

Bienvenidos a EN VIVO

RGPD

Reglamento General de Protección de Datos

Presentado por:



Melissa Hammond
CSM LatAm | HubSpot



Jose Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



Agenda

- 1. Introducción a RGPD
- 2. Categorías de cambios en HubSpot
- 3. Ejemplo didáctico: Cómo uno de tus contactos podría interactuar con tu empresa desde la perspectiva de las nuevas características del RGPD.





Ingresa tus preguntas en la herramienta de Q&A de Zoom.



¿Qué aprenderás el día de hoy?

- 1. Bases generales del RGPD
- 2. Entender qué tanto debes preocuparte por el RGPD como una empresa basada en LatAm
- 3. Nuevas funcionalidades en HubSpot relacionadas a temas de RGPD





Inbound marketing y RGPD Propósito y Transparencia Precisión Retención límites de uso Reducción Seguridad Responsabilidad Cancelación de datos Etapa 1 -Etapa 3 -Etapa 2 - Almacenamiento Recopilación y procesamiento de datos Fin de la relación Solicitud de Convertir terminación o Deleitar Atraer Cerrar cancelación

Metodología del inbound marketing

¿Qué es el famoso RGPD?



RGPD

Reglamento General de Protección de Datos

Nueva norma de la UE para mejorar la protección de datos personales de ciudadanos de la UE y aumentar obligaciones de las empresas que manejan estos datos



- → En vigor desde el 25 de mayo de 2018
- Incrementa las sanciones para los infractores

- Puntos más importantes:
 - Consentimiento
 - Nuevos derechos para individuos
 - Solicitud de acceso a datos



Impacta y obliga a cualquier empresa que recopile y procese datos de ciudadanos de la UE, incluso si la empresa es de fuera de la UE.



Esto es un resumen de los puntos más relevantes. Para información más detallada revisa:

https://www.hubspot.es/data-privacy/gdpr



Las nuevas funcionalidades de HubSpot no te garantizan el cumplimiento total con el RGPD.

Si necesitas asegurar el cumplimiento de la ley, es recomendable consultar con expertos y abogados.





Las nuevas funcionalidades se dividen en 3 categorías



3 Categorías de nuevas funcionalidades de RGPD

- 1. Cookies
- 2. Base legal
- 3. Eliminación





¿Por qué?

Debes informar a los visitantes de tu sitio web que usas cookies y ellos deben dar su consentimiento.

¿Qué?

Banner de consentimiento en páginas hospedadas en HubSpot. Se activa fácil y puede mostrarse en diferentes idiomas.





¿Por qué?

Debes tener un motivo legal para usar los datos de los usuarios. Dos categorías: 1) Fundamentos para procesar y 2) Fundamentos para comunicar

¿Qué?

Nueva propiedad de contacto para almacenar las bases legales para procesar.

Cambios en cómo se manejan las suscripciones para base legal para comunicar





¿Por qué?

Tus contactos pueden solicitar que les proporciones una copia de todos los datos que tengas de ellos o que los elimines o modifiques.

¿Qué?

Nueva opción de eliminación permanente de contactos en HubSpot.

