

WEBINAR

EPRIVACY: PRIVACIDAD EN LAS COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS

**Más allá del RGPD: lo que debes saber sobre
la privacidad en tus comunicaciones**



13 DE NOVIEMBRE



Consejería de Turismo
y Andalucía Exterior



EP_RIVACY

MÁS ALLÁ DEL RGPD



Eva Ángel

Coordinadora de Proyectos
Competitividad Empresarial
Consejo Andaluz de Cámaras de
Comercio

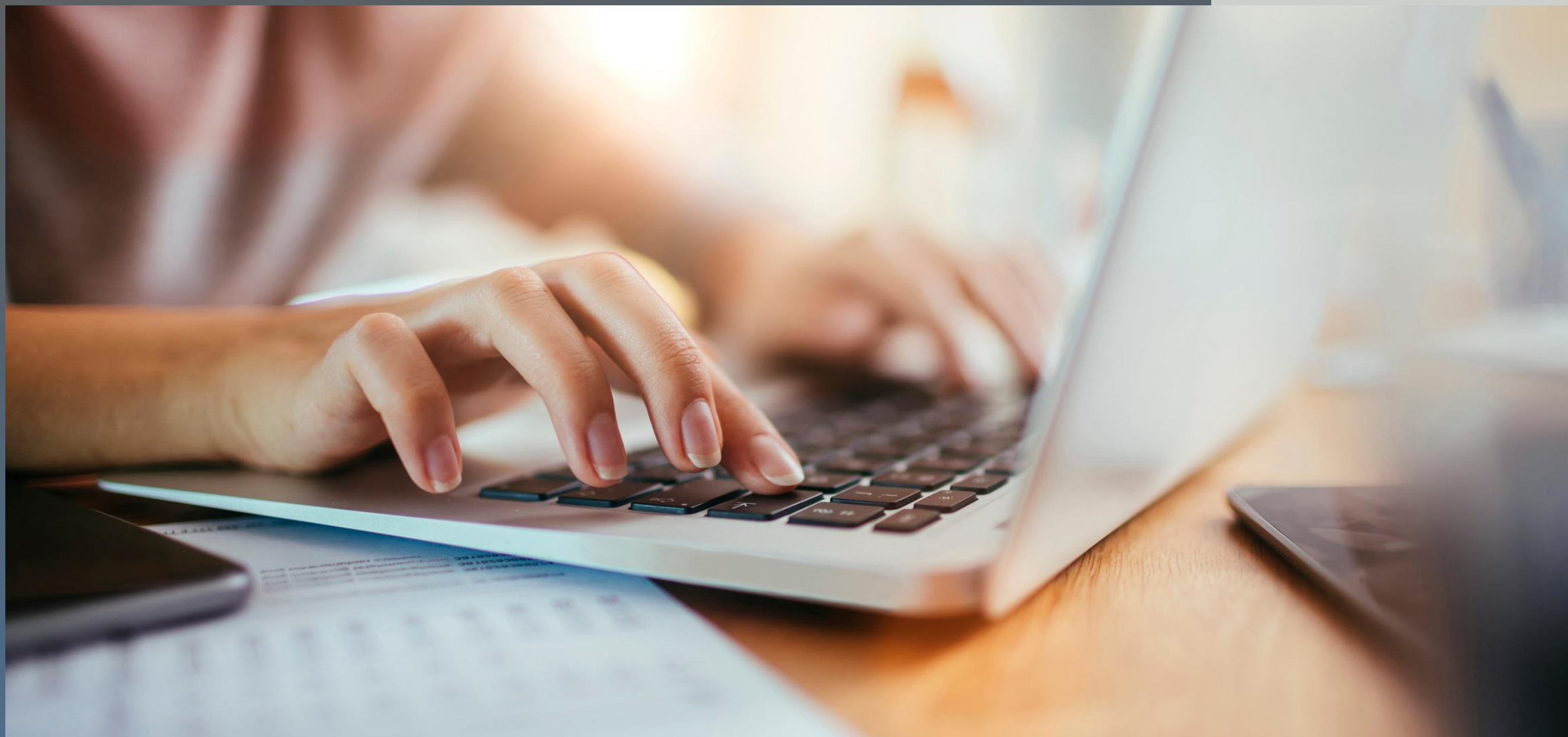


Paola Codón

Abogada especializada
en Protección de Datos
Socia Fundadora de Código Privado



Un día cualquiera







- Directiva 2002/58/CE (ePrivacy Directive).

