

Memoria de evaluación del interés legítimo

Ponderación de intereses en la acción comercial
y de marketing directo cuando no existe
consentimiento expreso previo

Agosto 2021



Memoria de evaluación del interés legítimo

Como parte de su proceso de comercialización y venta, la compañía OpenSistemas de la Información Internet S.L., líder del grupo empresarial del que forman parte asimismo, Neuroons Logic S.L., Neuroons Logic Global Business Ltd., TalentOS Recruitment Services S.L., y las restantes compañías del grupo, lleva a cabo diferentes acciones comerciales y de marketing con la finalidad de captar empresas potencialmente interesadas en nuestra oferta de productos y servicios.

Para el desarrollo de estas acciones comerciales y de marketing, **dentro de un marco de relaciones entre empresas, la compañía hace uso de la figura del interés legítimo** para aproximar el primer contacto con responsables de empresas de las que pueda entenderse que existe un interés razonable en entablar un acercamiento comercial, cuando no se disponga de consentimiento expreso previo por parte de esta persona.

El uso de esta figura regulada en la GDPR y aclarada en el Dictamen 06/2014 del GT29, indica la conveniencia de hacer **uso de esta figura sólo tras haber realizado una ponderación entre los intereses legítimos de quien va a tratar los datos personales (la compañía), y los intereses y derechos fundamentales del interesado (la persona responsable de empresa o profesional)**, de manera que, siempre que no prevalezcan estos últimos, se pueda proceder al tratamiento de los datos personales sobre la base de dicha legitimación.

Así, **la compañía actúa conforme a lo dispuesto en el [Artículo 47 del GDPR](#)**: *“Los intereses legítimos de un responsable del tratamiento, incluidos los de un responsable del tratamiento al que se puedan divulgar los datos personales, o de un tercero, pueden proporcionar una base jurídica para el tratamiento, siempre que los intereses o los derechos y libertades fundamentales del interesado no son primordiales, teniendo en cuenta las expectativas razonables de los interesados en función de su relación con el responsable del tratamiento [...] El procesamiento de datos personales con fines de marketing directo puede considerarse realizado por un interés legítimo”.*

Y del mismo modo, respetando lo establecido en la LOPDGDD de España, en la que se incluyen varios supuestos en los que el tratamiento se podrá llevar a cabo sobre la base del interés legítimo para: tratamiento de datos de contacto de empresarios individuales, profesionales liberales, Administraciones Públicas, y sujetos de derecho privado en los que concurra un interés legítimo; y **conforme a lo establecido en la Directiva CE de 2003 sobre Regulaciones de Privacidad y Comunicaciones Electrónicas (PECR)**, que complementa el régimen general de protección de datos y establece derechos de privacidad más específicos sobre las comunicaciones de marketing por medios electrónicos, las llamadas en frío, los mensajes de texto, y resto de correos electrónicos; **antes de ejecutar un plan de contacto comercial en base a la figura del interés legítimo, la compañía elabora el presente análisis sobre la aplicabilidad del interés legítimo en las estrategias de captación comercial que desarrolla.**

En este sentido, los **factores que deben considerarse cuando se efectúe la prueba de sopesamiento del interés legítimo** comprenderán:

- La naturaleza y la fuente del interés legítimo.
- Si el tratamiento de datos es necesario para el ejercicio de un derecho fundamental, resulta de otro modo de interés público o se beneficia del reconocimiento de la comunidad afectada.
- La repercusión para el interesado y sus expectativas razonables sobre qué sucederá con sus datos.
- La naturaleza de los datos y la manera en la que sean tratados.
- Las garantías adicionales que podrían limitar un impacto indebido sobre el interesado, tales como la minimización de los datos, las tecnologías de protección de la intimidad, el aumento de la transparencia, el derecho general e incondicional de exclusión voluntaria y otros derechos aplicables en cada caso, como la portabilidad de los datos.

