

LA LOPD EN EL DÍA A DÍA

Aprobación del Nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos

Por fin, ya está aquí el Nuevo Reglamento Europeo que estábamos esperando.

Su aprobación el pasado 14 de abril culmina el proceso iniciado en 2012 para **unificar la normativa en protección de datos a nivel europeo**.

Algunas de las obligaciones para las entidades que traten datos personales son:

- Deberán **actuar responsablemente** acreditando que están adoptando las medidas de seguridad necesarias.
- En ocasiones, deberán **realizar evaluaciones de impacto de riesgos**.
- Deberán adoptar los principios de protección de datos **por defecto y desde el diseño**.
- Deberán **comunicar las brechas de seguridad** a las autoridades de control y a los afectados.
- Se establece el **sistema de ventanilla única** como autoridad de control.
- Deberán adoptar los **principios de transparencia y de accountability**.
- Aparición de la **figura del DPO**.
- **Aumento importante de las sanciones**.

Contenido

Aprobación del Nuevo Reglamento Europeo de Protección...	1
Sanción por envío de correos comerciales no solicitados	2
Deber de información de la empresa a sus trabajadores	3
Eliminar fotos y vídeos de internet	4
¿Es segura la firma electrónica a través de la red?	5



IMPORTANTE

El REPD será directamente aplicable a todos los Estados Miembros de la Unión y sus disposiciones no serán de aplicación hasta transcurridos 2 años desde su publicación en el DOUE.

SANCIONES DE LA AEPD

Sanción por envío de correos comerciales no solicitados

En el [PS/00558/2015](#) vemos la sanción impuesta por la AEPD a un conocido Centro Comercial por **enviar correos publicitarios a un cliente que no habían sido solicitados.**

En abril de 2015 tiene entrada en la AEPD escrito del denunciante manifestando que **tras intentar solicitar la baja en repetidas ocasiones, sigue recibiendo publicidad y que la cláusula para darse de baja nunca ha funcionado.**

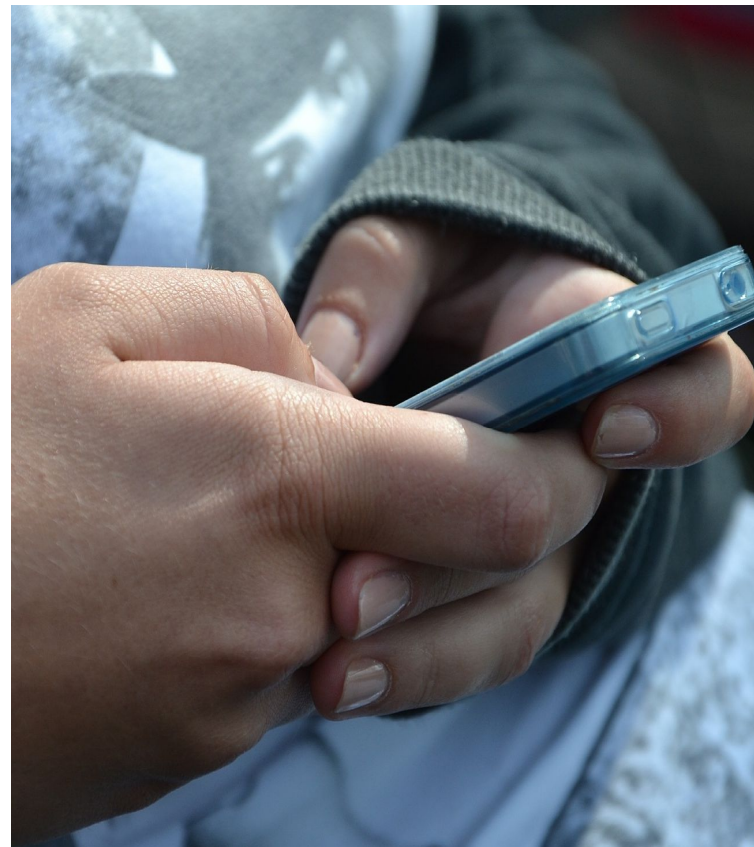
Tras requerir las bajas, el denunciante había recibido un correo del Centro Comercial en el que se le indicaba **que no figuraba ningún cliente con su dirección de correo**, solicitándole los datos con los que se registró originariamente en la web.

A la vista de los hechos denunciados, los Servicios de Inspección de la Agencia solicitan información al Centro Comercial y piden al denunciante que reenvíe dos correos electrónicos a éste, para analizar los medios de baja que han sido facilitados.