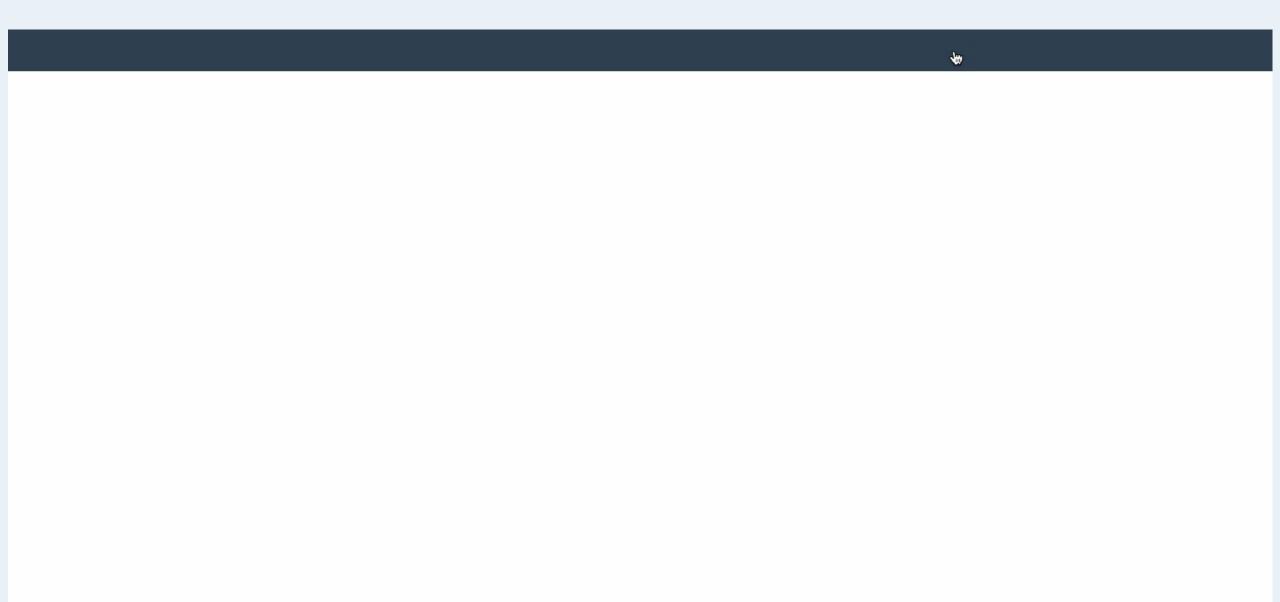




¿Cómo activar ciertas características relacionadas con el RGPD mediante un simple clic?



En HubSpot, la configuración de cookies se encuentra al lado de tu avatar > Configuración > Valores predeterminados de cuenta > RGPD.





- → De manera predeterminada, el banner de consentimiento de cookies se cambiará a "activado".
- → La función de eliminación en virtud del RGPD aparecerá en los registros de contactos.
- → Se activarán los formularios listos para RGPD.
- → De manera predeterminada, se habilitará la inclusión de enlaces de cancelación de suscripción en todos los correos electrónicos de ventas.

- → Se agregará un aviso de "consentimiento para comunicar" a los Mensajes de manera predeterminada. Dicho de otro modo: los contactos que interactúan en un chat en directo verán un aviso de consentimiento antes de comenzar la conversación.
- → Los enlaces a nuevas reuniones incluirán avisos y mensajes de consentimiento de manera predeterminada.
- Se activarán advertencias cuando quieras agregar contactos eliminados en virtud de RGPD; si intentas volver a agregar un contacto a tu base de datos que anteriormente ha sido eliminado según el RGPD, recibirás una advertencia.

- Tu extensión de ventas mostrará un banner en la barra lateral de un contacto en tu bandeja de entrada si no cuentas con las bases legales para contactar con un destinatario.
- → Se eliminarán las notificaciones previas al 25 de mayo que contienen información identificable de carácter personal. Estas aparecen en el símbolo de la campana, situado en la esquina superior derecha.
- → En el caso de notificaciones generadas después del 25 de mayo, si un contacto solicita la eliminación de sus datos, puedes borrarlas con la función de RGPD para eliminar todos los datos asociados a ese contacto.



Imaginemos la siguiente situación...

Supongamos que Ana es un contacto tuyo y vive en España.

Ella es la "persona a la que se refieren los datos" y tu empresa (imaginemos que se llama "Empresa S.A.") es el "controlador" de esos datos.

