|  |  |
| --- | --- |
| *Sumário* | O presente documento contém **instruções de trabalho** sobre qualquer tipo de tratamento a efetuar sobre dados pessoais que sejam da responsabilidade da \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, na perspetiva do departamento de marketing e comunicação. |
| Síntese  RGPD | O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) é o novo quadro legal que está em vigor a partir do dia 25 de maio de 2018 na União Europeia. A aplicação de coimas que podem ir até 4% do volume de negócios global anual ou 20 milhões de Euros torna indispensável que a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e respetivos colaboradores cumpram na íntegra o RGPD. |
| Conteúdos | [Pré-requisitos](#Prerequisitos) • [Acessos/Permissões](#acessos) • [Instruções Gerais](#InstrucoesGerais) • [Instruções Específicas](#Instrucoesespecificas) • [Previsão de Cenários e Atuação](#cenarios). |

• PRÉ-REQUISITOS•

|  |  |
| --- | --- |
| **1.**  Ler e Cumprir | No exercício das funções das tarefas de marketing, todos os técnicos da \_\_\_\_\_\_\_\_ devem tomar conhecimento do presente documento e seguir as instruções de trabalho aqui descritas.  Qualquer dúvida ou questão que surja no decorrer das suas funções e que não esteja contemplada no presente documento, deve ser colocada ao encarregado responsável pela proteção dos dados. |
| **2.** Responsabilizar e Assinar | Após tomar conhecimento deste documento, os colaboradores acima indicados devem assinar a declaração de responsabilidade sobre o uso e tratamento de dados pessoais que a \_\_\_\_\_\_\_\_ tem em sua posse. |

• **ACESSOS/PERMISSÕES** •

|  |  |
| --- | --- |
| **3.**  **Acessos &**  **Permissões** | A equipa de marketing é responsável por grande parte do tratamento de dados pessoais, nomeadamente envio de newsletters ou análise à segmentação de perfis de titulares de dados. Deve a equipa, ou os colaboradores nomeados, ter acesso completo aos perfis de particulares que não se tenham oposto ao tratamento dos seus dados.  No gestor de Dados do ARTSOFT estes utilizadores têm as seguintes funções ativas:   * Navegar apenas por dados pessoais de terceiros que tenham dado consentimento para os mesmos serem utilizados para efeitos de marketing. * Ver/Alterar/Analisar/Usar todos os dados pelos quais possam navegar, conferindo, no entanto, os impedimentos assinalados pelo GDPA[[1]](#footnote-1).   Para apoio à sua gestão de dados pessoais, consulte o documento “Sobre o tratamento e proteção de dados pessoais do ARTSOFT”, disponível no seu ARTSOFT. |
| **4.**  **Limitações** | A equipa de marketing não deve ter/tem acesso a dados que não tenham solicitado o direito à oposição[[2]](#footnote-2), o direito à anonimização2 ou o direito ao esquecimento2 a não ser por exceções indicadas pelo encarregado de proteção de dados da empresa. |