Tras analizarse la cuenta del envío y comprobar que el denunciante cambió el servidor que utilizaba, implicando que su cuenta fuera indistintamente C.C.C. o D.D.D., el Centro Comercial **respondió que no se dio de baja al cliente porque la solicitud contenía un sólo apellido y los datos de un correo electrónico y dirección que no tenían registrados, por lo que no les había sido posible atenderla.** Aun así, la directora de la AEPD acordó iniciar el procedimiento sancionador contra el Centro Comercial por posible infracción de la LSSI.

Resultado: multa de 3.300 € a CARREFOUR por una infracción del artículo 21 de la LSSI, tipificada como leve en el artículo 38.4.d) de la misma.

El prestador de servicios deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse en cada mensaje enviado.



IMPORTANTE

Atender correctamente el ejercicio de los derechos ARCO por parte de las organizaciones, es esencial si no queremos recibir una denuncia de un cliente insatisfecho.

LA AEPD ACLARA

Deber de información de la empresa a sus trabajadores



El Informe [0464/2013](#) de la AEPD da respuesta a la consultante sobre si está actuando o no correctamente **al entregar a todos sus trabajadores un Anexo al contrato relativo al deber de confidencialidad, y al deber de informar sobre el control del uso de Internet y del correo electrónico para fines profesionales.**

De la consulta se extrae lo siguiente:

- Que tanto el responsable como el encargado del tratamiento, tienen la obligación de adoptar las medidas técnicas y organizativas que garanticen la seguridad de los datos, entre ellas, **la obligación de informar al personal con acceso a datos sobre su deber de secreto profesional respecto al uso de los datos personales** en el desempeño de sus tareas laborales.
- Que respecto a la información sobre el uso del correo electrónico corporativo por los trabajadores y siendo éste propiedad de la empresa, según la AEPD, deberá ser destinado sólo para fines profesionales y no personales, **pudiendo ejercer el empleador un control empresarial sobre dicho correo, eso sí, previa información al trabajador sobre dicho uso y control.**

Por tanto, **con la firma del Anexo al contrato existiría una información expresa al trabajador** sobre el uso que debe darse a este tipo de medios; siendo la firma un medio lícito de prueba de dicha obligación cumpliendo así con la LOPD.



IMPORTANTE

La protección de la intimidad del trabajador es compatible, con el control del correo corporativo por el empresario, siempre que aquél haya sido debidamente informado.

ACTUALIDAD LOPD

Eliminar fotos y vídeos de internet



Fuente: www.agpd.es

Eliminar fotos y vídeos de internet

Cómo solicitar la eliminación de fotos o vídeos publicados en internet

Tu imagen, tanto una foto como un vídeo en el que apareces, es un dato personal. La difusión de imágenes o vídeos publicados en diferentes servicios de internet sin el consentimiento de las personas que aparecen en ellos, sobre todo en redes sociales, es un tema que se plantea con frecuencia ante la Agencia. La Ley Orgánica de Protección de Datos reconoce a las personas el derecho a que sus datos personales inadecuados o excesivos se supriman cuando así lo soliciten.

La Agencia Española de Protección de Datos tutelaré tu derecho de cancelación si, después de haberte dirigido al responsable por un medio que permita acreditarlo, dicho responsable del tratamiento de datos no te ha respondido en el plazo establecido o si consideras que la respuesta no ha sido adecuada.

Qué debes hacer

- El ejercicio del derecho de cancelación sólo puede solicitarlo el afectado o, en caso de tratarse de menores de 14 años, sus padres o tutores legales.
- Siempre que las circunstancias lo permitan, es recomendable contactar con quien subió el contenido solicitándole su eliminación. Tanto si optas por dar ese paso como si no lo haces, es imprescindible que te dirijas a la empresa u organismo que está tratando/difundiendo esos datos, en este caso a la red social o página web en la que se han publicado esas imágenes o vídeos, acreditando tu identidad e indicando qué enlaces son los que contienen los datos que quieres cancelar.
- La empresa debe resolver sobre la solicitud de cancelación en el plazo máximo de diez días a contar desde la recepción de la misma. Transcurrido ese plazo sin que de forma expresa te respondan a la petición o si consideras que esa respuesta es insatisfactoria, puedes interponer la correspondiente [reclamación de tutela](#) ante esta Agencia, acompañando la documentación acreditativa de haber solicitado la cancelación ante la entidad de que se trate. Este punto es muy importante, ya que si no puedes acreditarlo que has ejercido en primer lugar tu derecho de cancelación ante quien está tratando/difundiendo esas imágenes o vídeos no podremos ayudarte.

