

El RGPD y los requisitos en materia de privacidad: ¿Qué supone esto para tu empresa al utilizar Trustpilot?

Versión 2.0 - marzo 2019



¿Qué es el RGPD?

El Reglamento General de Protección de Datos (“RGPD”) entró en vigor el 25 de mayo de 2018. Se centra en fortalecer y unificar la protección de datos de todas las personas dentro de la UE. El alcance del RGPD es amplio; se aplica a las organizaciones situadas dentro de la UE, así como a las organizaciones de fuera de la UE que ofrezcan bienes o servicios a personas residentes en la UE.

En el Reino Unido, la Oficina del Comisionado de Información (ICO, por sus siglas en inglés) ha publicado una [guía sobre el RGPD](#) que explica las disposiciones del RGPD con el fin de ayudar a las organizaciones a cumplir con sus requisitos. Se trata de un buen recurso para obtener información adicional acerca del RGPD, que te permitirá comprender mejor cómo gestionar los derechos individuales, el consentimiento, las violaciones de la seguridad de los datos y otras obligaciones en virtud del RGPD.¹

En este libro blanco, presentamos algunas de las opciones y recomendaciones relacionadas con el RGPD, que puedes implementar cuando utilices Trustpilot.

Sin embargo, **este libro blanco no tiene como finalidad servir de asesoramiento legal** y no debe considerarse como tal.

Te recomendamos encarecidamente que busques asesoramiento jurídico si no tienes seguridad de cómo afecta el RGPD a tu empresa y al uso que haces de Trustpilot.

¹Para los Países Bajos, consulta la [guía publicada por la Autoriteit Persoonsgegevens](#)

Para Alemania, descarga el archivo adjunto “BfDI Info 1 - Datenschutz-Grundverordnung - Bundesdatenschutzgesetz” disponible [aquí](#).



¿Cómo afecta el RGPD a tu empresa?

Trustpilot ofrece una gama de diferentes métodos de invitación a opinar que te permiten elegir si tu empresa comparte o no información con Trustpilot y, en caso afirmativo, qué tipo de información recibe Trustpilot. Cuando tu empresa (responsable del tratamiento de datos) comparte datos personales con Trustpilot (encargado del tratamiento de datos), es posible que tanto tu empresa como Trustpilot tengan que cumplir con el RGPD. Los términos “responsable del tratamiento de datos” y “encargado del

tratamiento de datos” se definen en el RGPD y puedes obtener más información al respecto [aquí](#).

Algunas de nuestras soluciones permiten a tu empresa enviar emails de invitación a opinar utilizando tus propios sistemas, con lo que evitarías compartir los datos personales de tus clientes con Trustpilot.

En nuestro Centro de Asistencia, describimos los diferentes [métodos de invitación a opinar](#) que ofrecemos y las actividades de tratamiento de datos asociadas a cada servicio de invitación. Si no sabes con certeza qué método de invitación a opinar estás utilizando actualmente, contacta con tu Asesor de Cuenta.

Archiva tu Acuerdo de Tratamiento de Datos

Si tu empresa ha solicitado a Trustpilot que le ayude a enviar emails de invitación a opinar y a recolectar el feedback de tus clientes, es probable que tu empresa comparta los datos personales de los clientes con Trustpilot.



El artículo 28 del RGPD exige que el responsable del tratamiento de datos y el encargado del tratamiento de datos establezcan un Acuerdo de Tratamiento de Datos en el que se describan las actividades de tratamiento de datos que se llevan a cabo.

Por ello, hemos incluido un [Acuerdo de Tratamiento de Datos](#) que cumple con los requisitos descritos en el RGPD en todos los acuerdos con los clientes de Trustpilot. Esto también se aplica a las empresas en nuestro Plan Free.

Te recomendamos que archives una copia del Acuerdo de Tratamiento de Datos en caso de que tengas que demostrar que cumples con el artículo 28 del RGPD.