1. Marco normativo





REGLAMENTO EPRIVACY

Reformas y normas de transposición

- Complementa el RGPD en el ámbito de comunicaciones electrónicas.
- Reformas: Directiva 2009/136/CE y propuesta Reglamento ePrivacy.
- La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI).
- La Ley 32/2003, General de Telecomunicaciones.
- Guías de cookies AEPD

TERMINOLOGÍA

- Usuario: una persona física que utiliza con fines privados o comerciales un servicio de comunicaciones electrónicas disponible para el público, sin que necesariamente se haya abonado a dicho servicio.
- Datos de tráfico: cualquier dato tratado a efectos de la conducción de una comunicación a través de una red de comunicaciones electrónicas o a efectos de la facturación de la misma;

TERMINOLOGÍA

Datos de localización: cualquier dato tratado en una red de comunicaciones electrónicas que indique la posición geográfica del equipo terminal de un usuario de un servicio de comunicaciones electrónicas disponible para el público;

Comunicación: cualquier información intercambiada o conducida entre un número finito de interesados por medio de un servicio de comunicaciones electrónicas disponible para el público

TERMINOLOGÍA

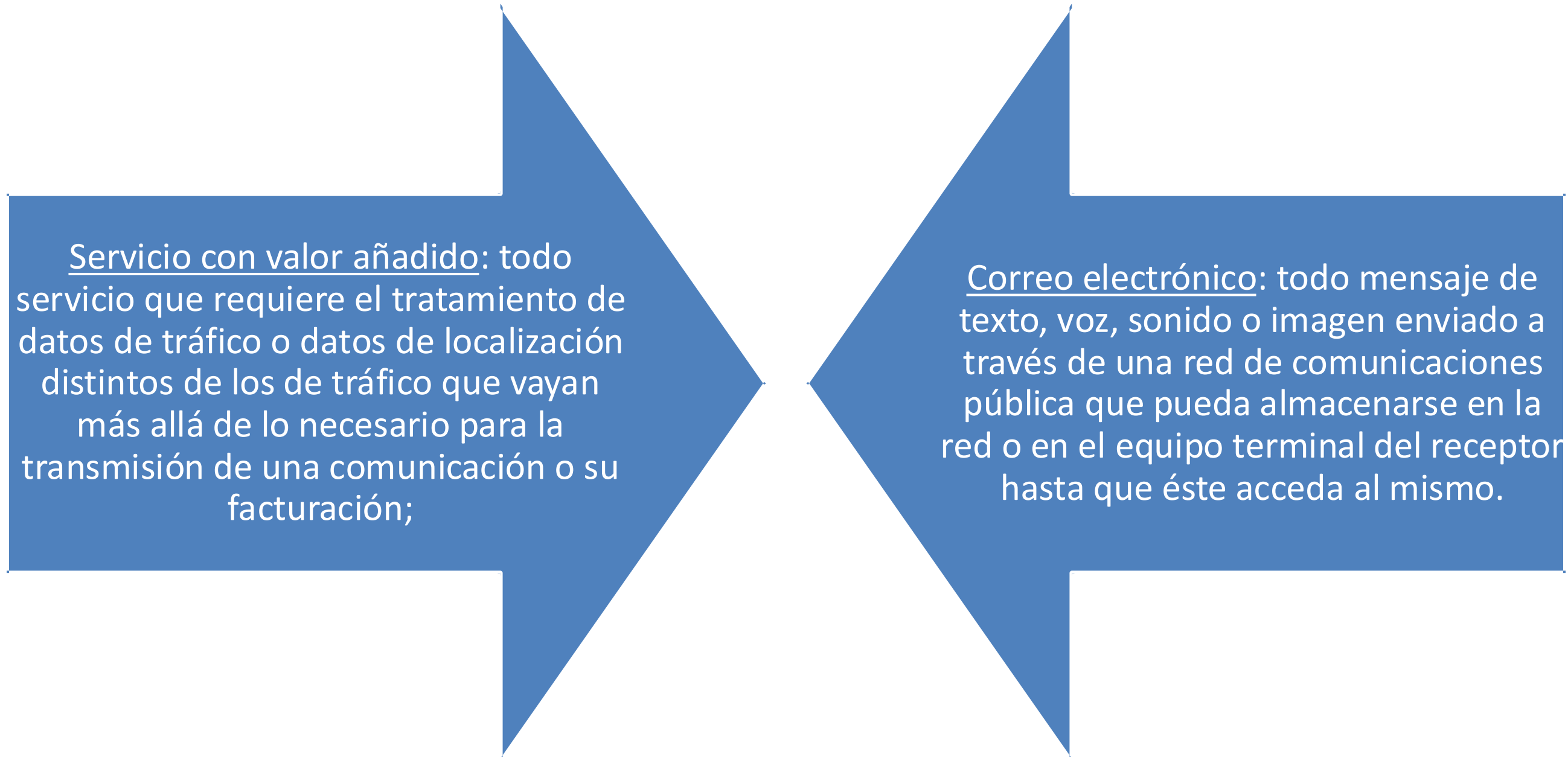


Llamada: una conexión establecida por medio de un servicio telefónico disponible para el público que permita la comunicación bidireccional en tiempo real



Consentimiento de un usuario o abonado: el consentimiento del interesado, con arreglo a la definición de la Directiva 95/46/CE

TERMINOLOGÍA



Servicio con valor añadido: todo servicio que requiere el tratamiento de datos de tráfico o datos de localización distintos de los de tráfico que vayan más allá de lo necesario para la transmisión de una comunicación o su facturación;

