Secuenza

Buenas prácticas legales para enviar correos

Lo que conviene saber para escribir a tus contactos dentro de la ley en España, Francia, Italia y Alemania, y cómo te ayuda Secuenza a cumplirla. Es una guía práctica, no asesoramiento jurídico: ante un caso concreto, consulta con tu abogado.

Lo que vale en toda la Unión Europea

El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) se aplica a cualquier dato de una persona, también a la dirección de correo de un profesional (`marta.gil@empresa.es`). Lo esencial:

- **Una base legal para cada contacto.** Las habituales son el **consentimiento** (te ha dicho que sí), la **relación contractual** (es cliente) y el **interés legítimo** (por ejemplo, un contacto profesional al que tu oferta le sirve en su trabajo). El interés legítimo exige sopesar: que lo que ofreces tenga que ver con su actividad y que pueda esperar tu correo.
- **Informar.** Quién eres, para qué usas sus datos, cómo dejar de recibir tus correos y dónde está tu política de privacidad.
- **El derecho a oponerse.** Darse de baja tiene que ser fácil, gratuito y aplicarse enseguida. Quien se ha dado de baja no vuelve a recibir nada, aunque lo importes de nuevo.
- **Guardar lo justo.** No acumules datos que no usas y borra todo lo de quien te lo pida.

Tú eres el **responsable** de esos datos: decides a quién escribes y para qué. Tude solo trata, por tu cuenta, los datos del seguimiento (aperturas, clics y bajas), sin las direcciones de tus destinatarios. Lo dice el contrato de encargado del tratamiento.

Las comunicaciones comerciales: cada país, sus reglas

Además del RGPD, cada país regula el correo comercial con su propia ley, a partir de la misma directiva europea. Las diferencias importan cuando escribes a otro país.

España

La **LSSI-CE** prohíbe enviar comunicaciones comerciales por correo que no se hayan pedido o autorizado de forma expresa, también cuando escribes a otras empresas. La excepción son

tus **clientes**: puedes escribirles sobre productos o servicios parecidos a los que te contrataron, si les diste la opción de negarse al recoger sus datos y se la das en cada correo.

Cada correo tiene que reconocerse como comercial e identificar a quien lo envía.

Francia

El **Code des postes et des communications électroniques** pide consentimiento previo para escribir a particulares, con la misma excepción para los clientes.

Con profesionales, la **CNIL** admite escribir sin consentimiento previo a su dirección de trabajo si lo que ofreces tiene que ver con su profesión, si se le informó al recoger sus datos y si puede darse de baja en cada correo.

Italia

El **Codice privacy** pide consentimiento previo, y el **Garante** lo aplica con rigor también a los profesionales. La excepción es el llamado «soft spam»: puedes escribir a tus clientes sobre productos parecidos a los que compraron, si les informaste y no se han opuesto.

En Italia conviene tener el consentimiento de cada contacto y poder demostrarlo.

Alemania

La ley contra la competencia desleal (**UWG**, § 7) considera un acoso inaceptable la publicidad por correo sin consentimiento expreso previo, tanto a particulares como a empresas. La excepción para clientes es estrecha: correo obtenido en una venta, productos propios parecidos, sin oposición, e informándoles al recoger la dirección y en cada correo.

En la práctica se usa el **doble opt-in** (la persona confirma con un clic en un correo) para poder demostrar el consentimiento. Y se espera que el pie del correo lleve los datos de tu empresa, como en una carta comercial.

Cómo te ayuda Secuenza

- **La base legal de cada contacto** queda guardada al importarlo o añadirlo, para que sepas a quién puedes escribir y por qué.
- **Cada correo lleva el enlace de baja** y la cabecera que usan Gmail y Outlook para su botón «Cancelar suscripción». La página de baja lleva tu marca, y la baja queda apuntada aunque tengas Secuenza cerrado: llega en cuanto lo abres.
- **La lista de supresión** impide volver a escribir a quien se dio de baja, aunque vuelva a aparecer en una importación.
- **El pie legal** con los datos de tu empresa sale en cada correo.
- **El borrado RGPD** quita un contacto con todo lo suyo: envíos, aperturas y respuestas.

- **El freno de seguridad** para una campaña si se disparan las bajas o las devoluciones, que suele ser señal de una lista que no debía usarse.
- **Las altas desde tu web** guardan si la persona marcó la casilla de consentimiento, que es obligatoria en el formulario, y cuándo. Secuenza no le manda un correo de confirmación (doble opt-in): si escribes a Alemania, tenlo en cuenta.
- **Tus contactos se quedan en tu PC.** A nuestros servidores solo llegan los datos de seguimiento, sin direcciones. Las altas desde tu web o por la API esperan allí hasta que tu programa las recoge, como mucho 30 días.

Las listas compradas o alquiladas están prohibidas en la política de uso aceptable: además de ilegales en casi todos los casos, hunden la reputación de tu buzón.

Antes de poner en marcha una campaña

1. ¿Tienes una base legal para cada contacto de la lista, según su país?
2. ¿El primer correo dice quién eres y por qué le escribes?
3. ¿Tu política de privacidad está enlazada en el pie?
4. ¿Has quitado a quien ya se dio de baja o te pidió que no le escribieras?
5. ¿Lo que ofreces tiene que ver con su trabajo (si escribes a profesionales sin consentimiento previo)?