

El próximo 25 de mayo entrará en vigor el Reglamento General de Protección de Datos. Este Reglamento, de ámbito comunitario, se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea y contiene la reglamentación relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos. Tras un periodo de dos años desde que se publicara en mayo de 2016, es ahora cuando entra en vigor.

La novedad más importante de este nuevo Reglamento es la exigencia de consentimiento explícito para el tratamiento de los datos personales. Esto afecta de manera muy concreta al uso de las bases de datos de las que se dispone y al envío de comunicaciones comerciales que se realicen.

Con respecto a las bases de datos anteriores a la entrada en vigor del Reglamento, será necesario obtener el consentimiento explícito para poder seguir utilizándolas. Este punto puede dar lugar a confusión, ya que, atendiendo al caso concreto, se deberá obtener el consentimiento siempre que no haya sido obtenido de la forma correcta conforme a lo establecido al actual RGPD, y sí se podrá seguir utilizando en caso de ampararlo en la LSSI.

Deberá desagregarse en diferentes textos y con diferentes casillas de marcación los diferentes consentimientos, como por ejemplo la cesión de datos a terceros.

El pasado día 19, CEHAT fue uno de los participantes en el encuentro informativo de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) para facilitar la diseminación de la nueva reglamentación en nuestro sector.

Entre los aspectos más relevantes abordados en dicha jornada informativa, podemos destacar los siguientes aspectos:

- En caso de que el hotel quiera conservar los datos del cliente facilitados durante el check in para posteriores estancias, deberá informarlo en la cláusula de protección de datos que figure en el formulario de entrada. Teniendo en cuenta que la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI) habilita para el envío de publicidad mediante medios electrónicos de productos similares a todos los clientes, la Agencia de Protección de Datos aclara que, en el caso del sector del alojamiento, se entiende que los clientes han prestado su consentimiento en tanto en cuanto no lo revoquen. En todas las comunicaciones electrónicas, se deberá ofrecer la opción de darse de baja (revocación del consentimiento). La Agencia matiza que, para la mercadotecnia directa, será necesario obtener el consentimiento, ya que en ese caso, no resulta de aplicación la LSSI (por ejemplo, envío de publicidad postal).

- La carga de la prueba del cumplimiento en materia de protección de datos recae sobre el responsable del tratamiento de los datos. Será quién deberá probarlo frente a la AEPD. El plazo durante el cual se debe conservar la documentación que acredite el cumplimiento de las obligaciones en materia de protección de datos es de 3 años desde que finalice el periodo del tratamiento de los datos.
- Sobre la obligación de regular las relaciones entre responsable y encargado del tratamiento, que se refiere a la actualización de los anexos de los contratos de proveedores, la Agencia mantiene que se podrán mantener los contratos actuales hasta la fecha de vencimiento; una vez llegada la fecha de vencimiento será necesaria su actualización e incluir el anexo de encargado de tratamiento conforme al artículo 28 del RGPD. En caso de contratos indefinidos, deberá actualizarse, computando un periodo de 4 años desde la fecha de entrada en vigor del reglamento (25 de mayo de 2018). En el caso de contratos prorrogables automáticamente, deberán actualizarse antes de la entrada en vigor de la prórroga.
- La creación de perfiles (entendiendo por perfil el tratamiento de datos que supone una evaluación de aspectos de la personalidad, por ejemplo análisis de comportamiento de compra del cliente y siempre que la publicidad enviada al cliente esté basada en el perfil y no afecte significativamente al cliente) deberá contar con el consentimiento del afectado por el tratamiento de los datos, dando la opción de oponerse a la realización de dicho tratamiento.
- Se unifica el plazo de ejercicio de derechos: plazo de respuesta de un mes desde la fecha de recepción de la solicitud.
- En caso de disponer de cámaras de videovigilancia, será suficiente con mantener los carteles informativos de este hecho siempre que en la información de la cláusula ampliada figuren los requisitos que recoge el artículo 13 de la RGPD.
- El reglamento europeo no excluye de su ámbito de aplicación a las personas físicas representantes de personas jurídicas; sin embargo, el anteproyecto de ley española sí recoge esa excepción del tratamiento de los datos personales de personas físicas representantes de personas jurídicas, siempre que se realice en el ámbito de las relaciones comerciales jurídicas.
- En el caso de que un afectado por el tratamiento de los datos ejercite su derecho de acceso sobre la grabación de una llamada telefónica, deberá ser entregada la grabación (por ser la voz dato personal).