Correo electrónico: todo mensaje de texto, voz, sonido o imagen enviado a través de una red de comunicaciones pública que pueda almacenarse en la red o en el equipo terminal del receptor hasta que éste acceda al mismo.

2. Principales objetivos

- Confidencialidad de las comunicaciones (Art. 5).

- Datos de tráfico y localización (Art. 6 y 9).

- Comunicaciones no solicitadas (regla del consentimiento previo)

- Guías de abonados

**Modificaciones
Directiva
2009/136/CE**

1. Consentimiento para el Almacenamiento de Información (Cookies),

2. Notificación de Violaciones de Datos Personales.

3. Refuerzo de la Seguridad.



La Transposición en España: La Ley 34/2002 (LSSICE)

- Regula la actividad económica y la prestación de servicios en internet.
- Afecta a cualquier entidad, que gestione una página web corporativa con formularios de contacto, envíe boletines informativos (newsletters) o reciba ingresos, directos o indirectos, por publicidad.

La Ley 9/2014,
General de
Telecomunicaciones

Principal agente
modernizador de la
LSSICE

Refuerza los derechos de
los usuarios

Adaptación de la Ley a las
necesidades del mercado.

- **ENMIENDAS MÁS DESTACABLES:**

- 1.- Comunicaciones comerciales:
 - Eliminación de "Publicidad" o "Publi" al inicio del mensaje.
 - Las comunicaciones "claramente identificables como tales".
 - Flexibilización del método para darse de baja, permitiendo "una dirección de correo electrónico u otra dirección electrónica válida".
- 2.- Régimen de Infracciones (Spam).- Penalización de envío masivo.

3.- Régimen de Infracciones (Cookies): Se tipifica explícitamente el incumplimiento de la "Ley de Cookies", recogida en el artículo 22.2 de la LSSICE. Esta conducta pasa a considerarse una infracción leve o grave, dependiendo de su significatividad y otras circunstancias.