Actualiza tu Política de privacidad

Del artículo 13 del RGPD se desprende que el responsable del tratamiento de datos debe proporcionar a los interesados información específica sobre la forma en que trata sus datos personales. Si compartes datos personales sobre tus clientes con Trustpilot, te recomendamos que actualices tu Política de privacidad para indicar que Trustpilot actúa en calidad de encargado del tratamiento de datos y explicar por qué compartes la información

con nosotros.

Si necesitas añadir información a tu Política de privacidad sobre la participación de Trustpilot en calidad de encargado del tratamiento de datos al enviar emails de invitación a opinar en tu nombre, puedes utilizar el siguiente ejemplo:

[INSERTA EL NOMBRE DE TU EMPRESA] podrá contactar contigo por email para invitarte a opinar sobre los servicios y/o productos que has recibido de nuestra parte [con el fin de recolectar tu feedback y mejorar nuestros servicios [y productos]] (el “Propósito”). Utilizamos una empresa externa, Trustpilot A/S (“Trustpilot”), para recolectar tu feedback, por lo que compartiremos tu nombre, dirección de email y número de referencia con Trustpilot para cumplir con el Propósito. Si deseas obtener más información sobre cómo Trustpilot procesa tus datos, puedes encontrar su Política de privacidad [aquí](#).

Nota: Ten en cuenta que [XXXX] significa que tienes que reescribir y adaptar el texto para que se ajuste a tu Política de privacidad.

Si tienes previsto mostrar las opiniones de Trustpilot en tu material de marketing, podrías añadir lo siguiente:

[INSERTA EL NOMBRE DE TU EMPRESA] también podrá utilizar dichas opiniones en otros materiales y recursos promocionales con fines publicitarios y promocionales.

Explica a tus clientes cómo utilizas Trustpilot

Si recibes una solicitud de un cliente que te pide que especifiques los datos personales que tienes sobre su persona, esto se denomina una “solicitud de acceso del interesado” en virtud del RGPD.

Como responsable del tratamiento de datos, tienes la obligación de responder a estas solicitudes de acceso de los interesados. En el artículo 15 del RGPD se describe la información que debes proporcionar al cliente que te envíe una solicitud de acceso del

interesado y en el artículo 12 del RGPD se establecen los plazos que deben cumplirse. Te recomendamos que incluyas información sobre cómo tu empresa utiliza Trustpilot en calidad de encargado del tratamiento de datos para ayudar a recolectar feedback de las personas que han tenido una experiencia de servicio con tu empresa.

Gestión de las solicitudes de los clientes que desean que se eliminen sus datos

El artículo 17 del RGPD otorga a los consumidores el derecho de supresión (“el derecho al olvido”). Si tu empresa utiliza un método de invitación a opinar en el que compartes datos personales con Trustpilot y recibes una solicitud de un cliente que desea que se eliminen sus datos personales, puedes utilizar nuestra función ‘Eliminar datos personales de las invitaciones’. Esta función le permite a tu empresa eliminar desde tu Cuenta Business los datos personales de las invitaciones a opinar hasta una fecha determinada o los datos sobre un cliente específico. Para obtener más información sobre su funcionamiento, consulta [este artículo](#).

Emails invitando a opinar y de consentimiento

En algunos países, los emails de invitación a opinar se consideran comunicaciones comerciales no solicitadas que requieren el consentimiento previo de los clientes. Esto quiere decir que es posible que se te exija obtener el consentimiento de tus clientes, en función de la legislación nacional. Aquí encontrarás información para las empresas danesas, alemanas, holandesas y británicas sobre si los emails de invitación a opinar se consideran marketing no solicitado que requiere consentimiento.

Información sobre el envío de emails de invitación a opinar

*A continuación, ofrecemos una visión general de las normativas nacionales para los emails de invitación a opinar en Dinamarca, Alemania, los Países Bajos y el Reino Unido. Ten en cuenta que esta información **no tiene como finalidad servir de asesoramiento jurídico y no debe considerarse como tal.***

Nota: Cuando envíes emails de invitación a opinar a tus clientes, asegúrate de incluir

el nombre de tu empresa, la dirección y el número de registro de la empresa y un enlace de cancelación en el email de invitación.

