

The background of the entire page is a dark blue-grey color with a complex, golden-yellow molecular structure pattern. This pattern consists of interconnected hexagons, pentagons, and circles, resembling a network or a chemical lattice. The lines and nodes are of varying thickness and opacity, creating a sense of depth and complexity.

# **CÓMO PROTEGER TUS DERECHOS Y NAVEGAR CON SEGURIDAD**



CONFIANZA ONLINE

# INTRODUCCIÓN

El 25 de mayo de 2018 será una fecha recordada por la importancia y el avance de los cambios introducidos en materia de protección de datos. La aplicación del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) pretende, entre otros objetivos, dotar de una mayor protección a las personas en lo que afecta a la protección de sus datos.

El RGPD introdujo importantes novedades:

- o reforzando derechos como el derecho a la información, el derecho a la supresión o derecho al olvido; y aumentado el control o poder de decisión sobre el tratamiento de sus datos pudiendo ejercitar, por ejemplo, la portabilidad de los datos.
- o exigiendo, en caso de que sea necesario, el consentimiento expreso para poder tratar datos;
- o regulando los deberes de notificación y comunicación de las brechas o violaciones de las medidas de seguridad establecidas y que constituyan un riesgo para los datos personales tratados por las empresas.

Además del primer aniversario del RGPD, en España el 5 de diciembre de 2018, se aprobó la nueva Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantías de los derechos digitales (LOPDGDD) que ha reafirmado la naturaleza de la protección de datos como derecho fundamental y, teniendo en cuenta que la mayor parte de nuestra actividad diaria se desarrolla a través del mundo digital, ha incorporado un sistema de garantía de derechos digitales.

Por todo lo anterior, esta guía tiene como propósito informar a los usuarios de la Red de cómo proteger sus datos, qué derechos les asisten, qué precauciones se tienen que adoptar al navegar y compartir información,

qué medidas establecer para preservar la intimidad y cómo prevenir las violaciones de seguridad, etc., en relación a sus compras online y contratación de servicios.

A modo ilustrativo, para entender qué nivel de conocimiento o de importancia le otorgamos los españoles a la privacidad y a la protección de datos, del último informe de EUROSTAT 2018, sobre el uso y descargas de apps para los smartphones, podemos obtener las siguientes conclusiones:

- o Sólo el 13 % de los usuarios de smartphone han tomado medidas preventivas para protegerse de ataques o violaciones a través de la instalación de algún sistema de seguridad de forma voluntaria. En cambio, un 30 % de los dispositivos lo traía incorporado de serie.
- o El 8 % de los españoles asegura haber perdido información o documentos debido a cualquier tipo de spyware o malware en su dispositivo.
- o En el momento de instalar una app, el 58 % de los usuarios, sólo en alguna ocasión, ha restringido o ha rechazado el acceso a datos personales, frente a un 26 % que jamás lo ha hecho.
- o Por último, un 9 % de la población de nuestro país desconoce que era posible restringir o rechazar el acceso a sus datos personales cuando se usa o se descarga una app en su smartphone, tablet, etc.



## 1 ¿De qué manera pueden las tiendas online obtener mis datos?

Tus datos siempre deberán recogerse de forma leal, lícita y transparente. En especial, los datos se podrán obtener de forma directa o indirecta:

- Directa cuando tú mismo los facilites a la tienda;
- Indirecta cuando la empresa los ha obtenido a través de terceros o de otras fuentes. En estos casos, deberás ser informado sobre el origen, es decir, de quién se obtuvieron los datos o la fuente de la que se obtuvieron los datos.

## 2 ¿Qué debo comprobar antes de facilitar mis datos?

Es recomendable que, antes de que facilites tus datos, leas y comprendas la política de privacidad de la web, app, etc. En la práctica puede suceder que la empresa te facilite a priori una información denominada "básica", así como un medio sencillo e inmediato que te permita acceder al resto de información obligatoria que debe facilitar, por ejemplo, mediante un enlace.