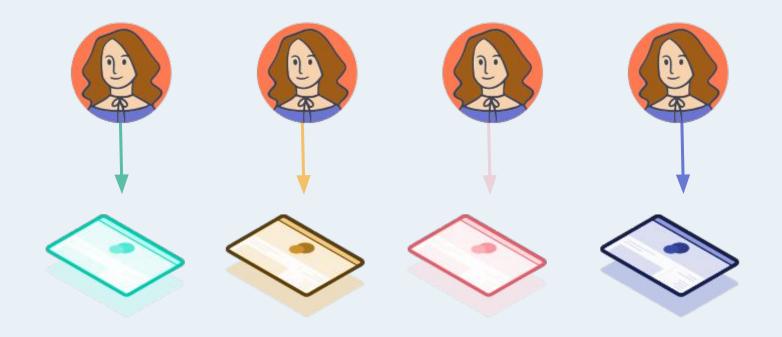
Si eres nuestro cliente, HubSpot actuará en calidad de "procesador" de los datos de Ana en nombre de Empresa S.A.



Ana podría interactuar con tu empresa de las siguientes maneras:

- 1. Accede al sitio web de Empresa S.A. por primera vez.
- 2. Completa un formulario (o se crea como contacto en la base de datos de Empresa S.A. manualmente o a través de una API).
- 3. Empresa S.A. le envía un correo electrónico a Ana.
- 4. Ana solicita ver, modificar o eliminar la información que Empresa S.A. sobre de ella.





A continuación, te mostraremos cómo abordar cada paso de su recorrido en el software de HubSpot teniendo en cuenta todo lo que establece el RGPD.

Ana podría interactuar con tu empresa de las siguientes maneras:

- 1. Accede al sitio web de Empresa S.A. por primera vez.
- 2. Completa un formulario (o se crea como contacto en la base de datos de Empresa S.A. manualmente o a través de una API).
- Empresa S.A. le envía un correo electrónico a Ana.
- 4. Ana solicita ver, modificar o eliminar la información que Empresa S.A. sobre de ella.





Ana visita el sitio web de Empresa S.A.

El recorrido de Ana con Empresa S.A. podría comenzar en el sitio web de la marca. El RGPD incluye determinadas reglas sobre cómo Empresa S.A. puede monitorizar la actividad de Ana en su sitio web. En concreto, si Empresa S.A. utiliza un software que monitoriza a Ana a través de cookies (como HubSpot o Google Analytics), el RGPD establece que la marca debe informar a Ana que usa cookies en su sitio web (en un idioma que ella pueda entender) y necesita obtener su consentimiento para que esas cookies puedan hacerle un seguimiento. Además, Ana debería poder rechazar el seguimiento de cookies con la misma facilidad con la que lo puede aceptar.



