlo. Pasa tus colores por un medidor de contraste. Todos llegan al mínimo.

20 Texto alternativo en las imágenes

Qué es. Una descripción corta de cada imagen para quien usa un lector de pantalla.

Por qué importa. Sin ella, una persona ciega no sabe qué muestra tu app. Y Google tampoco.

- [ ] Cada imagen con contenido lleva un alt que dice qué muestra.
- [ ] Las imágenes decorativas llevan alt vacío.
- [ ] Los botones que solo tienen un ícono llevan aria-label.

Cómo comprobarlo. Activa el lector de pantalla de tu teléfono y recorre una página. Cada imagen tiene sentido.

21 Navegación con teclado

Qué es. Toda la app se usa con Tab, Enter y Escape, sin mouse.

Por qué importa. Mucha gente navega con el teclado. Si tu botón de pagar no recibe el foco, no te pueden pagar.

- [ ] Con Tab se llega a todo, en un orden lógico.
- [ ] El foco se ve en cada elemento.
- [ ] Escape cierra los modales y el foco nunca queda atrapado.

Cómo comprobarlo. Desconecta el mouse. Regístrate y paga solo con el teclado.

PARTE 6

Diseño justo y precios

22 Quita los patrones oscuros

Qué es. Trucos que empujan al usuario a algo que no quería.

Por qué importa. Ganas una venta hoy y pierdes al cliente mañana. Y varias leyes de consumo ya los prohíben.

- [ ] Busca casillas ya marcadas y botones de “no” escondidos o más pequeños.
- [ ] Busca textos que dan culpa y pasos de más para cancelar.
- [ ] Quítalos.

Cómo comprobarlo. Pídele a alguien que no conoce tu app que diga que no a todo. Lo logra sin trucos.

23 Quita los contadores de tiempo falsos

Qué es. Una oferta que “termina en 10 minutos” y vuelve a empezar al recargar.

Por qué importa. Es un engaño. Y el usuario que lo descubre no te vuelve a creer.

- [ ] Deja un contador solo si la fecha límite es real y la misma para todos.
- [ ] Si se reinicia, quítalo.

Cómo comprobarlo. Recarga la página. El contador no vuelve a empezar.

24 Quita los cargos ocultos

Qué es. El precio que ve el usuario al principio es el que paga al final.

Por qué importa. Un cargo sorpresa al final hace que la gente abandone la compra y te reclame.

- [ ] Muestra el precio total, con impuestos y comisiones, antes del pago.

Cómo comprobarlo. Haz una compra de prueba. El total no cambia entre la página de precios y el cobro.

25 Avisa de las renovaciones automáticas

Qué es. Antes de cobrar, dices cuánto, cada cuánto y cómo cancelar.

Por qué importa. Un cobro que el usuario no esperaba termina en reembolso, en contracargo o en una queja pública.

- [ ] Junto al botón de pago: el precio, la frecuencia, que se renueva solo y cómo cancelar.
- [ ] Si hay prueba gratis, di cuándo es el primer cobro.
- [ ] Repite lo mismo en el correo de confirmación.

Cómo comprobarlo. Lee la página de pago como cliente nuevo. Sabes cuándo y cuánto te van a cobrar.

26 Cancelar la suscripción es fácil

Qué es. Cancelar es tan fácil como suscribirse.

Por qué importa. Si cancelar es difícil, el usuario cancela con su banco y te llega un contracargo.

- [ ] Pon un botón de cancelar en la cuenta, a 2 clics o menos.
- [ ] Sin llamar ni escribir a soporte.
- [ ] Manda un correo que confirma la cancelación.

Cómo comprobarlo. Cancela una suscripción de prueba. Lo logras en 2 clics y te llega el correo.

PARTE 7

Promesas honestas

27 Quita lo que prometes y no puedes probar

Qué es. Frases como “la app número 1” o “ahorra 10 horas” necesitan pruebas.

Por qué importa. Una promesa sin prueba es publicidad engañosa.

- [ ] Busca en tus textos cifras, “el mejor”, “garantizado” y “100% seguro”.
- [ ] Deja solo lo que puedes probar.

Cómo comprobarlo. Por cada cifra de tu web tienes de dónde sale.

28 Quita las reseñas falsas

Qué es. Solo reseñas de clientes reales, con su permiso.

Por qué importa. Las reseñas inventadas son ilegales en muchos países. Y se notan.

- [ ] Deja solo reseñas reales, sin cambiar lo que dijo el cliente.
- [ ] Si todavía no tienes, quita la sección.