4.- Graduación de Sanciones: Nuevo criterio para modular la cuantía de las sanciones. A partir de esta reforma, la adhesión del infractor a códigos de conducta o sistemas de autorregulación publicitaria se considera un factor a tener en cuenta a la hora de graduar la multa.

OBLIGACIONES CONCRETAS:

-Consentimiento previo e informado del usuario.

- Excepción: cookies estrictamente necesarias.

- Información clara sobre finalidad, duración y terceros.

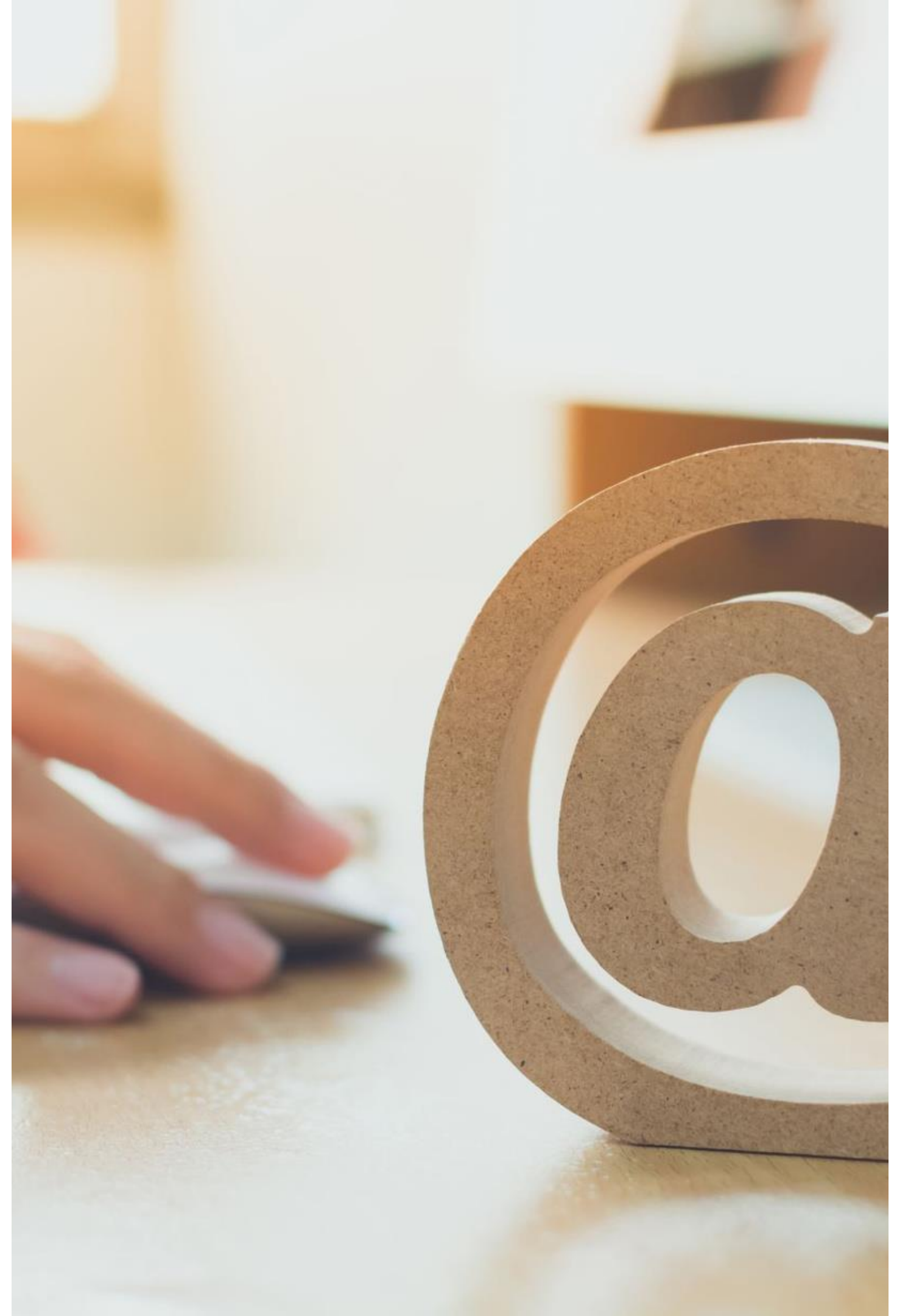
Aceptar Configurar Rechazar

1.- Cookies y dispositivos de almacenamiento:

OBLIGACIONES CONCRETAS:

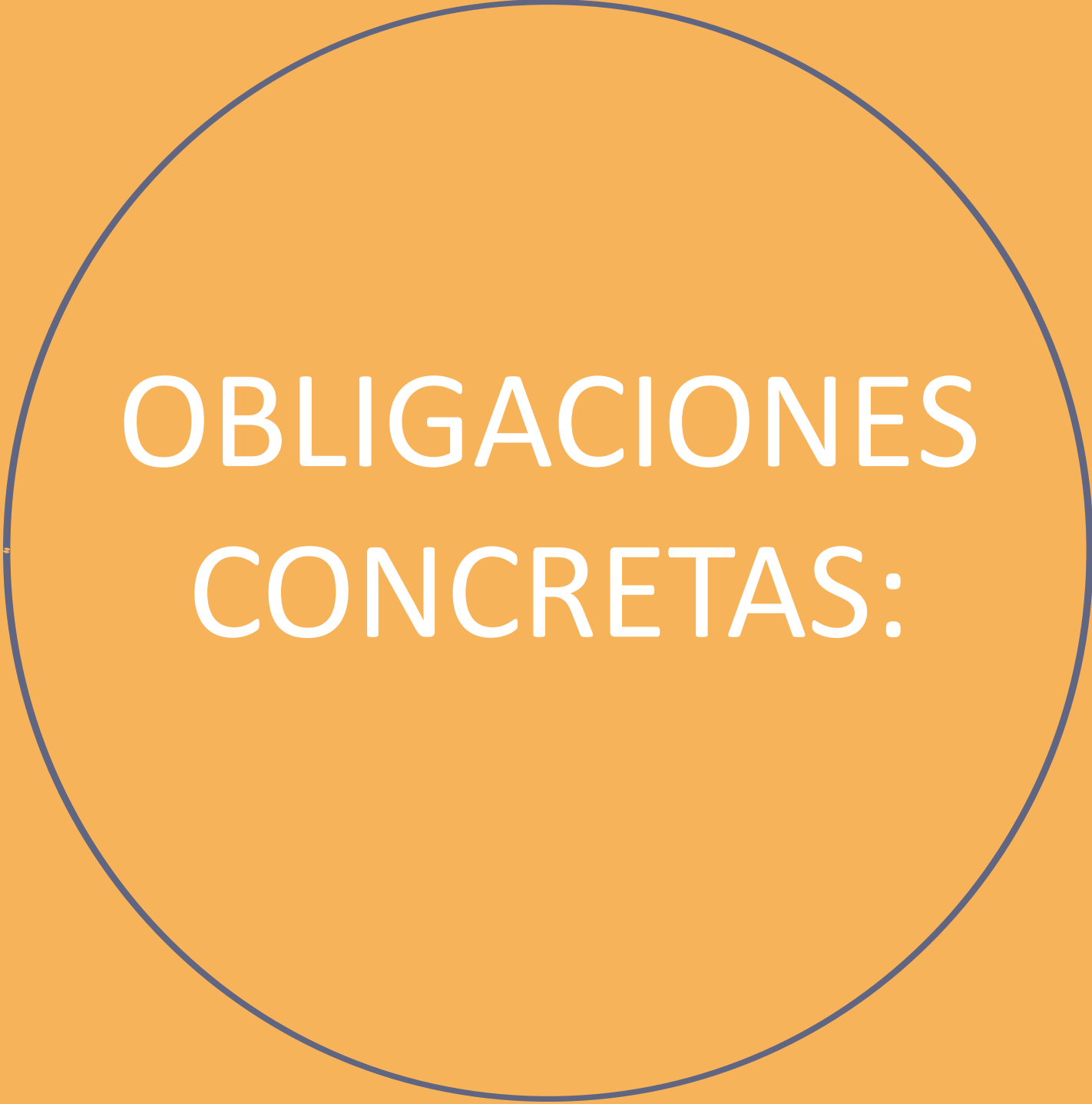
2.- Comunicaciones comerciales no solicitadas (art. 21 LSSICE):

- Prohibición de envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que no hayan sido previamente solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios.