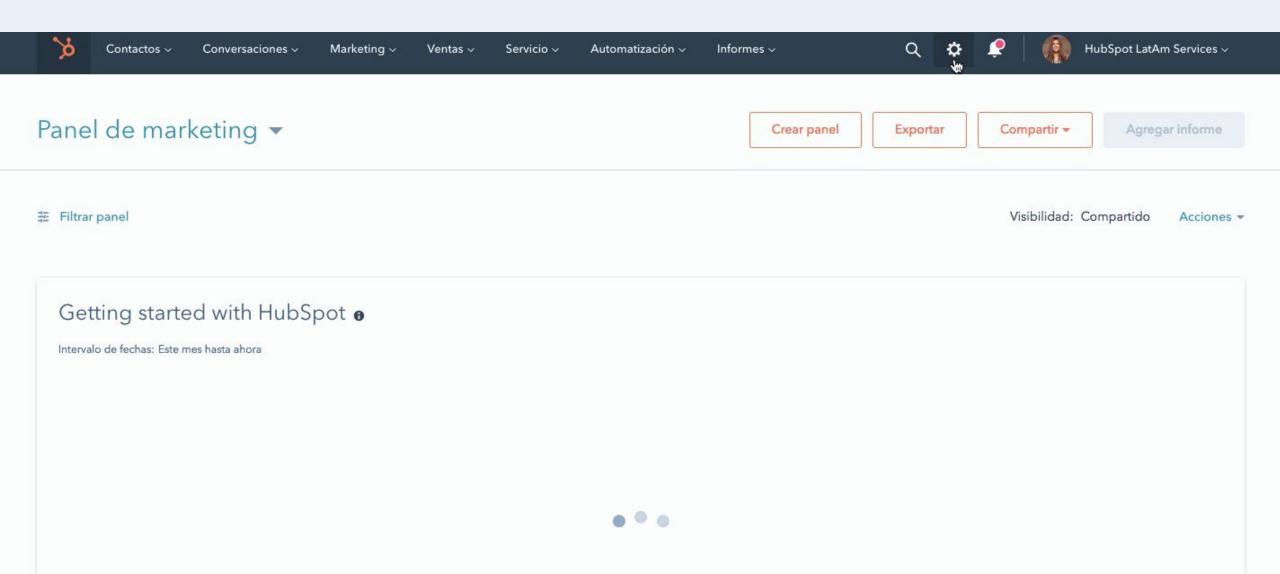


Ejercicio 1: Determinar e implementar tu configuración de cookies.

- 1. Determina si tus visitantes deben aceptar el uso de cookies (consúltalo con tu equipo legal).
- 2. Identifica páginas de tu sitio que requieren banners de cookies.
- Redacta las traducciones para tus banners de cookies.
- 4. Implementa estos banners en tu cuenta de HubSpot.

En HubSpot, la configuración de cookies se encuentra al lado de tu avatar > Configuración > Informes y Seguimiento de Analíticas > Política de Cookies.

En HubSpot, la configuración de cookies se encuentra al lado de tu avatar > Configuración > Informes y Seguimiento de Analíticas > Política de Cookies.



Si piensas usar las cookies de HubSpot en virtud del RGPD, es probable que necesites activar las tres opciones (consúltalo con tu asesor legal).



Empresa S.A. no solo debe informarle a Ana que utiliza cookies en su sitio web, sino que también debe comunicárselo en un idioma que pueda entender.

Ana podría interactuar con tu empresa de las siguientes maneras:

- 1. Accede al sitio web de Empresa S.A. por primera vez.
- 2. Completa un formulario (o se crea como contacto en la base de datos de Empresa S.A. manualmente o a través de una API).
- 3. Empresa S.A. le envía un correo electrónico a Ana.
- Ana solicita ver, modificar o eliminar la información que Empresa S.A. sobre de ella.





Ana completa un formulario en el sitio de Empresa S.A.

A la hora de elaborar formularios en virtud de lo establecido por el RGPD, lo más importante que debes saber es que necesitas recopilar las bases legales a partir del envío de un formulario. La típica base legal que puedes obtener mediante un formulario es el consentimiento (con aviso) o legítimo interés. Cómo establecerás esa base legal y qué tipo de base legal usarás dependerá de ti y de tu equipo (incluido tu asesor legal o experto en privacidad de datos). En HubSpot, ahora contamos con formularios que se ajustan al RGPD que te permitirán captar las bases legales para procesar y comunicar.





Ejercicio 2: Determinar las bases legales para procesar, crear los tipos de suscripción e implementar tus formularios.

- 1. Configura los tipos de suscripción a través de Configuración > Correo > Suscripciones.
- Recuerda que debes prestar atención a dos atributos importantes (que explicamos anteriormente): proceso y
 operación. A la hora de crear un tipo de suscripción, será necesario que establezcas un valor en ambos campos.
- 2. Determina qué contactos estarán sujetos a las normas del RGPD y cuáles no.
- Para los contactos que decidas que no se regirán por el RGPD, aplica el valor "N/C" en la propiedad "Bases legales para procesar" mediante la función de edición en masa en la pantalla principal de contactos, workflows o importaciones.
- Si decides que algunos contactos estarán sujetos al RGPD, deberías determinar qué tipo de base legal usarás para procesar y comunicar, y aplica la función de edición en masa en la pantalla principal de contactos.
- Crea o actualiza tus formularios con avisos de privacidad usando los tipos de suscripción y bases legales que han elegido.
- 4. Envía un formulario de prueba y confirma que el consentimiento y las bases legales se almacenen de la manera esperada.

