



Preguntas genéricas sobre el Reglamento General de Protección de Datos



1. ¿Cuándo exactamente entra en vigor el RGPD?

El RGPD lleva en vigor desde el 25 de mayo de 2016. Su aplicación efectiva se producirá a partir del 25 de mayo de 2018.

2. ¿Existe un periodo de transición?

En realidad, ya nos encontramos en la fase de transición. Es por ello que los vendedores online deben adoptar ya mismo las medidas necesarias para cumplir con el RGPD y estar bien preparados para cuando pase a ser efectivo el 25 de mayo.

3. ¿Cambian las cuestiones básicas del Reglamento de Protección de Datos en comparación con la actualidad?

No, los principios básicos que ya establece la legislación europea sobre protección de datos mediante la directiva 95/46/CE se mantienen también con el nuevo RGPD. Estos son, por ejemplo, el principio del almacenamiento minimizado de datos o el de la finalidad. Además, se introducen nuevos principios, como la filosofía de la protección de datos por defecto («privacy by default») y la protección de datos desde el diseño técnico («privacy by design»).

4. Para los vendedores online, ¿cuáles son los cambios concretos?

Un cambio fundamental supone el deber de rendir cuentas: las empresas estarán obligadas a demostrar su cumplimiento del RGPD. Esto se traduce en un refuerzo de las obligaciones de documentación y demostración: se hace necesario mantener un registro de actividades de procesamiento, realizar valoraciones del impacto de la protección de datos y documentar los incidentes relativos a la protección de datos.

Además, los riesgos en caso de incumplimiento de las provisiones relativas a la protección de datos se ven claramente incrementados: las infracciones pueden generar multas de hasta 20 millones de euros o de hasta un 4 % del volumen de ventas anual internacional alcanzado.

Además, hay otras modificaciones:

- ▶ las obligaciones sobre información a las personas afectadas (como la declaración de protección de datos) son más amplias,
- ▶ han de tenerse en cuenta el derecho de portabilidad de los datos y los plazos para el procesamiento de las solicitudes para el ejercicio de los derechos de las personas afectadas,
- ▶ el uso de cookies y herramientas publicitarias podrá justificarse en el futuro con un sopesamiento de intereses, a menos que se regule de otro modo en el próximo reglamento sobre privacidad electrónica,
- ▶ los contratos con proveedores encargados del tratamiento deben cumplir requisitos más estrictos.



5. ¿Qué cambios tiene que introducir el vendedor online?

Tiene que introducir los cambios siguientes:

- ▶ Los procesos en los que se trate con datos personales deben documentarse en un registro de las actividades de tratamiento.
- ▶ Debe actualizar la declaración de protección de datos.
- ▶ Las declaraciones de consentimiento que hasta ahora cumplían con el derecho francés siguen estando vigentes siempre y cuando cumplan con los estrictos requisitos de voluntariedad. Si no es así, deben modificarse.
- ▶ Deben examinarse los contratos de encargados del tratamiento y, en caso necesario, modificarse.
- ▶ Deben llevarse a cabo evaluaciones de impacto sobre la protección de datos si el responsable realiza procesamientos de datos que implican un gran riesgo para los derechos y las libertades de los afectados.
- ▶ Deben adaptarse los procesos internos para garantizar los derechos a la información, la rectificación, la eliminación, la oposición, así como el nuevo derecho de portabilidad de los datos. En este sentido, las solicitudes de las personas afectadas deben procesarse como norma general en el plazo de un mes.
- ▶ Debe introducirse un plan de reacción ante cualquier incumplimiento relativo a los datos para poner en conocimiento el incidente ante la autoridad supervisora en un plazo de 72 horas.

6. Mi tienda online cuenta con el sello de calidad de Trusted Shops, ¿cumple así desde ya los criterios del RGPD?

No, para otorgar el sello de calidad no se evalúan todos los requisitos del RGPD. Por ejemplo, la auditoría para lograr el sello de calidad no incluye la comprobación de la documentación interna, como sería, por ejemplo, el registro de las actividades de tratamiento.

7. ¿Se me retirará mi sello de calidad si la tienda online no cumple con los cambios necesarios en la fecha límite?

El sello de calidad no se retira de forma automática. No obstante, te recomendamos que prepares los cambios previamente para poder realizar las adaptaciones necesarias directamente en tu tienda para la fecha límite.