La presente **Memoria de Idoneidad o Sopesamiento del Interés Legítimo**, fundamentada sobre la prueba de las tres partes (test de finalidad, test de necesidad y test de equilibrio), y con adición de medidas para prevenir o corregir los potenciales daños (protocolo de anticipación y protocolo de corrección), recoge el análisis de aplicabilidad del interés legítimo que la compañía esgrime en el desempeño de su actividad comercial y de marketing, para los casos en que no exista manifestación expresa inicial sobre la aceptación de las personas para el acercamiento comercial mediante el uso de sus datos profesionales.

PARTE 1.- Test de finalidad

¿Por qué se quieren tratar los datos?

Para **desarrollar las estrategias de captación y fidelización de clientes dentro de un modelo de comercialización *business to business***, la compañía realiza acercamientos comerciales hacia personas responsables de empresas, de las que se pueda entender una razonable predisposición a aceptar este acercamiento comercial.

¿Qué beneficios se espera obtener del tratamiento?

Por medio de las acciones comerciales y de las estrategias de marketing que se desarrollarán, la compañía espera aumentar razonablemente su volumen de ventas, y paralelamente, incrementar la base de datos de contactos objetivo potencialmente interesados en la oferta de productos y servicios que posee la compañía. Con el objetivo de **nutrir nuestra red de contactos, identificar potenciales sinergias con otras empresas y/o desarrollar relaciones con futuros clientes**, la compañía deberá proceder al tratamiento de datos personales de naturaleza profesional.

¿Algún tercero se beneficiaría del tratamiento?

Ningún tercero ajeno a las compañías del grupo se beneficiaría del tratamiento de datos personales llevado a cabo desde la actividad comercial.

¿Existen beneficios públicos más amplios para el tratamiento?

No existen otros beneficios públicos directos más amplios para el tratamiento de datos personales en la actividad comercial de la compañía.

¿Cómo de importantes son los beneficios que se han identificado?

Como empresa innovadora certificada, la compañía desarrolla distintos proyectos de I+D para sus clientes, desplegando sus operaciones en diferentes países.

Derivados de los procesos de innovación que la compañía desarrolla para sus clientes, existe una **relación directa entre la incorporación de tecnología en los procesos y la mejora de la actividad industrial**. Estos avances industriales y los procesos de transformación de las empresas son críticos para la mejora de las industrias, que a su vez repercuten en los avances como sociedad. Por ello, la compañía como proveedor de software y tecnología para otras empresas, contribuye en última instancia al **beneficio que obtiene la sociedad en su conjunto, o los usuarios finales, gracias a estas mejoras**.

Considerándose a las empresas innovadoras certificadas como parte del tejido estratégico de las industrias, es razonable estimar que la compañía desarrolla una actividad cuyo **beneficio final justifica la actividad comercial *business to business*** que llevamos a cabo al contactar con los potenciales clientes, para cuyo desempeño es necesario el tratamiento de datos de las personas responsables de esas empresas.

¿Cuál sería el impacto si no se pudiera seguir adelante con el tratamiento?

De no poder continuar con el tratamiento de datos personales de naturaleza profesional para fines comerciales, dentro de la gestión de relaciones entre empresas, **la compañía tendría dificultad para explotar internacionalmente la principal vía de captación de potenciales clientes en varios países a la vez, y por consiguiente no podría desarrollar los procesos de comercialización que ha establecido para su estrategia de crecimiento internacional**. Como consecuencia, la compañía no podría alcanzar los objetivos de ventas definidos anualmente y vería gravemente afectado su volumen de negocio. Todo lo cual acabaría desencadenando la reducción de las previsiones de facturación y en última instancia, un posible reajuste de plantilla.

¿Se está cumpliendo con alguna norma específica de protección de datos que se aplica en el tratamiento?

La compañía cumple con todos los requisitos estipulados en la legislación vigente sobre protección de datos, concretamente en atención al GDPR europea, la LOPDGDD de España, la PECR sobre comunicaciones electrónicas, y el Dictamen europeo 06/2014 sobre uso adecuado del interés legítimo.