Antes de analizar en profundidad el siguiente paso de Ana, es importante comprender correctamente dos aspectos: por un lado, el concepto de "bases legales" y, por otro, la manera en que se recopila y monitoriza el consentimiento en HubSpot.



De acuerdo con el RGPD, necesitas tener un motivo legal (denominado "base legal" en el reglamento) para usar los datos de Ana.

Ese motivo podría ser su consentimiento (que ella misma te brindó) con aviso (le informaste para qué estaba brindando su consentimiento).



- El consentimiento es una base legal, pero no es la única. El reglamento incluye una lista con seis bases, pero existen otras bases clave para el marketing y las ventas, como las siguientes:
- → Ejecución de un contrato. Por ejemplo, si Ana es tu cliente, puedes enviarle una factura por correo electrónico.
- → Legítimo interés. Por ejemplo, Ana es tu cliente y quieres enviarle un correo electrónico directo con materiales de marketing sobre otros productos que vende tu empresa que se relacionan con los que ella ya utiliza.

Hay dos tipos de bases legales:

- 1. Bases legales para Procesar
- 2. Bases legales para Comunicar



Es posible que para un contacto puedas tener bases legales para procesar, pero no para comunicar



En HubSpot, existe una nueva propiedad de contacto predeterminada para monitorizar las bases legales para procesar denominada:

"Bases legales para procesar".

Puedes configurar esta propiedad de manera manual o mediante la automatización.

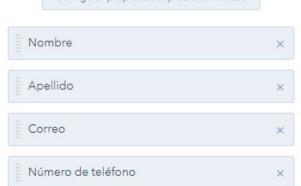
También se puede configurar cuando se envía un formulario o se completa una importación.

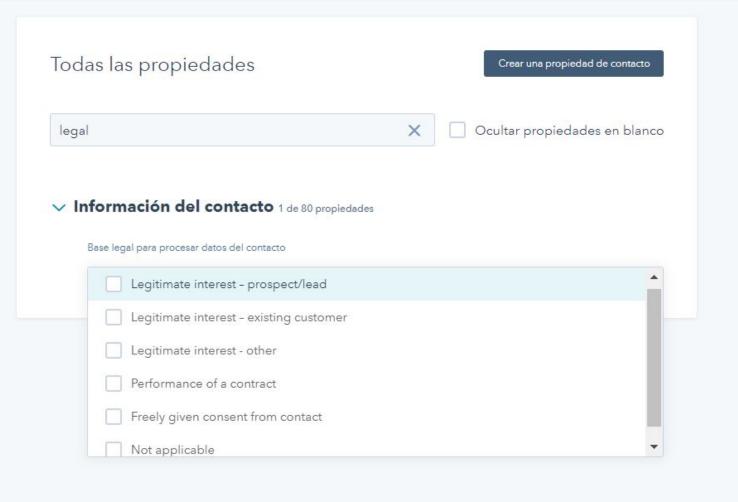


Acerca de

Estas propiedades de contacto aparecerán en cada registro de contacto que veas. También puedes establecer las propiedades predeterminadas de tu equipo en la configuración de la cuenta.

Configurar propiedades predeterminadas





¿Cómo se manejan las bases legales y preferencias de comunicación?