Ten en cuenta que incluso después de completar correctamente tu certificación por parte de Trusted Shops, debes adaptar siempre tu tienda a las condiciones legales actuales y a los criterios de calidad de TS.

8. ¿Necesita ahora la tienda online contar con un delegado de protección de datos?

Según el art. 37, párr. 1 let. c del RGPD, los vendedores online deben nombrar un delegado de protección de datos si su actividad principal consiste en operaciones de tratamiento que, requieran una observación habitual y sistemática de interesados a gran escala, o si procesan categorías especiales de datos personales a gran escala.



9. ¿Qué tiene que tener en cuenta un vendedor online en relación con sus proveedores (herramienta de envío de newsletters, software de la tienda, proveedores de pago, herramientas de rastreo...)?

Los proveedores deben ofrecer garantías razonables de que el cumplimiento de los requisitos del RGPD está garantizado mediante las medidas técnicas y organizativas adecuadas.

Cuando des con el proveedor adecuado, debes cerrar con él un contrato de encargado del tratamiento, que debe cumplir con los requisitos contenidos en el art. 28, párr. 3 del RGPD.

10. ¿Qué preguntas tiene que hacer a su proveedor el vendedor online?

Tienes que saber si el proveedor ofrece garantías razonables del cumplimiento de los requisitos del RGPD. Que cuente con una certificación de privacidad es un indicativo importante de que el proveedor cumple con los requisitos del RGPD.

Además, debes asegurarte de firmar con el proveedor un contrato de encargado del tratamiento que cumpla con la información obligatoria requerida por el art. 28, párr. 3 del RGPD. Por ejemplo, en el contrato de encargado del tratamiento debe establecerse si es posible subcontratar a empresas y en qué condiciones.

Otro punto importante es la transferencia de datos personales a países de fuera de la UE: ¿los datos permanecen en la UE o se trasladan a uno o varios estados terceros? Si hay una transferencia de datos internacional, debes comprobar si existen garantías que aseguren un nivel de protección de datos adecuado.

11. ¿Cómo comprueba una tienda online si su declaración de protección de datos es suficiente?

En primer lugar, necesitas un inventario del procesamiento de datos que se realiza actualmente en tu tienda online (herramientas de rastreo, newsletters, examen de solvencia y transferencia de datos a terceros). La declaración de protección de datos debe informar sobre estos procesamientos de datos. Debe darse la siguiente información obligatoria sobre tales procesamientos:

- ▶ Nombre e información de contacto de la persona responsable y, en su caso, del delegado empresarial para protección de datos
- ▶ Base jurídica contemplada
- ▶ Intereses legítimos de la persona responsable
- ▶ Receptores de los datos o categorías de los receptores de los datos
- ▶ Información sobre la transferencia de datos a países terceros
- ▶ Plazos de eliminación o los criterios para su establecimiento
- ▶ Información sobre los derechos de acceso, rectificación, bloqueo, eliminación, oposición y portabilidad de los datos
- ▶ Derecho de apelación ante las autoridades de supervisión
- ▶ Una indicación sobre el derecho de desistimiento en cualquier momento de posibles consentimientos otorgados
- ▶ La existencia de un derecho de apelación frente a una autoridad de supervisión



- ▶ En la toma de decisiones automatizada, incluidos los perfiles, la lógica involucrada y el alcance y el impacto del procesamiento
- ▶ Si los datos no se obtienen de la persona interesada (proceden, por ejemplo, de una fuente pública), indicar la fuente de los datos.

12. ¿No están permitidos los análisis crediticios?

Los análisis crediticios están permitidos si se cumplen determinados requisitos. Los elementos relevantes para los vendedores online son los siguientes: el análisis crediticio puede producirse con el consentimiento expreso de las personas afectadas o si el análisis crediticio es necesaria para la conclusión o ejecución de un contrato.

13. ¿Cómo parece que se van a aplicar las multas en el futuro?

El art. 83 del RGPD prevé unas multas significativamente superiores a las anteriores. Para determinadas infracciones se contemplan multas de hasta 20 millones de euros o de un 4 % del volumen de ventas anual de una empresa. Es difícil anticipar en qué medida las autoridades de supervisión llevarán a la práctica tal capacidad. No obstante, cabe esperar un claro incremento de las multas por infracciones de protección de datos.

