

# **EL IMPACTO DE LAS TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES DE DATOS EN AMERICA LATINA**

## **LAS POLÍTICAS PREVENTIVAS Y LA AUTORREGULACIÓN EN LA IMPLANTACIÓN DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS**

### **CARTAGENA DE INDIAS 14 – 16 DE JUNIO DE 2011**

# INSPECCIONES SECTORIALES

**JESÚS RUBÍ NAVARRETE**  
**ADJUNTO AL DIRECTOR**  
**AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS**

- **Inspecciones sectoriales**
  - **Criterios**
    - **Tratamientos masivos**
    - **Sensibilidad de la información**
    - **Desarrollos tecnológicos**
    - **Complejidad de los tratamientos**
    - **Coordinación con otras APD,s**
  - **La definición de la muestra a inspeccionar**

- **Relación de Inspecciones sectoriales**
  - **2007**
    - **Transferencias internacionales y Telemarketing en compañías de telecomunicaciones**
  - **2008**
    - **Llamadas telefónicas no solicitadas con fines de venta directa**
    - **Mensajes electrónicos comerciales no solicitados y servicios *premium* en telefonía móvil**
    - **Difusión en Internet de imágenes captadas con videocámaras en lugares públicos**
    - **Identificación de menores en servicios de Internet**
  - **2009**
    - **Videocámaras en Internet**

## – Actividades

- **Requerimientos de información**
- **Inspecciones presenciales**
  - **Examen de documentos**
  - **Inspección de equipos físicos y lógicos**
  - **Requerir la ejecución de tratamientos**
  - **Autorización del Director AEPD**
    - **Inspector habilitado e identidad del inspeccionado**
  - **Colaboración con otras Autoridades**

- **Acta de inspección**
  - **Disconformidad y negativa a la firma**
  - **Valor del Acta**
    - **Presunción de certeza (no iuris et de iure)**
    - **Sobre los hechos (no calificaciones jurídicas)**
    - **Condición de autoridad pública**
    - **Funcionarios especializados**
    - **Obligación de imparcialidad**
  - **Secreto**

- **Resultado de la inspección**
  - Descripción de las actuaciones
  - No identificación
  - Conclusiones
  - Recomendaciones (sector, terceros interesados)
  - Declaración de infracciones (Videocámaras en Internet. Cadenas hoteleras)

- El análisis de la AEPD constata que mientras los centros sanitarios privados presentan índices de cumplimiento elevados, los públicos muestran mayores deficiencias y menores niveles de cumplimiento.
- Los principales incumplimientos se dan en la implantación de medidas de seguridad y custodia de la información, la inclusión de cláusulas informativas en la recogida de datos y la realización de auditorías de seguridad.
- El 30% de los centros públicos carece de medidas para evitar la pérdida o acceso indebido a la documentación clínica durante su transporte, y en el 35% el archivo de las historias clínicas carece de mecanismos que impidan su apertura.
- Cerca del 40% de los centros sanitarios públicos y del 15% de los privados incumplen la obligación de tener un registro de accesos a la información sanitaria.
- Sólo el 55% de los centros públicos incluye cláusulas informativas en los formularios de recogida de datos, frente al 94,5% de los centros privados.
- El 66% de los centros sanitarios públicos no realizan auditoría de seguridad.
- Se constata un elevado nivel de cumplimiento en el conjunto de centros auditados- públicos y privados- en la obligación de inscribir sus ficheros en la AEPD.
- La AEPD ha requerido a más de 200 centros la adopción de medidas correctoras y la comunicación de las mismas a la AEPD en un plazo de 6 meses.
- Se ha dado traslado a la Subdirección de Inspección de la AEPD de los más de 40 centros que no han atendido el requerimiento, dado que podrían haber incurrido en una infracción de la LOPD.

- **Se trata de cámaras conectadas a Internet que permiten un acceso remoto a través de la Red al visionado de las imágenes en tiempo real**
- **Entre las principales situaciones detectadas se ha constatado que existen muchos casos en los que las cámaras que emiten imágenes a través de Internet únicamente recogen paisajes o panorámicas que, al no recabar imágenes de personas que pudieran ser identificadas o reconocidas, no presentan riesgo para la privacidad**
- **Se ha detectado que parte importante de estas cámaras carecen de controles de acceso y captan y difunden imágenes de personas identificables en la vía pública, el lugar de trabajo o en el interior de establecimientos comerciales**
- **La AEPD destaca en la inspección sectorial que la visualización de las imágenes captadas por la cámara puede hacerse desde cualquier ordenador conectado a Internet, siempre que no se hayan establecido controles de acceso a la misma. Y no sólo se puede acceder al visionado, sino que en ocasiones también se puede manejar remotamente la cámara (zoom, moverla en sentido horizontal y vertical, sonido e incluso grabar las imágenes recibidas).**