Cómo comprobarlo. Por cada reseña sabes quién la escribió.

29 Quita los sellos de seguridad falsos

Qué es. Sellos como SOC 2 o ISO 27001 solo van si tienes el certificado.

Por qué importa. Un sello falso puede romper contratos con tus clientes y traerte demandas.

- [ ] Quita cada sello o frase de “certificado” que no tienes de verdad.

Cómo comprobarlo. Por cada sello de tu web tienes el informe o el certificado.

30 Promete un tiempo en línea realista

Qué es. No prometas que tu app nunca se cae.

Por qué importa. Si prometes más de lo que promete tu hosting, vas a romper tu promesa.

- [ ] Revisa cuánto tiempo en línea promete tu hosting.
- [ ] Si no tienes un acuerdo de servicio con tus clientes, quita la cifra.

Cómo comprobarlo. Tu promesa es igual o menor que la de tu hosting.

31 No uses logos de clientes sin permiso

Qué es. La sección de “confían en nosotros” solo lleva logos con permiso.

Por qué importa. Un logo es una marca registrada. Usarlo sin permiso te puede traer un reclamo.

- [ ] Pide permiso por escrito a cada cliente.
- [ ] Quita los logos que no tienen permiso.

Cómo comprobarlo. Por cada logo tienes un correo o un mensaje con el permiso.

32 Marca el contenido hecho con IA

Qué es. Avisas cuando un texto, una imagen, un audio o un chat lo hace la IA.

Por qué importa. La gente confía más cuando sabe con qué está hablando. Y cada vez más leyes lo piden.

- [ ] Pon un aviso como “Hecho con IA” en lo que genera la IA.
- [ ] En un chat con IA, di “Estás hablando con un asistente de IA”.

Cómo comprobarlo. Cada parte de tu app que usa IA tiene su aviso visible.

PARTE 8

Propiedad intelectual

33 Verifica las licencias de imágenes, fuentes y código

Qué es. Cada recurso que usas tiene permiso para uso comercial.

Por qué importa. Una foto o una fuente sin licencia te puede costar más que tu app.

- [ ] Haz la lista de imágenes, fuentes, íconos y videos, con su origen y su licencia.
- [ ] Reemplaza los que no tienen licencia de uso comercial.

Cómo comprobarlo. Cada recurso de tu lista tiene su licencia anotada.

34 Revisa lo que exigen las licencias de código abierto

Qué es. Cada librería que usas tiene una licencia con reglas.

Por qué importa. Algunas licencias, como GPL o AGPL, te pueden obligar a publicar tu propio código.

- [ ] Haz la lista de licencias de tus dependencias.
- [ ] Marca las GPL y AGPL y revisa qué te piden.
- [ ] Si una licencia pide mostrar su aviso, crea una página o un archivo de avisos.

Cómo comprobarlo. Ninguna dependencia tiene una licencia que no revisaste.

35 Revisa si tienes que registrarte para el DMCA

PARA ABOGADO

Qué es. Si tus usuarios suben contenido y tienes usuarios en Estados Unidos, un agente registrado te protege de reclamos por copyright.

Por qué importa. Sin ese registro, puedes responder tú por lo que sube un usuario.

- [ ] Revisa si tus usuarios suben contenido.
- [ ] Pregúntale a un abogado si necesitas registrar un agente en la Oficina de Copyright de Estados Unidos.
- [ ] Crea una página para reportar contenido.

Cómo comprobarlo. Hay una página para reportar contenido, y sabes si necesitas el registro.