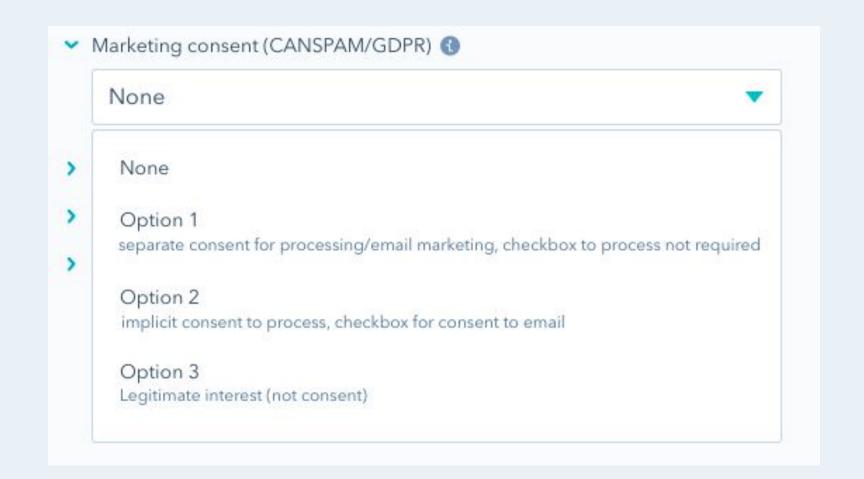
Tipos de Suscripción

Sustituyen a los tipos de correo para emails de marketing. Captan el estado de suscripción de un contacto a determinado tipo:

- Con suscripción voluntaria
- Con suscripción cancelada
- Sin ninguna decisión de suscripción

¿Cómo agregar el consentimiento a los formularios?





Ana podría interactuar con tu empresa de las siguientes maneras:

- 1. Accede al sitio web de Empresa S.A. por primera vez.
- 2. Completa un formulario (o se crea como contacto en la base de datos de Empresa S.A. manualmente o a través de una API).
- 3. Empresa S.A. le envía un correo electrónico a Ana.
- Ana solicita ver, modificar o eliminar la información que Empresa S.A. sobre de ella.





Empresa S.A. envía un correo a Ana

Hasta el momento, Ana ha visitado tu sitio, te ha brindado su consentimiento para que puedas usar cookies de seguimiento y ha enviado un formulario (al hacerlo, ha aceptado recibir un tipo específico de comunicación).

Ahora, quieres enviarle un correo electrónico.





Empresa S.A. envía un correo a Ana

Con el nuevo sistema de tipos de suscripción, la relación entre tus envíos de correos con el consentimiento de tus contactos es directa. Cuando envías un correo, debes elegir un tipo de suscripción en la pestaña Configuración y seleccionar una lista de contactos a quienes deseas enviar el mensaje (en la sección Destinatarios). Si aún no has personalizado tus tipos de suscripción, aparecerá por defecto "información de marketing".



Solo podrás enviar un email a los contactos para quienes tengas bases legales para comunicar para cada tipo de suscripción





Ejercicio 3: Asignar bases legales para comunicarte con cada uno de tus contactos.

Para enviar correos electrónicos a tus contactos, deberás tener bases legales para comunicar. Estas bases podrían ser consentimiento, legítimo interés o ejecución de un contrato.

- Determina qué bases legales aplicarás para cada tipo de suscripción. Por lo general, usarás el consentimiento, aunque no siempre (p. ej., podrías usar la ejecución de un contrato para el tipo de suscripción "actualizaciones de facturación").
- 2. Aplica esa base legal donde sea pertinente, ya sea de manera manual o a través de workflows.
- Cuando no tengas una base legal y quieras usar el consentimiento, envía una campaña de pase de permiso usando las instrucciones mencionadas anteriormente.

A la hora de enviar el correo electrónico....



Si el botón de RGPD está deshabilitado en tu configuración, podrás enviar un mensaje a toda tu lista (excepto a los contactos que cancelaron su suscripción), independientemente de que cuentes o no con las bases legales necesarias para comunicarte con los contactos de la lista.



Si el botón de RGPD está habilitado en tu configuración, solo podrás enviar un mensaje a los contactos para quienes tengas las bases legales necesarias para comunicar (ya sea mediante consentimiento o de otra manera). Si no cuentas con las bases legales para comunicar de determinados contactos en la lista, recibirás una advertencia.