Además, todas las herramientas digitales que la compañía realiza para el desarrollo de su labor comercial y de marketing aseveran a sus clientes en su política legal y en sus condiciones de contratación cumplir con la legislación del Reglamento General de Protección de Datos y demás normativa vigente.

¿Se está cumpliendo con las demás normativas aplicables?

La compañía ha llevado a cabo procesos internos de adecuación a la normativa sobre protección de datos, y garantiza que **cumple íntegramente los estándares marcados por la legislación vigente**, siendo plenamente responsable del tratamiento de datos, garantizando el ejercicio de todos los derechos asociados a la normativa y respetando las directrices de la normativa que complementa la GDPR.

¿Cumple con las directrices de nuestra industria o con los códigos de actividad de la industria?

En el marco de su labor comercial, **la compañía cumple con los estándares habituales de la industria**, respetando los usos y costumbres comunes en el tipo de acercamiento comercial *business to business* que realiza. Dirigiéndose exclusivamente a contactos curados dentro de un marco de actuación entre empresas, y habiendo realizado previamente un análisis de idoneidad del sector de actividad de la empresa hacia la que se pretende generar el acercamiento, es razonable considerar que pueda existir de su parte un potencial interés en conocer nuestra oferta de productos y servicios. Con ello, la compañía tenderá a **considerar en todo momento la adecuación del interlocutor y de las empresas hacia las que se dirige**, respetándose así cualquier directriz, código, uso o costumbre de la industria.

¿Existen otras cuestiones éticas aplicables en el tratamiento?

No existen otras cuestiones éticas aplicables al tratamiento de datos personales de naturaleza profesional que deban tenerse en cuenta dentro de la acción comercial de la compañía, dado que se tratarán datos profesionales disponibles públicamente.

No obstante, el uso de los datos se realizará siempre con respeto hacia los estándares de cordialidad y sentido común, así como de los usos y costumbres profesionales que deban tenerse en cuenta al materializar el contacto.

PARTE 2.- Test de necesidad

¿Cómo ayuda este tratamiento a lograr la finalidad perseguida?

El tratamiento de datos es necesario para el objetivo comercial de la compañía porque **la actividad de aproximación comercial sólo puede ser desarrollada a partir del contacto directo con la persona a través de sus datos de contacto profesional.**

¿Este tratamiento que se pretende es proporcional a este fin?

El contacto con potenciales clientes se dirige exclusivamente a personas que ocupan cargos de responsabilidad en sus compañías. Por tanto, solo se recabarán y se tratarán datos personales que tengan relación directa con las personas en el desempeño de su rol profesional. En este sentido, existe un claro **alineamiento entre la finalidad perseguida, la naturaleza de los datos que son usados y el tratamiento que se hace de los mismos**, limitándose exclusivamente a aquellos datos profesionales que estén disponibles públicamente. Además, el tratamiento de estos datos será realizado con las mismas previsiones que las ya implementadas por la compañía respecto a otro tipo de datos personales. Por ello, entendemos que **el tratamiento es proporcional al fin perseguido.**

¿Se puede lograr la misma finalidad sin el tratamiento?

Debido a las circunstancias desatadas por la crisis del COVID19 y, debido al uso de Internet y de las nuevas tecnologías en el marco laboral, el contexto de relaciones entre empresas se ha trasladado desde una base de presencialidad física hacia una **base de presencialidad digital**.

Por otra parte, debido a la **naturaleza internacional de las operaciones que la compañía desarrolla en distintos países**, es necesario disponer de aquellos datos que permiten la actividad telemática y/o en remoto, valiéndonos de aquellos medios, tecnologías y herramientas disponibles para lograr el desarrollo de relaciones en un **marco de desgeolocalización**.