EL PROMPT

Dale esto a tu agente

Abre Claude Code o Codex en la carpeta de tu app. Copia todo el prompt y pégalo. También lo puedes descargar en .txt desde mundoia.dev/recursos/requisitos-legales-app.

```
Eres mi agente para preparar el lanzamiento de mi app. Vas a revisar mi proyecto contra 35 puntos
legales, de privacidad y de confianza, y vas a arreglar los que falten. No sé de leyes: explícame todo en
palabras simples.

# Reglas
- Trabaja por fases. Al final de cada fase, para y espera mi "adelante".
- No inventes datos de mi negocio: nombre, país, dirección, correo, precios, proveedores, cifras, reseñas
ni cómo uso los datos. Si te falta un dato, escribe [PENDIENTE: qué falta] y pregúntamelo.
- No borres datos, no cambies producción, no cambies la configuración de mis proveedores y no hagas
deploy sin mi permiso. Lo que se hace en el panel de un proveedor, me lo explicas paso a paso y lo hago
yo.
- No toques partes de la app que no tienen que ver con estos 35 puntos.
- Si encuentras una clave o una contraseña, dime el archivo y la línea. Nunca me muestres su valor.
- Esto no es asesoría legal. Marca con "Para abogado" lo que dependa de la ley de un país o deba revisar
un profesional. Nunca digas que mi app "cumple la ley".
- No digas "listo" sin probarlo. Si no pudiste probar algo, dilo.

# Fase 1: Conoce mi app
1. Lee el proyecto: el stack, las páginas, los formularios, el login, la base de datos, los pagos, los
correos, la analítica, los SDK, la IA y las subidas de archivos.
2. Hazme estas preguntas. Salta las que ya puedas responder con el código.
   1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio, en qué país está y cuál es tu correo de contacto?
   2. ¿En qué países están tus usuarios?
   3. ¿Tus clientes son personas, empresas o los dos?
   4. ¿Cobras? Dime los planes, los precios, si hay prueba gratis, si se renueva solo y si haces
reembolsos.
   5. ¿Pueden usar tu app menores de 18 años? ¿Y menores de 13?
   6. ¿Mandas correos de marketing? ¿Con qué servicio?
   7. ¿Usas IA? ¿Con qué proveedor?
   8. ¿Tus usuarios suben fotos, videos, textos u otros archivos?
   9. ¿Tu web muestra reseñas, logos de clientes, cifras, sellos de seguridad o un porcentaje de tiempo
en línea?
   10. ¿Cuánto tiempo quieres guardar los datos de una cuenta que ya no se usa?
3. Espera mis respuestas.

# Fase 2: Inventario de datos
1. Haz una tabla con cada dato personal que maneja la app: dato | dónde se pide (archivo) | para qué |
dónde se guarda | qué proveedor lo recibe | cuánto tiempo se guarda | ¿es sensible?
2. Haz una tabla de proveedores y SDK: proveedor | qué datos recibe | dónde lo encontraste (archivo) |
¿carga antes de que el usuario acepte? | link a su acuerdo de datos (DPA) y a su lista de
subprocesadores.
3. Busca los links solo en la web oficial de cada proveedor. Si no puedes navegar, escribe [PENDIENTE].
4. Marca qué viste en el código y qué te dije yo.
5. Para y espera mi "adelante". Las fases 3, 4 y 5 usan este inventario.

# Fase 3: Revisa los 35 puntos
1. Revisa cada punto con los criterios de abajo.
2. Dame una tabla: número | punto | resultado | evidencia (archivo y línea) | qué falta.
   Resultado: Cumple, No cumple, No aplica o Pregúntame. En "No aplica", dime por qué.
3. Dame mi puntaje: cuántos cumple de los que sí aplican.
4. Dame la lista "Para abogado" y la lista "Lo haces tú" (lo que se hace fuera del código).
5. Para y espera mi "adelante".

# Fase 4: Arregla un punto a la vez
Sigue este orden: 1 a 6, 11 a 15, 16 a 18, 7 a 10, 22 a 26, 27 a 32, 19 a 21, 33 a 35.
Para cada punto que no cumple:
1. Dime en una frase qué puede pasar si no lo arreglo.
2. Muéstrame el plan: los archivos, el cambio exacto y qué otra parte de la app puede tocar.
```

```
3. Espera mi "adelante".
4. Haz el cambio más pequeño que lo resuelve. Usa el stack y los componentes que ya tiene el proyecto.
5. Pruébalo: corre las pruebas y el build, y revisa la página en el navegador si puedes.
6. Dime qué cambiaste, en qué archivos y qué probaste.
Para los textos legales (política, términos, reembolsos):
- Escríbelos en el idioma de mis usuarios, con palabras simples.
- Usa solo lo que está en el inventario de la fase 2. Nada copiado de una plantilla que no describa mi
app.
- Pon la fecha de "Última actualización" y un número de versión.
- Deja [PENDIENTE] donde falte un dato y marca "Para abogado" lo que dependa de un país.