•Excepción: (acumulativa)

1. Relación contractual previa.
2. Los datos de contacto del destinatario (p. ej., el correo electrónico) deben haberse obtenido de forma lícita en el marco de esa relación.
3. Referirse exclusivamente a productos o servicios de la propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación por el cliente.
4. Posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos de manera sencilla y gratuita, tanto en el momento de la recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que se le dirijan posteriormente.



OBLIGACIONES CONCRETAS:

3.- Obligaciones de Transparencia e Identificación (Artículo 10 LSSICE):

-Información general de forma "permanente, fácil, directa y gratuita". ("Aviso Legal") nombre o denominación social, el NIF/CIF, el domicilio y, en caso de ser una sociedad mercantil, los datos de su inscripción en el Registro Mercantil correspondiente.

Lista Robinson

El interesado puede restringir la publicidad no deseada inscribiendo sus datos personales de forma gratuita y voluntaria en un fichero de exclusión publicitaria

Actualmente sólo existe el fichero denominado Lista Robinson que está gestionado por la Asociación Española de Economía Digital (en adelante, ADIGITAL).

La Lista Robinson debe ser consultada por quienes vayan a realizar una campaña publicitaria para excluir de la misma a las personas inscritas. Sin embargo, pese a que en interesado se haya inscrito en la Lista Robinson, los comerciantes pueden remitirle publicidad de sus productos o servicios si es cliente o si les has dado tu consentimiento.



¿ES OBLIGATORIO QUE LAS EMPRESAS CONSULTEN LA LISTA ROBINSON?

Sí. Si una entidad o una empresa desea enviarte publicidad personalizada y no le has dado tu consentimiento expreso para ello, tiene la obligación legal de consultar la Lista Robinson y, si te has inscrito, no podrá hacerte el envío publicitario.

¿QUIÉN SE PUEDE INSCRIBIR EN LA LISTA ROBINSON?

Cualquier persona física que lo desee, gratuitamente. Menores de 14 años será necesario que lo realicen sus padres o tutores.

¿CÓMO APUNTARTE?

Apuntarte es rápido y sencillo, sólo debes pulsar el botón "APÚNTATE EN LA LISTA" y seguir las instrucciones. Tras cumplimentar el formulario, recibirás un correo electrónico con un enlace para verificar tu registro y, tras pulsar sobre él, podrás introducir los canales por los que no quieres recibir publicidad, como tus números de teléfono o tu dirección de correo electrónico.

¿DESDE CUANDO ES EFICAZ? A partir del segundo mes desde la inscripción

Evita la publicidad no deseada

El Servicio de Lista Robinson te permite, de forma fácil y gratuita, evitar publicidad de empresas a las que no hayas dado tu consentimiento para que te envíen publicidad. Funciona para publicidad por teléfono, correo postal, correo electrónico y SMS/MMS.

APÚNTATE EN LA LISTA ([HTTPS://WWW.LISTAROBINSON.ES/REGISTER-CONSUMER](https://www.listarobinson.es/register-consumer))

¿A quién deseas apuntar?

A MÍ

Elige esta opción si tienes más de 14 años y deseas apuntarte a ti mismo para evitar la publicidad no deseada.

A OTRA PERSONA

Elige esta opción si tienes más de 18 años y quieres apuntar en la Lista Robinson a una persona menor de 14 años de la que seas padre, madre o tutor legal o a una persona que no pueda inscribirse por sí misma y que te haya autorizado.