14. ¿Tienen los niños unos derechos de protección de datos específicos?

Los niños requieren una protección especial, por lo que el RGPD contempla regulaciones especiales para ellos. En este sentido, el procesamiento de los datos personales de niños menores de 16 años solo es legal si y en la medida en que dicho consentimiento sea otorgado por el titular de la responsabilidad parental del niño o con su consentimiento.



Preguntas sobre el Reglamento General de Protección de Datos y los productos de Trusted Shops



1. ¿Debe también Trusted Shops adaptarse con relación a la protección de datos? Y, si es así, ¿cómo exactamente?

Como todas las empresas europeas, también Trusted Shops está trabajando para implementar los requisitos del RGPD en su propia actividad. Además de la modificación del directorio de procesamiento y de otra documentación, se está procediendo también a la adaptación de las declaraciones de protección de datos de las páginas web propias y a la actualización de la formación de los propios trabajadores para afrontar el RGPD.

2. ¿Ofrece Trusted Shops un contrato de encargados del tratamiento?

Con la entrada del RGPD y de conformidad con los cambios correspondientes de los requisitos legales, Trusted Shops ofrecerá cerrar un contrato de encargado del tratamiento con las tiendas online que utilicen productos de Trusted Shops.

En este momento estamos trabajando en la creación de un borrador estándar que pondremos a disposición de los clientes interesados antes de la entrada en vigor del RGPD. Esperamos que comprenda que, dada la cantidad de clientes y de cambios, Trusted Shops no puede ofrecerse a revisar y firmar los borradores de contrato individuales de todos los clientes.

Por supuesto y no obstante, el borrador que ofrezca Trusted Shops cumplirá las estipulaciones legales y tendrá en cuenta los intereses de nuestros clientes.

3. ¿Debe informar un vendedor online en su declaración de protección de datos del uso de los productos de Trusted Shops?

Como con el cambio en la ley también aumentan las obligaciones de información de los operadores de sitios web, las tiendas online también tendrán que informar en su declaración de protección de datos si, debido al consentimiento del comprador o de conformidad con el contrato de encargado del tratamiento con Trusted Shops, se transmiten a Trusted Shops datos personales, o si se permite a Trusted Shops recopilar dichos datos del sitio web de la tienda.

La información de la declaración de protección de datos deberá describir la recabación y el procesamiento de los datos y mencionar las categorías de los datos recogidos. Deberá mencionarse expresamente a Trusted Shops GmbH como encargado de tratamiento de la tienda online. Además, la declaración de protección de datos debe explicitar la finalidad del tratamiento y el fundamento jurídico en que se basa. Si la transferencia de datos personales a Trusted Shops se hace sobre la base de un consentimiento, debe informarse además del derecho de desistimiento o si no, en su caso, sobre un derecho de oposición.



4. ¿Qué datos se recogen cuando se utilizan productos de Trusted Shops?

A. Una tienda online que utiliza los productos de Trusted Shops a través de la API ofrecida:

Si la tienda online utiliza los productos de Trusted Shops a través de la API de Trusted Shops, los datos personales del comprador y en qué momento se transmiten a Trusted Shops dependerá de la configuración individual de la API.

Por esta razón, no pueden hacerse afirmaciones concluyentes sobre qué datos se transmiten entre la tienda online y Trusted Shops cuando se utiliza la API de Trusted Shops. En api.trustedshops.com encontrarás información detallada sobre la API que ofrece Trusted Shops.

Ten en cuenta que el traslado de datos personales de los compradores a Trusted Shops también a través de la API requiere un consentimiento previo de las partes afectadas, ya que se trata de un traslado de datos personales con fines de marketing. Esto obliga a la tienda online a solicitar el consentimiento previo correspondiente.

B. Una tienda online que ha integrado el Trustbadge:

a) Transferencia de datos cuando se visita la tienda online con el Trustbadge integrado

Como sucede cuando se accede a una página de Internet, que se muestre el Trustbadge integrado a una tienda a través de un cliente navegador (esto es, al mismo tiempo que se accede a la tienda) también genera automáticamente una entrada de registro del servidor web. Como se trata de un formato estándar, contiene información sobre el cliente navegador de acceso (fecha, hora, referencia, dirección IP del cliente, agente de usuario...). Estos datos son datos de uso que se dan con cualquier transferencia de datos en Internet. Estos datos se transmiten, en particular, cuando se incorporan contenidos de terceros.

