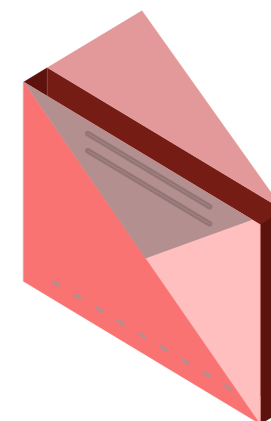




# BLACK FRIDAY

¿Cómo enviar comunicaciones comerciales cumpliendo con el RGPD?



# Tabla contenidos

- 03** | Introducción
- 04** | Publicidad en internet
- 05** | Envío de comunicaciones comerciales por e-mail u otros medios análogos
- 08** | Aplicación práctica: Comunicaciones comerciales electrónicas con motivo del Black Friday



---

## Introducción

En un contexto de **sociedad globalizada** en constante expansión de las redes de telecomunicación, en especial de Internet, las compras on-line son cada vez más habituales. Los datos oficiales muestran un aumento generalizado del gasto por Internet desde 2016, cerrando el año 2018 con un total de **10.475.020,26 miles de euros de gasto a través de la red** (Instituto Nacional de Estadística, 2019).

Con estos números no es de extrañar que las empresas busquen **ventajas competitivas** y mejorar su eficiencia empresarial a través de este nuevo vehículo de transmisión e intercambio tanto de información como de bienes y servicios.

Sin embargo, no todo vale y, en materia de protección de datos, es especialmente relevante que las empresas que dirijan acciones de mercadotecnia a través de Internet tengan en cuenta las obligaciones derivadas tanto del RGPD como de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI), cuyo objeto es regular el régimen jurídico de los servicios relacionados con Internet y la contratación electrónica.



---

## Publicidad en internet

Sobre la publicidad en Internet es importante tener en cuenta bajo qué **dos condiciones** está permitida:

- ▶ En primer lugar, todo contenido publicitario **debe presentarse como tal y ser fácilmente identificable**, de manera que no pueda ser confundido con otra clase de contenido.
- ▶ Del mismo modo debe identificarse también de **forma clara a la persona o empresa en nombre del cual se realiza**. Quedando expresamente prohibida cualquier publicidad que oculte la identidad del anunciante.

Además, todo contenido publicitario que **contenga o incluya** ofertas, regalos o descuentos debe poner a disposición de los usuarios las condiciones de acceso y participación y estas deben estar expresadas de forma clara e inequívoca.



## Comunicaciones comerciales por e-mail u otros medios

En lo referente a las comunicaciones comerciales a través de medios de comunicación electrónica individual la LSSI es especialmente exigente en los requisitos y supuestos en los que se consideran lícitas pero, empecemos por el principio:

### ¿Qué se entiende por comunicación comercial?

Una **comunicación comercial** es toda forma de comunicación dirigida a la **promoción, directa o indirecta**, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, persona u organización que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

En este sentido, cualquier **comunicación individual** que se dirija a promocionar los productos o servicios del anunciante se considera comunicación comercial. Empero, las comunicaciones relativas a la imagen corporativa de las empresas, organizaciones o profesionales **aunque no incluyan** contenido respecto su actividad empresarial o profesional, productos o servicios; también son consideradas comunicaciones comerciales.



A partir de aquí, de acuerdo con la **LSSI**, cuando un anunciante quiera dirigir a los usuarios individualmente algún tipo de comunicación comercial **deberá contar con su consentimiento expreso en los términos del RGPD**. Es decir, el anunciante deberá contar con el consentimiento libre, informado, específico e inequívoco prestado mediante acción positiva de los interesados, y además, tiene que ser verificable.

## EL CONSENTIMIENTO EXPRESO DEBE SER



- Libre
- Informado
- Específico
- Inequívoco
- Acción positiva
- Verificable



Adicionalmente, la LSSI añade la condición de que, en el momento de prestar el consentimiento, el anunciante deberá **ofrecer a los usuarios la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales.**



Consecuentemente, queda **PROHIBIDO** el **consentimiento tácito**, obtenido mediante casillas pre-marcadas o mediante fórmulas o cláusulas abstractas como: 'si no se dice lo contrario o entendemos que podemos enviarle comunicaciones comerciales, etc'.



Excepcionalmente, la LSSI **PERMITE** el envío de **comunicaciones comerciales** sin consentimiento previo en **dos supuestos**:

- ▶ Cuando el usuario lo solicite expresamente.
- ▶ Cuando exista relación contractual previa con el usuario y siempre que la nueva comunicación sea relativa a productos o servicios similares o iguales a los contratados por el interesado.



---

## Aplicación práctica: Comunicaciones comerciales electrónicas con motivo del Black Friday

Al acercarnos al famoso **Black Friday** no es sorprendente que las empresas pongan en marcha campañas de mercadotecnia anunciando descuentos sobre sus productos. Buen pues, todas aquellas compañías que quieran promocionarse a través de comunicaciones electrónicas individuales a sus clientes deberán ser muy precavidos en los siguientes aspectos:

**1. El anunciante** deberá poder garantizar que la comunicación se realiza con el consentimiento del usuario que la recibe de acuerdo con las condiciones expuestas en el apartado anterior.

Con el fin de poder demostrar que se cuenta con esta autorización expresa y dar trazabilidad a los datos, se recomienda:

- ▶ **Ofrecer** a los usuarios, a través de formularios tipo en la propia página web, la posibilidad de facilitar su dirección de correo electrónico para recibir información sobre los productos y/o servicios ofertados por el anunciante.
- ▶ **Solicitar**, mediante cláusula expresa en las condiciones de contratación, el consentimiento del cliente a la recepción de comunicaciones comerciales o bien, formular pregunta concreta al destinatario sobre si acepta el envío de comunicaciones comerciales.





---

## 2. En segundo lugar, respecto al **contenido** de la comunicación publicitaria:

Las condiciones para poder disfrutar de las ofertas, descuentos y/o promociones deben ser accesibles para los usuarios y, además, estar expresadas de forma clara e inequívoca.

- ▶ **El mensaje** debe poner a disposición de los usuarios procedimientos sencillos y gratuitos para poner fin a las comunicaciones comerciales y al tratamiento de sus datos con finalidades de marketing.
- ▶ Así mismo, **el anunciante** deberá facilitar información accesible por vía telemática sobre dichos procedimientos.

**Es importante** respetar los derechos de los interesados y cumplir con estos simples requisitos con el fin de evitar sanciones de la AEPD.



SIMPLIFICAMOS LA ADAPTACIÓN DEL RGPD  
DE TUS CLIENTES



CONTACTO EMAIL / [info@pridatect.com](mailto:info@pridatect.com)



MÁS INFORMACIÓN / [www.pridatect.com](http://www.pridatect.com)