• **INSTRUÇÕES GERAIS** •

|  |  |
| --- | --- |
| **5.**  **Ter um inventário de todos os canais e fontes que geram leads/contactos** | Cabe à equipa de Marketing, em conjunto com o responsável pelo tratamento de dados *(DPO ou o colaborador destacado para o efeito),* fazer um inventário das fontes de dados. Desde formulários na internet, e-mails, telefonemas, angariação de contactos em feiras, redes sociais, etc. é preciso ter uma [lista](file:///C:\Users\TaniaL\Desktop\RGPD\EDU%20-%20EfficientDataUsability\Modelo_ListadeFontes.xlsx)[[3]](#footnote-3) de todos os pontos de contacto e indicar/anexar a essa lista os URL ou Docs associados a cada canal. |
| **6.**  **Rever sempre as informações que são disponibilizadas aos contactos e as que são recebidas** | A equipa de marketing deve ter a preocupação de rever todos os documentos de obtenção de dados, garantindo que cumpre todas as especificidades indicadas nas instruções especificas “[formulários](http://www.artsoft.pt)[[4]](#footnote-4)” e que cumpram o RGPD.  Da mesma forma, deve rever as informações que são recebidas através de formulário ou outros documentos guardando a origem do contacto. De seguida deve inserir os dados pessoais no ARTSOFT. Pode fazê-lo manualmente, ou através de processo de importação disponível. |
| **7.**  **Rever políticas de proteção de dados com empresas subcontratantes** | Confirmar e garantir que todos os responsáveis pelo tratamento de dados em regime de subcontratação estão em conformidade com as medidas do RGPD. Esta revisão deve ser feita em conjunto com o DPO ou, em ausência deste, o colaborador que ficou destacado como encarregado de proteção de dados. |
| **8.**  **Compreender os riscos associados ao uso indevido dos dados pessoais** | A equipa de marketing, dadas as suas funções, deve ler obrigatoriamente a política de gestão de dados pessoais[[5]](#footnote-5) da empresa. Todos os técnicos devem tomar as medidas necessárias para confirmar um nível de segurança do tratamento adequado que garanta a confidencialidade e a integridade dos dados e que previna a destruição, perda e alterações acidentais ou ilícitas ou, ainda, a divulgação ou acesso não autorizado a dados, tomando medidas de segurança/proteção nos instrumentos de trabalho (PC/Telemóvel, etc) |
| **9.**  **Avaliação e Monitorização contínua** | É dever do departamento de marketing permanecer atento a qualquer uso dos dados pessoais que possa cometer infrações ao RGPD. Para o efeito deve a equipa, bem como o DPO, fazer de 2 em 2 meses uma monitorização dos dados através de exportações de listas, comparando-as com os documentos de origem dos dados. |
| **10.**  **Obrigações em caso de violação do RGPD** | As violações identificadas e que sejam suscetíveis de resultar num risco para os direitos dos titulares devem ser reportadas à autoridade de controlo (CNPD), num prazo máximo de 72 horas após terem sido descobertas. Todas as violações, com mais ou menos riscos, devem ser comunicadas ao DPO ou responsável de proteção de dados da empresa, inseridas em documento, e resolvidas assim que possível para evitar repetições. |
| **11.**  **Medidas de Segurança do departamento** | A equipa de marketing deve ter um conjunto de medidas de segurança que impeçam que terceiros, nomeadamente outros departamentos, tenham acesso a dados pessoais de outros colegas.  Algumas medidas de segurança internas recomendáveis:  - Não partilhar passwords de acesso ao PC ou outros acessos como emails, etc.;  - Em caso de partilhar dados com terceiros, verificar se tem declaração de compromisso de honra para salvaguardar o envio e se tem meio de rastrear quem poderá ter acesso a eles;  - Apagar dados que não sejam necessários. Por exemplo, email dos enviados, se tiverem dados pessoais.  - Manter os dados o mais centralizados possível para que seja ágil e simples o acesso e o tratamento;  - Guardar em local seguro e protegido (com chave/cadeado) todo e qualquer documento e suporte físico com dados pessoais;  - Sempre que se afasta do PC bloqueá-lo (*ctrl+alt+del* + “Bloquear” no caso de *Windows*);  - Não tirar “*screenshots*” ou fotografias quando há dados sensíveis no ecrã;  - Não utilizar o verso de fotocópias com dados pessoais como folhas de rascunho;  - Não facultar qualquer informação com dados pessoais pelo telefone, a menos que seja possível certificar a identidade da pessoa que solicita a informação. |