Trusted Shops no crea perfiles de utilización a partir de estos datos de uso y no se extraen conclusiones sobre la persona que visita el sitio web. Estos datos se evalúan exclusivamente para garantizar un funcionamiento sin problemas.

Además, si solo se visita una página de la tienda en la que está integrado el Trustbadge, no se nos trasladan o almacenan automáticamente datos de inventario personales (como nombre, dirección de correo electrónico, etc.).

b) Transferencia de datos si se hace un pedido en la tienda online

Si el comprador no utiliza los productos de Trusted Shops él mismo, a Trusted Shops le llegará únicamente el número del pedido si está integrado el Trustbadge. Este servirá concretamente para verificar posteriores garantías o valoraciones.

Otros datos (en especial, datos personales) se transmitirán únicamente si el cliente de la tienda utiliza activamente los productos de Trusted Shops para compradores y muestra su conformidad con la transferencia de datos o si lo ha hecho en el pasado para compras futuras.



En tal caso, se recogerán tan solo aquellos datos estrictamente necesarios para la utilización de nuestros productos. Como norma general, si se utiliza la garantía para el comprador de Trusted Shops con valoración de la tienda, estos son la fecha del pedido, el número del pedido, en caso de que lo haya, un número de cliente, el monto del pedido, la moneda, en su caso, la fecha de entrega, el método de pago y la dirección de correo electrónico del comprador. Si se integran en la tienda valoraciones de productos, se recopilan además la URL del producto y de la imagen del producto, la denominación del producto, el SKU del producto, GTIN, MPN y el fabricante. Si se envía un recordatorio de valoración sin la garantía para el comprador de Trusted Shops, son necesarios únicamente el número del pedido y la dirección de correo electrónico. Trusted Shops no obtiene por esta vía ningún otro dato personal de los usuarios.

Si el comprador ya está registrado para la utilización de un producto, se comprobará de forma automática a través de un parámetro neutro la dirección de correo electrónico criptográfica unidireccional con un algoritmo hash (procedimiento MD5). Antes de su transmisión, la dirección de correo electrónico se convertirá a ese valor hash que Trusted Shops no puede descifrar. Si no hay ninguna coincidencia, el parámetro se descarta. Por tanto, la dirección de correo electrónico solo se recopilará si el comprador decide utilizar los productos de Trusted Shops. Durante la transferencia automática no se trasladarán la dirección de correo electrónico del comprador en un formato legible u otros datos.

Los datos obtenidos se emplearán exclusivamente para tramitar los contratos en vigor y se almacenarán de forma interna mientras dure el cumplimiento mutuo del contrato. Posteriormente, se bloquearán los datos para su posterior utilización y, pasados los plazos de conservación correspondientes por cuestiones comerciales y legales, se eliminarán de forma permanente.

Si el comprador decide no utilizar los productos de Trusted Shops para compradores y abandona la página, no se transmitirán datos a Trusted Shops ni Trusted Shops almacenará o procesará datos.

5. ¿Qué debe tenerse en cuenta para el envío de solicitudes de valoración?

Una solicitud de valoración es publicidad

Cuando se envía un mensaje de correo electrónico para recordar una valoración, han de tenerse en cuenta las normas sobre protección de datos y la legislación sobre competencia, ya que se trata de un uso de datos personales con fines publicitarios. El recordatorio de una valoración enviado es publicidad.

En este momento existen en Alemania numerosas sentencias (como *LG Hamburg, Urt. v. 30.6.2006 – 309 S 276/05 - Umfragen zu Marktforschungszwecken stellen Werbung dar*; *AG Hannover, Urt. v. 3.4.2013 – 550 C 13442/12* y *AG Düsseldorf, Urt. v. 27.10.2014 – 20 C 6875/14* y *LG Leipzig, Urt. v. 13.11.2015 – 02 HK O 888/15 - Feedbackanfragen sind Werbung*; *OLG Dresden, Urt. v. 24.04.2016 - Az.: 14 U 1773/13 - Kundenzufriedenheitsanfragen sind unerlaubte E-Mail-Werbung*) que dejan claro que las solicitudes de comentarios o valoraciones son publicidad en el sentido del art. 7, párr. 2, núm. 3 de la ley alemana sobre Competencia desleal (UWG). Estas incomodaban a los demandantes del mismo modo en que lo haría cualquier otro mensaje publicitario.