La información básica se concreta en: a) la identidad de la tienda o de su representante, en su caso (por ejemplo, la razón social); b) la finalidad del tratamiento (para qué está recogiendo los datos, qué va a hacer con ellos); c) la posibilidad de ejercer tus derechos en materia de protección de datos (cómo puedo saber de qué datos disponen sobre mí, cómo puedo modificarlos, cómo puedo solicitar que los supriman, etc.) y d) en caso de que se vayan a tratar tus datos de forma automatizada para tomar decisiones, incluido la elaboración de perfiles, que puedan afectarte de forma significativa, el derecho a oponerte a las mismas, salvo que se necesario el tratamiento para la celebración de un contrato o hayas dado tu consentimiento explícito y se te informe que puedes impugnar la decisión y solicitar la intervención una persona.

Además de lo anterior, si los datos se obtuvieron de forma indirecta, el responsable deberá informarte también de: a) las categorías de datos objeto del tratamiento y b) las fuentes de las que proceden los datos.

## 3 ¿Debo consentir el tratamiento de mis datos? y, en caso de ser necesario el consentimiento, ¿cuál es la forma correcta de prestarlo?

El tratamiento de datos siempre debe tener una justificación o una "base jurídica" que lo legitime. En el comercio electrónico, principalmente, esa justificación se apoya en la ejecución de un contrato, por ejemplo, cuando facilitas tus datos para realizar un pedido. En este caso, no se requiere tu consentimiento porque se considera que el tratamiento tiene una base jurídica válida.

En cambio, será necesario tu consentimiento cuando, por ejemplo, te suscribes a una newsletter. En este caso, en el que se requiere tu consentimiento, deberás otorgarlo de forma libre, específica, informada e inequívoca, ya sea mediante una declaración o una clara acción afirmativa. Esto significa que el consentimiento tácito, las casillas premarcadas, el silencio, etc., ya no son formas válidas ni lícitas para la obtención ni para el tratamiento de tus datos.

4

## ¿Son necesarios todos los datos que me solicitan? ¿Y qué uso y/o tratamiento se les va a dar?

La tienda online sólo te podrá solicitar aquellos datos que sean estrictamente necesarios para llevar a cabo la finalidad para la que te los solicita. Por ejemplo, para realizar un pedido no es necesario que te soliciten datos relacionados con tu religión, creencia, orientación sexual, etc., sino que bastaría con los datos que permitiesen llevar a cabo la compra y su entrega, así como el servicio postventa.

Igualmente, el tratamiento de tus datos está limitado a la finalidad para la que se obtuvieron y la tienda online no podrá realizar un uso distinto ni podrá tratarlos ulteriormente de manera incompatible con dichos fines.

5

## ¿Qué es y para qué sirve la elaboración de un perfil o la toma de una decisión individual automatizada?, y ¿de qué me tienen que informar?

Se elabora un perfil cuando el responsable evalúa tus datos con el fin de imaginar o trazar predicciones sobre tu persona: por ejemplo, la tienda online, a través del análisis de tus datos (como la edad, la talla o el sexo), te incluye en cierta categoría para ofrecerte publicidad concreta más ajustada a tu perfil o que guarda relación con esa categoría. En cambio, una decisión individual automatizada se basa en la decisión que se adopta a través de un medio tecnológico sobre ti, y sin la intervención humana: por ejemplo, a través de un simulador de préstamos, introduces determinados datos y de forma directa, obtienes un resultado de si tu financiación ha sido aprobada o rechazada. Dicho resultado ha sido obtenido a través del análisis de tus datos por un medio tecnológico en base a ciertos algoritmos.

Ahora bien, tanto en un caso como en otro, la tienda online debe informarte antes del tratamiento de tus datos de tales circunstancias. Además, en el caso de decisiones automatizadas, tienes derecho a no ser objeto de que dicha decisión únicamente se base en medios tecnológicos, cuando tenga repercusión jurídica o te pueda afectar significativamente: por ejemplo, la decisión adoptada por el simulador de la financiación no puede ser irrefutable, sino que puedes solicitar la intervención de un empleado de la entidad.