• **INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS** •

|  |  |
| --- | --- |
| **11.**  **Formulários e Documentos de Obtenção de Dados[[6]](#footnote-6)** | Rever todos os campos solicitados ao utilizador aferindo se há razões para os solicitar. Se sim, criar um documento interno a indicar quais as razões; Acrescentar CheckBox com Lista de interesses para subscrição. Lista a ser feita com base no core business ou no tema concreto do formulário/documento de obtenção de dados, para garantir que há consentimento do titular para enviar comunicação.  Botão Opt-in: não deve ser utilizado Opt-out nem CheckBox pré-selecionadas, para garantir o consentimento do titular.  Deve indicar a empresa ou Terceiros que poderão ter acesso ou utilizar os dados pessoais do titular.  Informar os utilizadores sobre o direito de retirar o consentimento e dar-lhes formas fáceis de o fazer a qualquer altura.  Associar política de privacidade[[7]](#footnote-7) no final do formulário; |
| **12.**  **Recolha da informação** | A recolha da informação de dados pessoais deve ser feita, se possível, recorrendo a plataformas de automatização de e-mail-marketing que permitam por exemplo a exportação dos resultados individuais ou completos num ficheiro .csv. Não sendo possível, poderá a empresa criar um documento que possa ser depois importado no ARTSOFT.  Se o ficheiro for criado de forma automatizada através de plataforma, deve verificar se este cumpre os requisitos para permitir a importação direta para o ARTSOFT. Ver manual de utilização do GDPA.  Para uma maior comodidade e eficiência, o departamento de marketing poderá disponibilizar a plataforma dadospessoais.artsoft.pt para recolher informação atualizada junto dos titulares dos dados. Informe-se junto do DPO para agilizar procedimentos. |
| **13.**  **Documento que pode ser solicitado por terceiros, sobre a finalidade dos dados.** | É ainda das competências do departamento de marketing, criar um documento base[[8]](#footnote-8) juntamente com o DPO (se este existir) que detenha informação sobre a finalidade e o tipo de tratamento a que os dados serão sujeitos.  Este documento servirá de base a pedidos de terceiros que pretendam ter conhecimento sobre a forma como os seus dados estão a ser tratados. O envio desta comunicação ao terceiro deve ficar registado no ARTSOFT e poderá faze-lo manualmente. |
| **14.**  **Registo das ações feitas sobre os dados.** | A equipa de marketing deve registar todas as ações feitas sobre os dados, nomeadamente envio de comunicação em massa, contactos telefónicos, partilhas de contactos com terceiros, etc. O registo pode/deve ser feito na própria solução (ver help da solução). |
| **15.**  **Anexar comprovativo** | É obrigatório anexar o comprovativo[[9]](#footnote-9) da origem dos dados pessoais, bem como anexar com este os consentimentos que o titular deu sobre a sua utilização. No caso de os contactos serem fornecidos por telefone e a chamada não ficar gravada, o responsável de marketing deve disponibilizar um formulário ou outra forma de obtenção do consentimento dos dados para tratamento de marketing. |
| **16.**  **Alterações solicitadas pelo titular após inserção no GDPA** | Após inserção dos dados no ARTSOFT, o titular pode solicitar alterações dos seus dados. Estas alterações poderão ser feitas pelo próprio titular através da plataforma [www.dadospessoais.artsoft.pt](http://www.dadospessoais.artsoft.pt) ou poderá receber a solicitação por e-mail, telefone (chamada gravada) ou outra forma de contacto.  Todas as alterações deverão/poderão ser validadas pelo DPO. O responsável de marketing deve informar o encarregado da proteção de dados sobre a necessidade de este validar/fazer as alterações, enviando-lhe o comprovativo do pedido de alteração ou outras questões que possam surgir.  No entanto, com a autorização do DPO, poderá ser a equipa de marketing a proceder à alteração, uma vez que o ARTSOFT deixa registado as alterações. |