Por este motivo todas las operaciones de la compañía que por su naturaleza pueden realizarse de forma telemática, son encauzadas prioritariamente por medios online, ya sea en sincronía o asincronía. Esta priorización de operación digital incluye la actividad comercial y de marketing. Por tanto, **para realizar el contacto comercial la compañía utilizará medios electrónicos, digitales o telefónicos, para los cuales será requisito imprescindible el tratamiento de datos profesionales de las personas**.

¿Se puede lograr la misma finalidad tratando menos datos?

Los datos objeto del tratamiento son exclusivamente referidos a aquellos que la persona haya dispuesto voluntariamente en fuentes de acceso público, tales como: registros públicos, listados profesionales, plataformas digitales, redes sociales profesionales, etc.

El tratamiento de datos que se realizará mediando la figura del interés legítimo aplica exclusivamente a los siguientes datos:

- Nombre.
- Empresa, despacho u organización a la que pertenece.
- Sector de actividad al que pertenece su compañía.
- Dirección de correo electrónico profesional.
- Número de teléfono de uso profesional.
- Perfil social público.

Dado que todos los datos objeto del tratamiento estarán relacionados con la dimensión profesional de las personas y, dado que el objetivo del acercamiento comercial es entablar una potencial relación entre empresas, **la compañía considera necesario el tratamiento de esos datos en específico** para orientar de forma más efectiva la actividad comercial, y también de forma más adecuada para el interés de la otra parte.

¿Se puede lograr la misma finalidad tratando los datos de otra manera menos intrusiva?

La fórmula utilizada para llevar a cabo el acercamiento comercial y de marketing será siempre respetando los cauces que la **persona disponga públicamente a nivel profesional**, y siempre **dentro del horario laboral**, por lo que entendemos que se produce un grado de intrusión razonablemente bajo.

No obstante, en el protocolo de actuación interna previsto para realizar los acercamientos comerciales y de marketing prioriza el primer contacto por aquellos medios en los que la persona no sea interpelada de forma que pueda producirse una interrupción de sus actividades laborales. Por el contrario, **el acercamiento comercial prioritariamente se realizará por aquellos otros canales en los que la respuesta de la persona pueda producirse de forma asíncrona.**

Este tipo de aproximación dota de mayor cautela al primer contacto con la persona, y refuerza su **naturaleza no intrusiva.**

PARTE 3.- Test de equilibrio

Naturaleza de los datos personales

Los leads objetivo con los que se contactará en la labor comercial corresponden a profesionales implicados de forma directa en la organización empresarial a la que se pretende generar el acercamiento de ventas, y representan cargos relevantes en la toma de decisión dentro de su compañía.

En ningún caso la compañía utilizará datos que no hayan sido **previamente publicados por el usuario** y/o no estén **disponibles de forma pública** en portales, plataformas, registros o listados de acceso público.

Por tanto, **la naturaleza de los datos personales usados será sólo de carácter profesional.**

Expectativas razonables

La compañía tiene **expectativas razonables de aceptación del acercamiento comercial** por parte de la persona hacia la que se dirige, dado que la forma en la que la compañía usa los datos personales es proporcionada respecto a la finalidad perseguida, ésta tiene un impacto mínimo en la privacidad del usuario y estos últimos no se sorprenderían o no se opondrían, al uso de sus datos profesionales para un acercamiento comercial entre empresas. Debido a que además la compañía se asegura previamente a establecer el contacto de que existe una relación de potencial interés en los productos y servicios que ofrecemos, y/o en la existencia de potenciales sinergias que puedan desencadenarse entre compañías.

Por tanto, entendemos que **la ponderación de intereses queda suficientemente equilibrada** dado que todas las relaciones comerciales que se generen habrán sido previamente identificadas como potenciales intereses y se dirigirán hacia profesionales con cargos de responsabilidad de las empresas.