Obtención de un consentimiento

Por esta razón, el envío de una solicitud de valoración requiere siempre la obtención previa y expresa del consentimiento. Con la presencia de la dirección de correo electrónico no es suficiente. Esto también es así si la dirección de correo electrónico se trasladará a un tercero para que este envíe el recordatorio de valoración. Este sería, por ejemplo, el caso del uso de la Recopilación de valoraciones o de la recopilación automática de Trusted Shops. Trusted Shops obliga al vendedor online por contrato en las condiciones generales de adhesión a obtener el correspondiente consentimiento efectivo. Si la transmisión de datos se realiza sin el consentimiento previo, no solo se está produciendo un incumplimiento contractual por parte del vendedor online, sino que, en caso de producirse cualquier daño, Trusted Shops tampoco podrá indemnizar al vendedor en línea.

Por ello, esta condición previa se indica explícitamente al activar la función.

Para que el consentimiento sea efectivo según el art. 7, párr. 2, núm. 3 de la legislación alemana sobre Competencia desleal (UWG), es necesario obtener una declaración del comprador por separado. Por tanto, esta declaración de consentimiento no debe sumarse a otras declaraciones. Además, requiere una acción activa por parte del cliente: esto tan solo puede hacerse si tiene que marcar una casilla de verificación o con un botón separado para mostrar su consentimiento con la recepción de un recordatorio de valoración o con una acción activa como rellenar un campo necesario únicamente para registrarse para los recordatorios de valoración.

Ámbito de aplicación y alcance

El ámbito de aplicación y el alcance del consentimiento deben ser inequívocos: qué datos se transmitirán a quién, quién los empleará, para qué fin, si se hará de forma regular o solo una vez, etc. Si las solicitudes de valoración las envía un tercero, la declaración de consentimiento también debe recoger la divulgación al tercero de la dirección de correo electrónico destinada al envío de una solicitud de valoración. Esto es, si el recordatorio de valoración lo enviará Trusted Shops, debe autorizarse ante la tienda que se trasladará a Trusted Shops la dirección de correo electrónico con el fin de enviar el recordatorio de valoración.

Además, siempre debe informarse de que el consentimiento puede revocarse en cualquier momento. La concesión del consentimiento debe registrarse de forma documentada.

Un consentimiento podría darse, por ejemplo, mediante una casilla de verificación en la cuenta del cliente:

Consentimiento con casilla de verificación

Después de cada compra, me gustaría recibir una vez por correo electrónico un recordatorio para realizar una valoración, y estoy de acuerdo con que se traslade mi dirección de correo electrónico a Trusted Shops GmbH para tal fin.

o (en caso de envío del recordatorio de valoración por parte de la propia tienda online)

Me gustaría valorar mis compras. Para ello, pueden enviarme siempre un mensaje de correo electrónico después de mis compras.



En el generador de textos legales de Trusted Shops encontrarás otras sugerencias en los consejos prácticos sobre la cuestión del envío de solicitudes de valoración.

Con todo, la obtención del consentimiento en el área de registro o con un enlace en el mensaje de confirmación del pedido ofrece la ventaja de que en el primer caso ya se habrá confirmado la dirección de correo electrónico o, en el segundo, solo el propietario de la dirección de correo electrónico accede al enlace. En ambos escenarios, sería innecesario contar con la llamada opción «Double Opt-In» a modo de verificación.

Postales de evaluación

Adjuntar una tarjeta postal de valoración es inofensivo. Podría tratarse también, por ejemplo, de un folleto con un enlace corto al perfil de las valoraciones. En este método de envío no se aplican las estrictas normas de la publicidad por correo electrónico.

También mediante un contacto personal es posible solicitar de forma directa a un cliente que haga una valoración. Como en este caso no se utiliza ninguna dirección de correo electrónico para tal fin, el consentimiento previo no es necesario.

Trusted Shops es la marca de confianza
para el comercio online en Europa.



¿Tienes más preguntas sobre las soluciones fiables de Trusted Shops?
El equipo de Trusted Shops te ayudará encantado.

 +34 91 1829472

members@trustedshops.com