

## A fondo

No todas las empresas aragonesas tienen dados de alta sus ficheros de datos ante la Agencia Española de Protección de Datos, primera obligación de la LOPD. Se exponen a una sanción sin olvidar que dejan de transmitir una imagen de respeto a la privacidad de los clientes y trabajadores

# UNA PROTECCIÓN DE DATOS POR CUMPLIR

**A**unque lleva en vigor camino de 20 años y su incumplimiento implica importantes sanciones económicas (de 900 a 600.000 euros dependiendo del tipo de infracción), no todas las empresas aragonesas cumplen a día de hoy con la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). Una norma destinada a la protección de las personas físicas y que obliga a todas las compañías a poner en marcha distintas medidas para garantizar la seguridad de los datos de carácter personal.

Según un estudio de enero de 2014 de la Agencia y del Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística, un escaso 41% de las firmas radicadas en la comunidad cumplían con lo establecido en la ley. Por su parte, la Agencia Española de Protección de Datos, en su memoria de 2014, recoge que en Aragón hay inscritos 107.200 ficheros de titularidad privada (77.319 en Zaragoza, 19.733 en Huesca y 10.148 en Teruel) y 43.138 responsables de dichos ficheros.

«El nivel de cumplimiento ha mejorado mucho, pero todavía hay una pequeña reticencia a cumplir con todas las exigencias, tanto legales como técnico-organizativas, que marca la ley. De hecho muchas veces, y quizá este sea uno de los inconvenientes más relevantes, se concibe que cumplirla es más bien un gasto que una inversión», señala Daniel Chóliz del Junco, del departamento Regulatory & Compliance de Deloitte Abogados y especialista en protección de datos. «Si las empresas supieran a qué multas están expuestas, aunque solo fuera por eso, que no debería, cumplirían probablemente la ley», comenta este abogado en referencia al régimen sancionador, «que es muy severo».

### Valores importantes

No obstante, Chóliz del Junco hace hincapié en que no solo se trata de cumplir con la legislación sino de transmitir como compañía una imagen de respeto a la privacidad e intimidad de los trabajadores, los clientes y proveedores. «Desde el despacho decimos mucho que cumplir con la LOPD mejora notablemente tu orden, tu organización interna y trasladadas al mercado o a tus clientes o trabajadores una mayor sensación de confidencialidad y privacidad que son una serie de va-

lores que hoy en día son muy importantes», resalta.

El primer requisito que marca la ley es dar de alta el fichero de datos de carácter personal ante la Agencia Española de Protección de Datos, y no cumplirlo es sancionable con una multa de entre 900 y 40.000 euros. «Es el paso esencial y se puede hacer incluso por internet. Lo más difícil es a posteriori: dar cumplimiento a lo que has dicho que vas a hacer», subraya Luis Solana, del despacho MSP Abogados de Zaragoza, que patrocina el comité jurídico-legal de Aragón Jóvenes Empresarios (AJE), que recientemente organizó una jornada para difun-

dir las claves básicas de la LOPD en la que participó este abogado.

«Informas de la persona de la empresa que será la encargada del fichero y responsable de su control. Además, tienes que comunicar qué protocolos vas a seguir. Todo eso hay que cumplirlo y es ahí donde se pueden dar las infracciones. Salvo que existan denuncias, no es habitual que haya inspecciones. El día que la Agencia de Protección de Datos se ponga a inspeccionar a todo el mundo pasará como con la protección de riesgos laborales y la gente se tendrá que poner las pilas, por decirlo de alguna manera», asegura Solana, cuyo despa-

cho es un buen ejemplo de cómo cumplir con la LOPD.

### El consentimiento

Este abogado pone el acento en la importancia del consentimiento del cliente. «Es clave para cumplir bien con la normativa y es un aspecto de sensatez legal. Se trata de que la persona que te cede los datos manifieste de una manera expresa su consentimiento. Es tan fácil como elaborar un documento donde esa persona escriba su nombre, apellidos, DNI y ponga los datos que te cede y lo firme», informa. Luis Solana destaca también que es fundamental el comunicar a los

clientes los derechos que tienen de acceso, de rectificación, cancelación y oposición.

Asimismo, es obligatorio notificar cualquier modificación sustancial sobre los ficheros inscritos o la cancelación de los mismos, tal y como apunta Flor Marian, de Q&MA Consultores Huesca, empresa asociada a AJE. «Además, hay que elaborar y mantener actualizado el documento de seguridad y hacer auditorías periódicas. En este punto, hablamos de empresas que tengan medidas de seguridad de nivel medio y alto porque manejan datos más sensibles», aclara. «La ley dice al menos una auditoría cada dos años, pero

## Leticia Rivera/ Agencia LeticiaRivera.com



La oscense Leticia Rivera, consultora especialista en márketing y relaciones públicas. ARÁNZAZU NAVARRO

## «Al final contraté los servicios de una consultoría. He ahorrado tiempo»

En un principio la idea de Leticia Rivera, responsable de la agencia LeticiaRivera.com de consultoría y asesoría para empresarios y pymes de todos los sectores, era gestionar ella misma todo lo relacionado con la protección de datos que maneja a través de su agencia, pero pronto desistió y

decidió que fuera una consultora (en este caso Q&MA Consultores Huesca) la que se encargara de ello. «Asistí a una charla en la que se explicaba todo el proceso. Fui con mi libreta a coger apuntes, pero vi que era un follón hacerlo yo sola. Por eso me decanté por contar con los servicios de

una consultoría. No fui la única, el 70% o el 80% de las personas allí presentes hicieron lo mismo», explica esta joven oscense, afincada en Zaragoza, consultora y especialista en márketing y relaciones públicas.

«Ha sido de las mejores decisiones que he tomado. He com-

prado tiempo que puedo dedicar a trabajar. Hay muchos aspectos que tienes que tocar, muchas características y especificaciones y te puedes equivocar en cualquier momento. Si intentas dedicarte a todas las áreas de tu empresa, no puedes hacer todo bien. Ahora tengo toda la seguridad y he ahorrado tiempo», indica. Asimismo, esta joven con empuje considera que contratar servicios externos para cumplir con la protección de datos es un gasto no muy grande. «Y menos comparado con si te ponen una sanción», añade.

Los datos que maneja Rivera son de clientes, proveedores, colaboradores, lectores de su blog y de contactos interesados en sus servicios. «Nombres, e-mails, cuentas bancarias, NIF, direcciones...», apunta.

Fue en el momento en el que creó la web y se enteró de su obligación de cumplir con la ley cuando Leticia Rivera se puso manos a la obra. «Era algo que me preocupaba y no pasó ni tres semanas en ponerle solución. Vi lo que podía pasar y empecé a mirar cómo podía hacerlo. Ahora estoy tranquila», subraya.

Desde hace más de cinco años está al frente de la agencia que creó, que se dedica también a la formación. Además, Rivera asiste como ponente a congresos. «Ayudo a empresarios y pymes a analizar la estrategia de comunicación, a posicionarse en el mercado, conseguir más visibilidad y lograr más ingresos con técnicas de márketing. Y trabajo con colaboradores», apunta. **M. U.**