6

## ¿Por qué recibo publicidad por email, SMS o cualquier otro medio electrónico de comunicación a distancia?

Para entender si la comunicación comercial recibida es lícita o no, es importante diferenciar entre las siguientes situaciones:

- Si ha existido una relación contractual previa y la publicidad que recibes de la misma empresa guarda relación con los productos o servicios que contrataste, es lícita siempre que la tienda online te hubiera ofrecido la posibilidad de oponerte a estos envíos cuando recogió tus datos. Además, en cualquier momento y en cada comunicación que recibas, podrás oponerte a seguir recibiendo este tipo de comunicaciones.
- Si no ha existido una relación contractual previa, si no diste tu consentimiento o la publicidad que recibes no guarda relación con los productos o servicios que contrataste, la comunicación comercial solo será lícita con tu previo consentimiento o solicitud.

***Antes de facilitar tus  
datos y/o prestar tu  
consentimiento, lee y  
comprende la política  
de privacidad***



7

## ¿Puedo revocar mi consentimiento?

Sí, podrás retirar tu consentimiento en cualquier momento. Además, deberá ser igual de sencillo revocarlo que darlo: por ejemplo, el simple envío de un correo electrónico sin ningún tipo de carga adicional o mediante un enlace.

8

## ¿Puedo solicitar a la tienda online que me informe acerca de mis datos? y, si mis datos han cambiado o son erróneos ¿puedo modificarlos?

Sí, puedes ejercer el llamado derecho de acceso y solicitar a la tienda online toda o parte de la información de la que dispone. Ahora bien, si solicitas que la información te sea facilitada por otro medio distinto al ofrecido por el responsable y tuviera un sobre coste, podrías tener que acarrear con dicho gasto.

Además, tienes derecho a solicitar la rectificación de todos tus datos que resulten inexactos, por ejemplo, si cambias de domicilio. Asimismo, si te percatas de que tus datos son incompletos, puedes completarlos comunicándoselo a la tienda online.

9

## ¿Tengo derecho a solicitar que se eliminen mis datos? y, en ese caso, ¿la eliminación es inmediata?

Efectivamente, puedes solicitar a la tienda la eliminación o supresión de tus datos personales, en toda una serie de supuestos como, por ejemplo, cuando ya no son necesarios para la finalidad para la que fueron recabados o para el cumplimiento de una obligación legal. Además, la tienda deberá trasladar tu petición a quienes haya podido comunicar tus datos personales, salvo que resultase imposible o desproporcionado. Asimismo, tendrá que informarte de a quién se los facilitaron.

Ten en cuenta que no se trata de un derecho absoluto, por lo que la eliminación de los datos personales no tiene por qué ser inmediata y podrás encontrarte ante dos situaciones:

- a) que la empresa bloquee tus datos antes de su eliminación, lo que significa que no podrán ser tratados, salvo que exista causa justificada para ello como, por ejemplo, la conservación de tus datos a efectos fiscales o para el ejercicio de cuantas acciones o responsabilidades puedan derivarse de la realización del pedido.
- b) que sean de aplicación otros derechos fundamentales como, por ejemplo, el interés público o la libertad de expresión.

10

## ¿Puedo oponerme al tratamiento de mis datos sin necesidad de eliminarlos? y, ¿es posible limitar el tratamiento de mis datos?

Podrás oponerte al tratamiento de tus datos personales cuya base que lo legitima sea: el cumplimiento de una misión de interés público o en el ejercicio de un poder público o por su propio interés legítimo, con excepciones. Asimismo, también podrás pedir a la tienda online que detenga el tratamiento de tus datos personales si ésta lo hace, por ejemplo, con el fin de realizar mercadotecnia directa.

Además de poder oponerte de forma directa, la empresa deberá informarte, a más tardar, en la primera comunicación de la posibilidad de ejercer tal derecho, de forma explícita, clara y diferenciada. Además de lo anterior, en las comunicaciones comerciales la empresa podrá facilitarte el ejercicio de la oposición de manera automatizada, por ejemplo, clicando el enlace que aparece normalmente al pie de las comunicaciones comerciales similares a “no desea seguir recibiendo publicidad” o “deseo darme de baja de las comunicaciones”, etc.

Por otro lado, si no deseas eliminar los datos, pero tampoco quieres que se haga uso de ellos, puedes ejercer el derecho a la limitación de su tratamiento. Un ejemplo de dicha limitación puede aplicarse a datos inexactos o cuando ya no sirven para la finalidad para la que se obtuvieron e incluso cuando está en estudio la procedencia o no de la oposición.