• **CENÁRIOS / PREVISÃO DE ATUAÇÃO** •

|  |  |
| --- | --- |
| **CENÁRIOS** | **COMO ATUAR** |
| Precisa de enviar um e-mail para uma lista especifica que ainda não existe. | Confirmar se tem o consentimento de todos os titulares dos dados para enviar o e-mail.  Poderá extrair listas específicas e definir várias variáveis a partir do ARTSOFT;  É aconselhável que elimine a exportação do ficheiro após a utilização. Se não a quiser eliminar, deve guardá-la em pasta protegida.  É também aconselhável que, de cada vez que pretender usar listas para e-mail marketing, exporte no próprio dia a lista para não correr o risco de usar dados desatualizados. - Se partilhar a lista com terceiros, deve garantir que há um acordo de confidencialidade.  Se depois do envio existirem remoções de subscritores, é boa prática que faça a atualização das alterações até 72 horas, anexando o comprovativo que o levou a proceder à ação e comunique essas aos subcontratantes.  O acesso às plataformas de envio de e-mail deverá também ser controlado, pois a BD que exportou contém dados importantes.  No final do envio deve registar no ARTSOFT a ação que acabou de fazer, com data e utilizadores envolvidos. |
| O titular dos dados pessoais é um cliente. Como devo proceder ao seu registo? | Deverá inserir os dados pessoais como habitualmente, confirmando se este solicitou direito à oposição a algum tema em específico.  Lembre-se, enquanto este titular for cliente e existirem documentos contabilísticos a ele associados, não poderá acionar o direito ao esquecimento no ARTSOFT. |
| O titular dos dados é um potencial cliente. Como devo proceder ao seu registo? | Deverá inserir os dados pessoais como habitualmente faz, confirmando, no entanto, se há algum direito em específico que este tenha solicitado. Lembre-se, não poderá enviar comunicação em massa a este contacto se não tiver a autorização do mesmo. |
| Não recolhi o consentimento dos dados pessoais que a empresa detém. | Se não tem o consentimento dos dados pessoais que inseriu no ARTSOFT, e pretende usá-los para efeitos de marketing, deve enviar um primeiro e-mail/sms/etc. a solicitar o consentimento. Ver modelo x[[10]](#footnote-10). Só depois poderá usar esses dados pessoais. |
| O contacto foi-me dado por telefone ou pessoalmente, por interesse do titular. Tenho consentimento para o utilizar? | Se não tem consentimento escrito e explícito do titular, isto é, um comprovativo que mostre que tem autorização para usar os dados desse titular para os fins que pretende, não os deve utilizar.  No entanto, se esses dados pertencerem a um cliente ou potencial cliente, e precisar de entrar em contacto específico com o titular, para esclarecer o mesmo sobre um pedido que o terceiro solicitou, poderá fazê-lo sem que, com isso, incumpra o RGPD. |
| Vou transferir este contacto para parceiros de negócio. Devo avisar o titular? | Se tiver consentimento do titular para transferir esse contacto para parceiros poderá fazê-lo sem avisar o mesmo, ainda que deva registar a ação da transferência.  Se não tiver consentimento, deve solicitar ao titular a permissão com um comprovativo, antes da transferência dos seus dados pessoais. |
| Houve uma violação no uso do tratamento do dado. E agora? | Avise o DPO da sua empresa. Em caso de inexistência deste, se as violações forem suscetíveis de resultar num risco para os direitos dos titulares, tem 72 horas para comunicar a mesma à autoridade de controlo. Se a violação for de risco elevado para o titular, deve avisar o próprio.  Se não existirem riscos de maior na violação, deve tomar medidas internas para evitar violações futuras semelhantes a estas. |
| O titular dos dados pessoais pediu alterações. Qual o tempo de resposta da empresa? | Tem um mês a contar da data da receção do pedido (que deverá guardar e anexar à ficha de terceiro) para proceder à alteração, a título gratuito. Esta mesma alteração deverá ser comunicada por escrito ao titular dos dados, confirmando ao próprio que a ação solicitada foi cumprida.  Nota: Deve verificar se a alteração solicitada, nomeadamente o direito ao esquecimento, é possível. |
| Não sei como definir o prazo de tratamento de dados. | O prazo do tratamento dos dados de cada titular depende do tipo de terceiro e qual é o tipo de relação com o mesmo. Deverá, por isso, definir o prazo consoante as políticas internas da empresa. Ex: Dados de terceiro obtidos através de um formulário de recrutamento. Certifique-se se: Pretende ficar com os dados desse titular em base de dados para futuras oportunidades? Por quanto tempo? E tem o consentimento para conservar os dados para esse fim? |
| O cliente pediu portabilidade dos dados, e agora? | No GDPA poderá exportar os dados pessoais de qualquer terceiro, enviando esses em formato estruturado, de uso corrente e leitura automática. Certifique-se sempre de que é o próprio titular a solicitar a portabilidade. |
| Posso usar os contactos dos titulares para Remarketing Online? | Se nos documentos de obtenção dos dados tiver informado o utilizador de que irá usar os dados para anúncios em redes sociais e outras plataformas de anúncios, e esse tiver dado o consentimento, poderá fazer remarketing.  Aconselha-se a leitura das políticas de privacidade das Redes Sociais (ex: facebook, instagram, Linkedin) e plataformas PPC (ex: Google adwords) onde pretende promover o remarketing. |

|  |
| --- |
| Notas finais:  As instruções de trabalho aqui sugeridas devem ser alteradas e validadas conforme a política de RGPD da sua empresa. Este documento serve apenas de exemplo e foi constituído a título generalista para poder ser o mais abrangente possível.  Este documento não dispensa a consulta ao RGPD. A ARTSOFT está ainda disponível para troca de informações.  Para o efeito pode deixar sugestões ou notas que considere pertinentes através do e-mail [marketing@artsoft.pt](mailto:marketing@artsoft.pt). |

1. GDPA – Gestor de Dados Pessoais do ARTSOFT [↑](#footnote-ref-1)
2. Ver página 5 do documento ‘Introdução Geral ao RGPD’ para compreender os direitos acima indicados. [↑](#footnote-ref-2)
3. Documento em Excel para utilização de Empresas que tenham o Gestor de Dados Pessoais ARTSOFT. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ver modelos de formulários que poderá querer utilizar/adaptar. [↑](#footnote-ref-4)
5. Ver politica de privacidade e Termos de responsabilidade da empresa. [↑](#footnote-ref-5)
6. Ver modelos X, Y, Z com vários formulários que poderá adaptar para a sua empresa. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ver modelos x, y com política de privacidade e de termos de responsabilidade. [↑](#footnote-ref-7)
8. Ver modelo de documento base com finalidades e tipo de tratamento. [↑](#footnote-ref-8)
9. Todos os comprovativos devem estar em pasta protegida, de acesso limitado. [↑](#footnote-ref-9)
10. Modelo de documento a pedir consentimento para o uso de dados pessoais. [↑](#footnote-ref-10)