Las redes sociales más populares, por su parte, disponen de mecanismos establecidos para comunicarles vulneraciones de la privacidad o contenidos inapropiados mediante sus propios formularios. A continuación, detallamos algunos de los métodos que ofrecen:

Puede ver más información en el siguiente enlace:

http://www.agpd.es/portaleswebAGPD/CanalDelCiudadano/eliminar_fotos_videos/index-ides-idphp.php

EL PROFESIONAL RESPONDE

¿Es segura la firma electrónica a través de la red?

En un mundo cada vez más globalizado, Internet es el medio idóneo para que las empresas den a conocer sus productos y servicios y realicen transacciones comerciales. Sin embargo, **el comercio electrónico encuentra en la seguridad su principal obstáculo.**

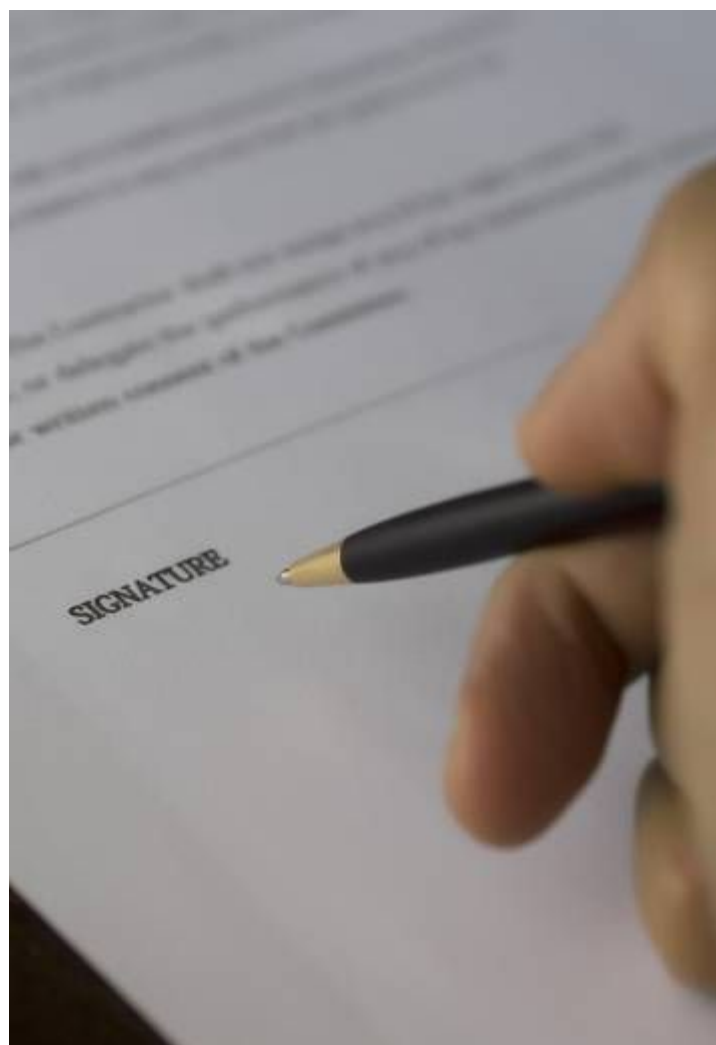
La firma electrónica se define como el conjunto de datos que van asociados a un mensaje y que permite asegurar la identidad del firmante y la integridad del mensaje.

Con la entrada en vigor de la Ley de firma electrónica, Ley 59/2003 de 19 de diciembre, se intenta dar confianza a los ciudadanos en las comunicaciones telemáticas.

Además, para dar mayor seguridad jurídica, se ha aprobado la Ley 34/2002 de comercio electrónico (LSSI), que **incluye como prueba documental el soporte en el que figuran los datos firmados electrónicamente.**

Estas dos normas legales, junto con las características esenciales de la firma electrónica (autenticidad, integridad, confidencialidad y no repudio), hacen de la **firma electrónica un instrumento capaz de permitir la comprobación de la procedencia (autenticidad), así como la integridad de los mensajes intercambiados** a través de redes de telecomunicaciones, dotándola de un medio eficaz, legal y seguro de intercambio de información.

Hoy día, con un certificado o una firma digital, podemos acceder a numerosos servicios telemáticos de empresas, de la Administración, de la Agencia Tributaria, de la Agencia Española de Protección de Datos, etc..., permitiéndonos realizar trámites on line en prácticamente todos órganos administrativos de forma totalmente segura.



IMPORTANTE

La firma electrónica equivale a la firma manuscrita. Con ella, una persona acepta el contenido de un mensaje electrónico a través de cualquier medio electrónico válido.