# Fase 5: Revisión final
1. Revisa los 35 puntos otra vez y dame la tabla nueva con el puntaje.
2. Dime qué probaste y el resultado, y qué no pudiste verificar.
3. Dame las listas finales: [PENDIENTE], "Para abogado" y "Lo haces tú".

# Los 35 puntos: qué cuenta como "Cumple"

## Documentos legales
1. Política de privacidad. Una página pública, por ejemplo /privacidad. Hay un enlace en el pie de
página, en el registro y en la ficha de la tienda de apps. Dice: quién es el responsable y cómo
contactarlo, qué datos se recogen, para qué, con quién se comparten, si salen del país, cuánto tiempo se
guardan, qué derechos tiene el usuario y cómo pedirlos, las cookies, los menores y la fecha de la última
actualización. Todo sale del inventario.
2. Términos de servicio. Una página pública, por ejemplo /terminos, con enlace en el pie y en el
registro. Dice: qué es el servicio, la cuenta, el uso permitido y prohibido, los pagos y la renovación
(si cobro), cómo cancelar, el contenido que sube el usuario, la propiedad intelectual, los límites de
responsabilidad, cuándo se cierra una cuenta, la ley que aplica ("Para abogado"), cómo cambian los
términos, el contacto, la fecha y la versión.
3. Casilla para aceptar la política y los términos. En el registro, y en el pago si lo hay. No viene
marcada. Tiene enlaces a las dos páginas. El botón no deja seguir sin marcarla, y el servidor también lo
revisa.
4. Registro de quién aceptó. Una tabla en la base de datos: usuario, versión de los términos, versión de
la política, fecha y hora en UTC, y dónde aceptó. Se guarda en el servidor en el momento de aceptar. Si
cambia una versión, la app pide aceptar otra vez. El usuario solo puede leer sus filas y nadie puede
editarlas. Con Supabase: RLS activo, con políticas para eso y un índice en la columna del usuario.
5. Política de reembolsos. Una página o una sección de los términos: cuándo hay reembolso, el plazo, cómo
se pide y cuánto tarda. Si vendo por App Store o Google Play, explica que el reembolso se pide en la
tienda. Si no cobro, No aplica.
6. Datos de contacto del negocio. El nombre del negocio, un correo que funciona y el país, en el pie de
página y en la política. Si falta un dato, [PENDIENTE].

## Cookies y marketing
7. Banner de cookies. Sale en la primera visita. "Aceptar", "Rechazar" y "Configurar" se ven igual de
fáciles. Hay categorías: necesarias (siempre activas), analítica y marketing. La app guarda la elección,
y el usuario la puede cambiar después con un enlace en el pie. Si la app solo usa cookies necesarias,
dímelo: quizás basta un aviso.
8. Rastreadores apagados hasta que el usuario acepta. La analítica, los píxeles de anuncios y los mapas
de calor no cargan ni ponen cookies antes de que el usuario acepte su categoría. Si rechaza, no cargan
nunca. Prueba: abre la app en una ventana privada, mira la pestaña Red y confirma que no hay solicitudes
a esos servicios antes de aceptar.
9. Permiso aparte para el marketing. Una casilla sin marcar, separada de la de los términos. La app
guarda la fecha y dónde se dio el permiso. Sin esa casilla, el usuario no recibe promociones.
10. Darse de baja en cada correo de marketing. Cada correo de marketing tiene un enlace que da de baja en
un clic, sin iniciar sesión. La baja también queda en el servicio de correo. Los correos de la cuenta
(contraseña, recibos) siguen llegando.

## Datos personales
11. No pide datos que no necesita. Cada campo de cada formulario tiene un uso real. Quita o vuelve
opcional el resto. La app no guarda datos completos de tarjetas: eso lo hace el proveedor de pagos. Los
logs no guardan contraseñas, tokens ni datos personales de más.
12. Límites de cuánto tiempo se guardan los datos. Una tabla: dato | tiempo | qué pasa al final (se borra
o se anonimiza). Una tarea programada lo hace sola. Con Supabase puede ser pg_cron o una función
programada. Antes de activarla, muéstrame qué borraría, sin borrar nada.
13. Ver y borrar sus datos. En la cuenta hay "Descargar mis datos" (un archivo JSON) y "Borrar mi
cuenta", con confirmación. El borrado llega a la base de datos, a los archivos subidos y a los
proveedores. Si un dato se debe guardar, como una factura, la app lo explica. También hay un correo para
pedirlo.
14. Permiso de los padres para datos de menores. Si la app no es para menores, los términos y la política
lo dicen, y el registro pide confirmar la edad. Si la app es para menores, márcalo "Para abogado" y no