- **Se detecta que, pese a que estas cámaras disponen de mecanismos de control de acceso basados en usuario y clave o contraseña, es habitual que vengan desactivados de fábrica o vengan activados con usuarios y contraseñas por defecto. Además, como se ha como se ha analizado, es demasiado frecuente que las personas que compran estas cámaras no activen dichos controles o no cambien las claves que vienen por defecto, lo que crea vulnerabilidad al dejar a la cámara en una situación de “puertas abiertas”**

- **Decálogo de uso**
- **La AEPD ha elaborado un decálogo con recomendaciones para que la utilización de las cámaras que emiten a través de Internet se haga conforme a la normativa de protección de datos. Destacan, entre otras:**
  - **1. Es esencial activar el control de acceso a las imágenes con usuario y contraseña. Formar al personal que las utiliza.**
  - **2. Recordar tanto a particulares como a empresas que la utilización de videocámaras para vigilar la vía pública está reservada únicamente a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.**
  - **3. Hay que tener en cuenta que si se van a usar videocámaras por motivos de seguridad privada, éstas sólo podrán ser instaladas por empresas autorizadas por el Ministerio del Interior.**
  - **4. Si capta de imágenes panorámicas, -paisajes, edificios, tráfico urbano etc.-, asegúrese de que nunca se tomen planos cercanos que muestren rasgos reconocibles y evite que terceros no autorizados accedan a los controles de la cámara.**

- **5. Si se emplean cámaras de video conectadas a Internet que permiten un acceso remoto a través de la Red al visionado de las imágenes en tiempo real para el control de la actividad de los trabajadores, deben ser informados y respetarse sus derechos. Si se van a difundir imágenes de una empresa con fines promocionales es necesario obtener el consentimiento de los empleados.**
- **6. Asegúrese de que si los menores utilizan webcams para realizar videollamadas, chat con video o mostrar imágenes en tiempo real a amistades, lo hacen de forma segura y controlada y compruebe que los menores realizan un uso apropiado, bajo su supervisión de las webcam.**
- **Asimismo, se incluye como recomendación a los fabricantes y distribuidores de estos dispositivos que faciliten, junto con la documentación o instrucciones, el Decálogo para usuarios de videocámaras conectadas a Internet.**

**Llamadas telefónicas y mensajes a teléfonos móviles con fines publicitarios y prestación de servicios de tarificación adicional “Premium” desde teléfonos móviles.**

- **Según los datos extraídos del plan sectorial el 53% de las compañías analizadas acuden a las guías telefónicas para seleccionar a los destinatarios de sus campañas mediante llamadas a telefonía fija.**
- **En este sentido ha llamado la atención sobre el hecho de que tan solo un porcentaje inferior al 1% de los abonados de las guías telefónicas han solicitado, mediante el mecanismo legalmente establecido para tal fin, no ser objeto de prácticas comerciales, en particular, de llamadas telefónicas**
- **En relación con las llamadas comerciales a teléfonos móviles se ha podido constatar que una práctica habitual para la realización de llamadas a teléfonos móviles consiste en seleccionar a los destinatarios en función de los rangos de numeración móvil asignados a otro operador, adaptando así la oferta comercial a mejorar las condiciones ofrecidas por éste. La práctica consiste en elaborar secuencialmente listados de números telefónicos móviles y distribuirlos entre los distintos teleoperadores de la plataforma de atención al cliente**

- **Asimismo, la AEPD destaca el hecho de que el usuario no disponga de medios eficaces para manifestar públicamente su voluntad de ser excluido de este tipo de prácticas promocionales a través de llamadas a móviles (Listas Robinson)**
- **Llama la atención sobre prácticas declaradas por algunas de las compañías, como la utilización de datos de “personas recomendadas” por clientes de la propia compañía. La AEPD recuerda que la utilización de tales datos, requiere el consentimiento de los “*recomendados*” para que la técnica sea acorde a la Ley**

### Publicidad SMS

- Si bien en las inspecciones se ha verificado que las principales operadoras que realizan publicidad mediante SMS lo hacen conforme a la normativa aplicable(LSSI), únicamente con sus clientes y con servicios relacionados con lo que cada uno ha contratado y a otras ofertas similares, la AEPD les reclama una mayor claridad en las cláusulas en las que se informa al abonado de la posibilidad de oponerse a recibir comunicaciones comerciales de la compañía y métodos sencillos para ello.
- se destaca que la mayor parte de estos envíos masivos de comunicaciones comerciales realizados por terceras entidades se consideran ilícitos al no tener consentimiento de los abonados para su remisión. También se resalta que en ocasiones se suelen utilizar entidades agregadoras de tráfico - entidades que tienen una gran capacidad para remitir un volumen muy alto de mensajes - ubicadas fuera del territorio español y la Unión Europea, lo que dificulta su investigación y sanción por parte de la AEPD.
- Frente a estas prácticas, la AEPD ha tenido conocimiento de que la mayor parte de las operadoras de telefonía móvil auditadas han establecido controles para impedir, en lo posible, el envío masivo de mensajes publicitarios no solicitados, utilizando diferentes parámetros con objeto de proteger a sus clientes de esta forma de comunicación comercial.