11

## ¿Existe alguna forma de portar mis datos de una empresa a otra?

Sí. Cuando has prestado tu consentimiento al tratamiento de los datos o cuando los has facilitado para la ejecución de un contrato (por ejemplo, realizar un pedido), podrás solicitar a la tienda online que te transfiera dichos datos, e incluso, que los transfiera a otra empresa con la que se desees mantener una relación contractual, siempre que no resulte técnicamente imposible. Un ejemplo son las portabilidades de telefonía: hasta ahora la portabilidad consistía en la transferencia del número en cuestión, mientras que ahora puedes solicitar que no sólo se porte el número, sino también el resto de datos que hayas facilitado.

12

## Si ejercito cualquiera de mis derechos, ¿qué plazo tiene la tienda online para contestarme?

Con carácter general y de forma gratuita, la empresa deberá atender e informarte acerca de la solicitud del ejercicio de cualquiera de tus derechos sin dilaciones indebidas y, como máximo, en el plazo de un mes. No obstante, dada la complejidad o el número de solicitudes, la empresa podrá prorrogar el plazo dos meses más, pero siempre informándote de dicha decisión.

Cuando se trate de solicitudes repetitivas, infundadas o excesivas, la tienda podrá exigirte el pago de una cantidad de dinero que, en cualquier caso, deberá ser razonable o bien, incluso, podrá negarse a atender tu solicitud.

***Recuerda tus derechos:  
acceso, rectificación,  
oposición, supresión,  
limitación, portabilidad,  
retirar el consentimiento y  
reclamar ante la AEPD***

AMERICA · AFRICA  
ASIA · AUSTRALASIA



13

### **¿Puede la tienda online comunicar mis datos a otras empresas?**

Sí. En el comercio electrónico, es muy habitual que las empresas tengan subcontratados determinados servicios como puede ser la logística. En este caso, la tienda online va a comunicar tus datos al transportista. En este caso, el transportista estará autorizado a tratar tus datos para llevar a cabo una actividad concreta, es decir el reparto del pedido, sin que pueda tratarlos ulteriormente de forma incompatible con dicha finalidad.

Además del caso anterior, también podrán existir otras comunicaciones de datos personales lícitas, por ejemplo, a la Agencia Tributaria por una inspección fiscal, en aras de una obligación legal, pese a que la finalidad del tratamiento (inspección) es distinta de la finalidad inicial (realizar un pedido).

En todo caso, la empresa deberá facilitarte esta información a través de su página web en el apartado correspondiente a las posibles comunicaciones de datos a terceros y los destinatarios de los mismos.

14

### **En ese caso, ¿a quién debo dirigirme para el ejercicio de mis derechos?**

Indistintamente, podrás formular tu petición a cualquiera de las entidades, aunque lo más común sería dirigirse a la tienda a la que has facilitado los datos. Dependiendo de lo establecido en los acuerdos entre las empresas puedes recibir respuesta de una u otra. Por ello, no sería extraño que, por ejemplo, la empresa de transporte pueda atender tu solicitud directamente o, realizada la petición, la trasladara a la tienda online, quien te daría la respuesta oportuna.

15

### **¿Puede una tienda enviar mis datos a una empresa de fuera de la Unión Europea?**

Siempre que la tienda te facilite la información y se haga de forma lícita, amparándose en una base jurídica legítima, podrá transferir tus datos fuera de la Unión Europea. Ahora bien, la tienda debe cerciorarse de que dicha transferencia se sustente en la garantía de un adecuado nivel de protección, bien sea porque la Comisión Europea así lo ha decidido, bien porque existan normas corporativas vinculantes, se realice bajo un contrato de cláusulas tipo aprobadas o porque esté adherido a un código de conducta.

16

## ¿Qué ocurre si la tienda online sufre un ataque informático?

Si la tienda a la que facilitamos los datos personales sufre una llamada "brecha de seguridad", esto es, un ataque que, por ejemplo, altera o destruye los datos debe ponerlo en conocimiento de la Agencia Española de Protección de Datos si implica un riesgo para los derechos de las personas. Además, si dicha vulneración pudiera suponer un alto riesgo de tus derechos y libertades, la empresa debe informarte, entre otros aspectos, de que se ha producido una brecha de seguridad y de las medidas adoptadas.