Apúntate a la lista

DNI, NIF o NIE

NOMBRE

PRIMER APELLIDO

SEGUNDO APELLIDO

FECHA DE NACIMIENTO

dd-mm-aaaa



EMAIL

CONFIRMAR EMAIL

CONTRASEÑA

CONFIRMAR CONTRASEÑA

PARA COMPROBAR QUE NO ERES UN ROBOT, HAZ LA SIGUIENTE SUMA

5 + 2

☐

Te informamos de que los datos facilitados en este formulario serán tratados por Adigital con la finalidad de prestarte el Servicio de Lista Robinson. Puedes ver más información sobre cómo lo haremos y cómo ejercer tus derechos en nuestra **Política de privacidad (/politica-de-privacidad)**, nuestra **Política de cookies (/politica-de-cookies)** y en el **Reglamento del Servicio (/reglamento)**.

APUNTARSE

Apúntate a la lista



¡Hecho!

Tu solicitud de registro está siendo procesada. En breve recibirás un correo electrónico para que actives tu cuenta. Una vez recibido el email, pulsa sobre el botón o el enlace para activar tu cuenta y comenzar a usar el Servicio.

Preferencias

PAOLA INMACULADA ▼



Correo postal

Añade o modifica las direcciones postales en las que no quieres recibir publicidad

(<https://www.listarobinson.es/postal-channel/add>)



Email

Añade o modifica las direcciones de correo electrónico en las que no quieres recibir publicidad

(<https://www.listarobinson.es/email-channel/add>)



Teléfono

Añade o modifica los números de teléfono en los que no quieres recibir llamadas publicitarias

(<https://www.listarobinson.es/phone-channel/add>)



SMS/MMS

Añade o modifica los números de teléfono en los que no quieres recibir SMS o MMS de publicidad
(<https://www.listarobinson.es/sms-channel/add>)

Sectores

Selecciona los sectores de los que no quieres recibir publicidad en tus canales
(<https://www.listarobinson.es/sectors/select>)

SERVICIO GESTIONADO POR



Asociación Española de Economía Digital

Av. Diagonal, 530 - 2ª planta, oficina 209 (08006 Barcelona - España),
info@listarobinson.es CIF: G61668505 Estatutos depositados en el
Servicio de Depósitos del Ministerio de Trabajo.

Contacta (/contacto) • Política de privacidad (/politica-de-privacidad) • Política de cookies (/politica-de-cookies)



Mejoras de accesibilidad

REGIMEN SANCIONADOR

Art. 38:
infracciones: **Muy graves.- multa de 150.001
hasta 600.000 €.**

**Graves.- multa de 30.001
hasta 150.000 €**

**Leves.- multa de hasta 30.000
€**

GRADUACION DE LAS SANCIONES

(Artículo 40 de la LSSICE)

-intencionalidad/beneficio obtenido.

-Artículo 39bis: apercibimiento previo en casos de infracciones leves o graves. (solo si no ha sido previamente sancionado o apercibido por infracciones bajo la LSSICE), representando una oportunidad valiosa para la corrección proactiva.

REGLAS DE ORO

- 1. El Consentimiento es el Eje Central: Para el uso de cookies no técnicas y el envío de comunicaciones comerciales, el consentimiento previo, informado, libre e inequívoco del usuario no es una opción, sino una obligación fundamental.
- 2. La Transparencia Genera Confianza (y Evita Sanciones): Proporcionar información clara, completa y fácilmente accesible a través del Aviso Legal, la Política de Cookies y los mecanismos de baja en comunicaciones comerciales es una obligación de bajo coste pero de alto impacto.

REGLAS DE ORO

- 3. El Cumplimiento es una Inversión, no un Gasto: Considerando que una infracción grave de spam puede costar hasta 150.000 € y una brecha de confianza puede costar clientes, abordar el cumplimiento digital de manera proactiva no es un gasto, sino la inversión más rentable para proteger el valor de la marca y la viabilidad del negocio a largo plazo.



Y ahora:

¿Qué va a pasar con la IA?

¿PREGUNTAS?



Paola Codón



pcodon@codiceprivado.com



CÓDICE PRIVADO
PERSONAS-DATOS-TECNOLOGÍA