No podrás enviar el mensaje a menos que te fundamentes en otra base legal (p. ej., legítimo interés), con una única excepción: si la propiedad "base legal para procesar" de un contacto aparece como "N/C", no necesitarás bases legales para comunicar, dado que entendemos que no intentas aplicar los principios del RGPD a ese contacto.

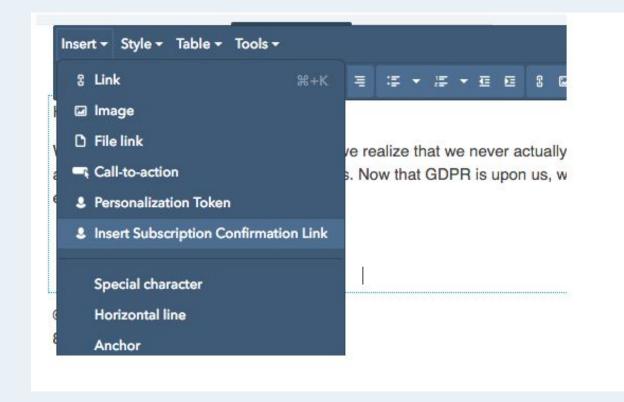
Qué pasa si Ana quiere editar sus preferencias o cancelar su suscripción?



El RGPD establece que rechazar el consentimiento debería ser tan fácil como concederlo. Por lo tanto, Ana puede editar fácilmente sus preferencias de comunicación de los correos electrónicos de HubSpot.



Al final de cada correo que envías, HubSpot incluye automáticamente un enlace a la página de preferencias de correo electrónico de Ana.



Ana podría interactuar con tu empresa de las siguientes maneras:

- Accede al sitio web de Empresa S.A. por primera vez.
- 2. Completa un formulario (o se crea como contacto en la base de datos de Empresa S.A. manualmente o a través de una API).
- 3. Empresa S.A. le envía un correo electrónico a Ana.
- 4. Ana solicita ver, modificar o eliminar la información que Empresa S.A. sobre de ella.





Ana envía una solicitud de derechos

Ana puede:

- Solicitar acceso a los datos personales que tienes sobre ella
- Solicitar la modificación de sus datos personales si son incompletos o incorrectos
- Solicitar la eliminación de todos los datos personales que tienes sobre ella (el RGPD exige una eliminación permanente)





Ejercicio 4: Determinar tus procesos para acceder, modificar y eliminar los datos.

Sigue los pasos a continuación para determinar tu proceso de eliminación.

- 1. Si Ana desea que se eliminen sus datos, ¿con qué miembro de tu equipo debe ponerse en contacto?
 - ¿Cómo sabe con quién contactar?
 - Ejemplo: Ana podría enviar un correo a privacidad@empresaSA.com
- 2. En la mayoría de los casos, deberás atender la solicitud dentro de los siguientes 30 días. ¿Cómo hará tu equipo para abordar internamente estas solicitudes?
 - ¿A quién has designado para que se ocupe de estas solicitudes?
- 3. ¿Cómo documentarás el proceso de eliminación?



Este ha sido un resumen completo de las características del RGPD en HubSpot



Inbound marketing y RGPD Propósito y Transparencia Precisión Retención límites de uso Reducción Seguridad Responsabilidad Cancelación de datos Etapa 1 -Etapa 3 -Etapa 2 - Almacenamiento Recopilación y procesamiento de datos Fin de la relación Solicitud de Convertir terminación o Deleitar Atraer Cerrar cancelación

Metodología del inbound marketing

¿Estás preparado para el RGPD?

Consulta esta lista de comprobación y determina las acciones que aún debes realizar para garantizar el cumplimiento del reglamento.

https://www.hubspot.es/data-privacy/gdpr-checklist



Alguna Pregunta?

iGracias!



Equipo EN VIVO HubSpot