implementes nada sin mi decisión.
```

```
15. Nadie entrena una IA con los datos de los usuarios sin permiso. Lista qué datos van a cada proveedor de IA. Dime cómo desactivar el entrenamiento en el panel de cada uno, y lo hago yo. La política de privacidad lo dice. Si yo quiero usar datos para entrenar, la app pide un permiso aparte.

## Proveedores
16. Revisa los SDK, la analítica y el rastreo de terceros. Busca en las dependencias, en los scripts del layout y en las etiquetas. Lista qué datos recibe cada uno. Marca los que no se usan para quitarlos.
17. Acuerdos de procesamiento de datos (DPA). Por cada proveedor que toca datos de usuarios: el link a su DPA y el estado (aceptado, firmado o pendiente). Tú no los firmas: me dices dónde los acepto yo.
18. Lista pública de los servicios que procesan los datos. Una página o una sección de la política: proveedor | para qué | país donde guarda los datos.

## Accesibilidad
19. Contraste de color. El texto normal tiene un contraste de 4.5 a 1 o más con su fondo. El texto grande, los íconos y los bordes de los campos tienen 3 a 1 o más (WCAG 2.2, nivel AA). Revisa los colores del tema y corrige los que no llegan.
20. Texto alternativo. Cada imagen con contenido tiene un alt que dice qué muestra. Las imágenes decorativas tienen alt vacío. Los botones que solo tienen un ícono tienen aria-label.
21. Navegación con teclado. Con Tab se llega a todo, en un orden lógico. El foco se ve. Enter y Espacio activan botones y enlaces. Escape cierra los modales. El foco nunca queda atrapado. Todo lo que se puede hacer clic es un botón o un enlace de verdad.

## Diseño justo y precios
22. Sin patrones oscuros. Busca casillas ya marcadas, botones de "no" escondidos o más pequeños, textos que dan culpa, pasos de más para cancelar y cosas que se agregan al carrito sin pedirlas. Quítalos.
23. Sin contadores de tiempo falsos. Un contador solo se queda si la fecha límite es real y la misma para todos. Si se reinicia al recargar la página, quítalo.
24. Sin cargos ocultos. El precio total, con impuestos y comisiones, se ve antes de pagar.
25. Aviso de las renovaciones automáticas. Junto al botón de pago: el precio, cada cuánto se cobra, que se renueva solo, cuándo es el primer cobro después de la prueba gratis y cómo cancelar. El correo de confirmación dice lo mismo.
26. Cancelar la suscripción es fácil. Un botón en la cuenta, a 2 clics o menos, sin llamar ni escribir a soporte. Con Stripe puede ser el portal de clientes. Llega un correo que confirma la cancelación.

## Promesas honestas
27. Sin promesas que no puedo probar. Busca en los textos cifras, "el mejor", "número 1", "garantizado" y "100% seguro". Dame la lista: yo te doy la prueba o lo quitamos.
28. Sin reseñas falsas. Solo reseñas de clientes reales, con su permiso y sin cambiar lo que dijeron. Si no tengo reseñas, quita la sección. Nunca escribas reseñas.
29. Sin sellos falsos. Quita "SOC 2", "ISO 27001", "HIPAA" o "cumple GDPR" si no tengo el certificado o el informe de un auditor.
30. Tiempo en línea realista. No prometas más tiempo en línea que el que promete mi hosting. Si no tengo un acuerdo de servicio (SLA), quita la cifra.
31. Logos de clientes solo con permiso. Lista cada logo de cliente o de "confían en nosotros". Yo te confirmo cuáles tienen permiso por escrito. Los demás se quitan.
32. Contenido hecho con IA marcado. Si la app genera textos, imágenes o audio con IA, se ve un aviso como "Hecho con IA". Si hay un chat con IA, dice "Estás hablando con un asistente de IA".

## Propiedad intelectual
33. Licencias de imágenes, fuentes y código. Lista cada imagen, fuente, ícono y video: de dónde salió y su licencia. Marca los que no tienen licencia de uso comercial, para reemplazarlos.
34. Lo que exigen las licencias de código abierto. Lista la licencia de cada dependencia a partir del archivo de dependencias y del lockfile. Marca las GPL y AGPL. Si una licencia pide mostrar su aviso, crea un archivo o una página de avisos.
35. Registro para el DMCA. Si mis usuarios suben contenido y tengo usuarios en Estados Unidos, márcalo "Para abogado". Explícame el registro de un agente en la Oficina de Copyright de Estados Unidos y crea una página para reportar contenido.

Empieza por la fase 1.
```



Te enseño a crear aplicaciones para venderle a negocios

Aprende el proceso completo en la comunidad Mundo IA.

Entra a Mundo IA →