Impacto probable

Para el desarrollo de la actividad comercial y de marketing *business to business*, la compañía podrá utilizar los servicios de proveedores de bases de datos, adquiriendo el compromiso interno de obtener confirmación o garantía por escrito de estos proveedores (o que esté así dispuesto en su política de contratación), sobre la disponibilidad pública de todos los datos que proveen, así como su cumplimiento ante la normativa RGPD y demás legislación aplicable al tratamiento de datos personales.

Por ello, la compañía espera **impactar comercialmente solo a profesionales que hayan dispuesto voluntariamente sus datos de contacto en fuentes de acceso público.**

El proveedor de software con el que la compañía trabaja actualmente para desempeñar las actividades comerciales y de marketing es [Zymplify](#), una herramienta de automatización, CRM y curación de base de datos, que asegura identificar *matches* de interés potencial entre profesionales y cargos de empresas con nuestra oferta de productos y servicios.

Por ello, la compañía espera **impactar comercialmente solo a profesionales pertenecientes a compañías que hayan mostrado algún tipo de interés previo en nuestra oferta de productos y servicios**, o pueda entenderse razonablemente por la naturaleza de aquella empresa, que puedan estar interesados en generar una relación de aproximación hacia nuestra compañía.

PARTE 4.- Medidas

No obstante, para garantizar la prevalencia de los derechos de las personas, la compañía ha establecido un **protocolo interno de actuación para generar estos acercamientos comerciales de forma equilibrada, responsable y tendente a evitar cualquier menoscabo de los derechos e intereses fundamentales de las personas.**

Con ello se han previsto una serie de **medidas para prevenir** cualquier potencial acción de la que pudiera desencadenarse un resultado lesivo (protocolo de anticipación) y una serie de **medidas para corregir** cualquier acción que esté produciendo algún tipo de menoscabo (protocolo de corrección).

Protocolo de anticipación

Como medida para anticipar cualquier potencial acción que pudiera desencadenar un resultado lesivo en el contacto comercial al utilizar datos personales del usuario, se establece el siguiente patrón dentro de los procesos internos de la compañía:

- ❑ Comprobar que la vía de los intereses legítimos es la más adecuada para justificar la acción comercial o de marketing que queremos realizar.
- ❑ Comprender nuestra responsabilidad para proteger los intereses de la persona hacia la que vamos a generar un acercamiento comercial, aunque nos dirijamos a otra empresa.
- ❑ Realizar una evaluación de intereses legítimos por escrito, y mantener un registro de la misma para asegurarnos de que podemos justificar lo razonable de nuestra decisión si fuera necesario realizar aclaraciones.
- ❑ Enunciar los intereses legítimos relevantes que consideramos tener como compañía.
- ❑ Comprobar que el procesamiento de datos es necesario, y que no existe una forma menos intrusiva de lograr el mismo resultado.
- ❑ Realizar una prueba inicial de equilibrio de intereses para asegurarse de que los intereses de la persona no prevalecen sobre nuestros intereses legítimos.
- ❑ No haber recibido indicación expresa del usuario que nos haga saber que no está interesado en el acercamiento comercial.
- ❑ Usar solo los datos de las personas de la manera que ellos razonablemente esperarían.

- ❑ Considerar salvaguardas para reducir el impacto de potenciales daños al realizar el contacto comercial.
- ❑ Garantizar en todo momento una opción de exclusión de datos.
- ❑ Considerar no realizar el contacto comercial por esa vía cuando nuestra evaluación de intereses legítimos identifique un impacto significativo en la privacidad.
- ❑ Mantener nuestra evaluación de intereses legítimos bajo revisión y actualizarla siempre que las circunstancias cambien.
- ❑ Incluir información sobre nuestros intereses legítimos en nuestra información de privacidad, y en todos los canales donde informamos del uso de datos en el aviso legal.
- ❑ Solicitar el consentimiento expreso lo antes posible para que las personas validen o invaliden expresamente el uso que la compañía hará de sus datos personales.