Dinamarca

En Dinamarca, los emails de invitación a opinar por lo general no se consideran comunicaciones comerciales no solicitadas que requieran el consentimiento de tus clientes, siempre que el email de invitación a opinar sea neutral y no contenga ningún elemento de marketing.

El Defensor del Consumidor danés escribe en sus [directrices sobre el spam](#) que si el email de invitación a opinar contiene algún elemento de marketing, por ejemplo si tu empresa intenta anunciar un determinado producto, el email de invitación a opinar puede considerarse una comunicación comercial no solicitada que requiere el consentimiento de tus clientes.

Cuando envíes emails de invitación a opinar a tus clientes, asegúrate de incluir el nombre de tu empresa y un enlace de cancelación en el email de invitación a opinar.

Países Bajos

En los Países Bajos, los emails de invitación a opinar por lo general no se consideran comunicaciones comerciales no solicitadas que requieran el consentimiento de tus clientes, a menos que el email de invitación a opinar contenga marketing directo o fomente las ventas. Si este es el caso, se te puede exigir que obtengas el consentimiento de tus clientes.

Cuando envíes emails de invitación a opinar a tus clientes, asegúrate de incluir el nombre de tu empresa y un enlace de cancelación en el email de invitación a opinar.

Reino Unido

En Reino Unido, los emails de invitación a opinar no se consideran marketing directo, si se utilizan para estudios de mercado genuinos. Solo puedes ponerte en contacto con un cliente acerca de una venta o servicio específico sin consentimiento, siempre y cuando esté relacionado directamente con esa transacción.

Si un email de invitación a opinar incluye material promocional o recopila información para utilizar en futuras campañas de marketing, el email está destinado a fines de marketing directo y se aplican las directrices del marketing directo. Esto significa que los emails se consideran comunicaciones comerciales no solicitadas que requieren el consentimiento de tus clientes.

En muchos casos, las empresas pueden recurrir entonces a la excepción de inclusión

voluntaria (soft opt-in), que permite el envío de emails comerciales a los consumidores en base a la exclusión voluntaria (opt-out), pero solo en los casos en que:

1. la empresa haya recolectado los datos de los consumidores en el curso de una venta (o de las negociaciones para una venta) de un producto o servicio de dicho consumidor;
2. la empresa solo esté comercializando sus propios productos y servicios similares y
3. se haya dado la oportunidad al consumidor de optar por no recibir publicidad tanto en el momento en que se recolectaron sus datos por primera vez como en cada comunicación posterior.

Cuando envíes los emails de invitación a opinar, debe quedar claro en nombre de qué empresa se ha enviado el email de invitación. Además, si tu empresa cuenta con la opción de inclusión voluntaria (soft opt-in), la opción de cancelación debe incluirse en el email de invitación a opinar donde quede claro de qué entidad se está dando de baja el cliente.

Alemania

En Alemania, los emails de invitación a opinar se consideran comunicaciones comerciales no solicitadas. Para poder enviar lícitamente emails de invitación a opinar, las empresas deben obtener el consentimiento previo por escrito de sus clientes de acuerdo con el artículo 6 (1) (a) del RGPD.

Nuestro Delegado de Protección de Datos

Trustpilot ha nombrado un Delegado de Protección de Datos (“DPD”) de conformidad con el RGPD. Si tienes alguna pregunta sobre las actividades de tratamiento de datos realizadas por Trustpilot en nombre de tu empresa, contacta con nuestro DPD por email a través de la siguiente dirección: privacy@trustpilot.com.

Más información

Para obtener más información sobre cómo gestionamos y protegemos los datos, consulta [nuestro Centro de Asistencia online](#). Actualizamos nuestros materiales de forma continua y proporcionamos más información sobre la protección y la seguridad de los datos.