17

## ¿Durante cuánto tiempo permanecen mis datos en manos de la tienda online?

Los datos personales no deben conservarse por la tienda más tiempo del necesario. De esta forma, la empresa debe: a) actuar de oficio, sin que sea necesaria ninguna petición por parte del consumidor, y proceder a suprimir o bloquear, en su caso, los datos que ya no sean útiles para la finalidad para la que fueron recabados y b) establecer plazos de conservación y, una vez alcanzados, proceder a la supresión de los datos o a su revisión.

En líneas generales, no es necesario esperar a que el plazo de conservación se agote para la eliminación de tus datos, sino que puedes ejercitar tu derecho de supresión en cualquier momento. No obstante, existen determinadas salvedades en la normativa como, por ejemplo, la necesidad de conservar los datos debidamente bloqueados para el ejercicio o defensa de cuantas responsabilidades pudieran derivarse con objeto de la prestación de un servicio.

En cualquier caso, esta información deberá estar disponible en los sitios web de las empresas.

18

## ¿Dónde puedo reclamar en materia de protección de datos?

Cualquier consumidor que considere vulnerado su derecho fundamental a la protección de datos, e incluso, cuando no se hayan atendido correctamente sus derechos tras el ejercicio de cualquiera de ellos, podrá dirigirse a la Agencia Española de Protección de Datos y reclamar, ya se trate de una empresa ubicada en España o en cualquier otro país. Además, también existe la opción de poder acudir directamente a la vía judicial.

Además, para aquellos casos relacionados con las operadoras de telefonía, AUTOCONTROL dispone de un servicio de mediación para consumidores: por ejemplo, si la empresa no ha atendido tu petición de supresión, acceso, etc., a tus datos personales, por la cesión de deudas o inscripción en sistemas de información crediticia sin justa causa, etc.

***Si tu derecho fundamental  
a la protección de datos ha  
sido vulnerado o no se han  
atendido tus derechos  
correctamente, puedes  
acudir a las autoridades***



19

## ¿Qué son las listas de exclusión publicitaria? ¿Podría apuntarme?

En España, el único servicio de exclusión publicitaria reconocido por la Agencia Española de Protección de Datos es la Lista Robinson, creada y gestionada por Adigital desde 1993. Se trata de un servicio gratuito para los consumidores para no recibir publicidad de entidades o empresas a las que no hayas dado el consentimiento expreso para ello. De esta forma, las empresas están obligadas a consultar la lista antes de comenzar cualquier campaña. Además, registrarse es sencillo y te permite modular los canales (dirección postal, teléfono fijo o móvil y dirección de correo electrónico) por los que no deseas recibir publicidad.

20

## ¿Cómo podemos ayudarte desde Confianza Online?

Nuestro sistema de tramitación de reclamaciones te permite reclamar en materia de protección de datos en los siguientes casos:

- Cuando guarda relación con la realización de un pedido o la contratación de un servicio. En este caso, el Comité de Mediación de Confianza Online será el encargado de atender tu queja. Por ejemplo, que tu pedido haya sido enviado a otra persona sin tu autorización.
- Cuando guarda relación con una publicidad digital. El Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL resolverá, en su caso, tu incidencia. Por ejemplo, te opusiste a recibir comunicaciones comerciales y, sin embargo, las sigues recibiendo porque la empresa responsable no ha gestionado tu solicitud.

MÁS DE **2.300** WEBS  
TIENEN EL SELLO DE  
**CONFIANZA ONLINE**



COMPRA Y NAVEGA CON SEGURIDAD  
DONDE VEAS NUESTRO SELLO

# ¿Qué es Confianza Online?

Confianza Online es el Sello de calidad en Internet líder en España creado por AUTOCONTROL y ADIGITAL.

Un distintivo que muestran aquellas empresas que garantizan la máxima transparencia, seguridad y confianza a la hora de comprar y navegar en sus webs.





**CONFIANZA** ONLINE