Protocolo de corrección

Como medida para corregir cualquier **acción que haya desencadenado un resultado lesivo en el contacto comercial**, o bien se esté aproximando hacia un resultado lesivo aunque aún no lo haya concluido, se establece el siguiente patrón dentro de los procesos internos de la compañía:

- ❑ Informar con claridad en nuestro aviso legal del uso que se hará de los datos personales, así como los terceros con quienes se puedan compartir estos datos, para garantizar que las personas estén bien informadas en todo momento y con total transparencia del alcance en el uso de sus datos personales.
- ❑ Solicitar el consentimiento expreso lo antes posible para que las personas validen o invaliden expresamente el uso que la compañía hará de sus datos personales.
- ❑ Informar a las personas que nos lo soliciten sobre la fuente de la que se han obtenido sus datos personales profesionales.
- ❑ Cortar la relación comercial en cuanto tengamos conocimiento expreso de que la persona no desea continuar el acercamiento comercial de nuestra compañía.

- ❑ Cortar la relación comercial si de la actitud que mantiene la persona hacia nuestra compañía puede entenderse razonablemente que no desea continuar el acercamiento comercial, aunque no haya comunicado expresamente su voluntad. Para ponderar este extremo, se atenderá a la recopilación de indicios propios del sentido común, así como a los usos y costumbres propios de las relaciones profesionales, teniendo especialmente en cuenta que la persona no responda a nuestros intentos de comunicación sea cual sea el canal utilizado.
- ❑ Retirar de todas las bases de datos de la compañía el contacto de la persona que haya solicitado expresamente su derecho de exclusión por cualquier medio de comunicación que se mantenga abierto directamente con el equipo comercial (email, llamada telefónica, chat privado en redes sociales, etc).
- ❑ Retirar de todas las bases de datos de la compañía e informar inmediatamente a nuestros proveedores de bases de datos de aquellos usuarios que nos comuniquen que sus datos personales profesionales ya no se encuentran disponibles en ninguna fuente pública debido a que solicitó su retirada. En este caso, dado que el contacto se inició por error, inexactitud o desactualización de los datos de las personas, la compañía se disculpará con el usuario, cortará la relación comercial que inició, retirará sus datos de nuestras bases de datos y notificará a los proveedores de datos de tal extremo para que corrijan asimismo esta información.

PARTE 5.- Conclusión

PRIMERO.- Que en base a toda la evaluación anterior, y previo establecimiento de medidas de equilibrio en los procesos internos para garantizar la prevalencia del interés de las personas, la compañía entiende que **el interés legítimo esgrimido** para generar el acercamiento comercial o de marketing dirigido a los responsables de otras compañías **no vulnera los intereses de las personas hacia las que se genera tal acercamiento.**

SEGUNDO.- Que los **motivos** por los que se entiende no vulnerados los intereses de las personas son principalmente:

- El acercamiento se realiza salvaguardando los compromisos anteriormente descritos en los **protocolos internos** de anticipación y corrección.
- El acercamiento se realiza utilizando los datos personales como razonablemente se esperaría y para el único fin de **establecimiento de relaciones entre empresas.**
- El acercamiento se realiza partiendo de la predisposición de esas personas a que se produzcan contactos entre empresas debido al **rol que ocupan en sus compañías.**
- El acercamiento se realiza tras haber identificado un *match* previo que señala la existencia razonable de un **interés por ambas partes** en el establecimiento de contacto comercial.

Fuentes

<https://adefinitivas.com/ademas/modelo-evaluacion-del-interes-legitimo/>

<https://adefinitivas.com/arbol-del-derecho/nuevas-tecnologias/en-defensa-del-interes-legitimo-a-cargo-de-pablo-garcia-giron-perez/>

Memoria de evaluación del interés legítimo
completada por el Departamento de
Planificación Estratégica en Madrid, a 17 de
agosto de 2021. Si quieres saber más,
contacta con nosotros:

info@graspway.com

www.graspway.com