### Mensajes de tarificación adicional (Premium)

- En relación con estos servicios el plan sectorial de oficio subraya que las cláusulas informativas que se incluyen en la publicidad estos servicios adolecen de poca información, ya que se utilizan habitualmente palabras incompletas o abreviadas en mensajes a móviles, y carteles informativos de difícil lectura. Asimismo se indica que el análisis de las reclamaciones presentadas ante la AEPD pone de manifiesto que algunos proveedores de contenidos Premium, realizan en ocasiones altas sin informar al usuario de que se está suscribiendo en un servicio de tarificación adicional, y por tanto, del coste de los mensajes, del procedimiento de baja, de los tratamientos que se van a realizar con los datos, etc.
- Sobre a estos servicios la AEPD se alerta especialmente sobre la contratación de estos servicios por parte de los menores, uno de los sectores de consumidores más vulnerables es el de los menores, porque son más susceptibles de engaño que los adultos.

- **RECOMENDACIONES A USUARIOS**

- **Sobre llamadas comerciales no solicitadas**

- 1. Si las llamadas son realizadas por una compañía con la que el ciudadano mantiene una relación contractual, podrá comunicarle su oposición a recibir llamadas con fines comerciales.
- 2. Para no recibir llamadas comerciales a través de una línea de telefonía fija podrá solicitar al operador que no se publiquen sus datos en guías telefónicas públicas o que tales datos sean marcados de tal forma que no puedan ser utilizados con fines comerciales.
- 3. Llamadas aleatorias. Para evitar estas llamadas, el ciudadano puede manifestar su negativa u oposición ante los promotores de las mismas una vez que se ha realizado la llamada.

- **Recomendaciones sobre SMS y mensajes de números de tarificación adicional**

- 1. No responder a mensajes de procedencia desconocida, y Desconfíe de mensajes con contenidos sospechosos (adjudicación de o gangas en general) o contengan errores ortográficos o gramaticales.
- 2. Con carácter general, se recomienda conservar evidencias sobre los mensajes no solicitados recibidos en su móvil, al objeto de poder interponer posibles reclamaciones.
- 3. Tenga en cuenta que usted puede pagar por recibir mensajes, en lugar de por su envío, cuando se suscribe o se da de ALTA en un servicio de suscripción por SMS, y que esta situación se mantendrá hasta que usted solicite la BAJA del servicio.

- **RECOMENDACIONES A USUARIOS**
- **Específicamente dirigidas a menores**
- **1. No basta con limitar el saldo de los teléfonos, hay que controlar el acceso a contenidos poco apropiados y contactos que puedan resultar peligrosos. Enseñarles que deben ser cuidadosos con la utilización del móvil, guiarles, y conseguir que confíen en los padres**
- **2. La numeración de los servicios Premium pasa de 4 dígitos, a 5 o 6, estableciendo prefijos, de tal forma que cada uno define el contenido, precio y tipo de servicio. Esto facilita que los padres o tutores controlen el acceso de los menores a contenidos para adultos, pudiendo utilizar procedimientos de bloqueo a estos accesos, en la contratación o posteriormente**

- **RECOMENDACIONES A LAS COMPAÑÍAS**

- **Sobre llamadas comerciales no solicitadas**

- 1. Las compañías deben verificar que los destinatarios de las llamadas comerciales no automáticas no figuren en las guías o no hayan ejercitado su derecho a que, aunque aparezcan, no sean utilizados con fines de publicidad.
- 2. Las compañías establecerán procedimientos sencillos para facilitar al cliente, a lo largo de toda la relación contractual, el ejercicio gratuito de su derecho de oposición a la utilización de sus datos con fines publicitarios.

- **Sobre publicidad SMS**

- 1. En los mensajes publicitarios remitidos por SMS se ofrecerá un medio sencillo y gratuito que permite ejercer el derecho de oposición, mediante mensajes cortos SMS o alternativas gratuitas adicionales, como centros de atención telefónica o la página *Web* de la entidad
- 2. Los prestadores de servicios que remitan publicidad deberán asegurarse de que ostentan para ello el consentimiento de los destinatarios. En el caso de existir una relación contractual previa no es necesario el consentimiento, pero la publicidad deberá referirse a productos similares de la misma empresa, como especifica la LSSI.

### Sobre mensajes de tarificación adicional

- **1. Sería conveniente que el operador informará a sus abonados de los servicios asociados a los nuevos rangos de numeración y del coste de los mismos. Esta información podría figurar en los contratos, las facturas y debería, también, facilitarse en los centros de atención al cliente.**
- **2. Sería recomendable que, cuando un abonado se dé de baja en el servicio de telefonía móvil, la operadora informe a los responsables de contenidos a los que el abonado hubiera solicitado servicios Premium, para que cesen en el envío de información comercial a ese número, evitando así problemas con los cambios de titularidad.**
- **3. Aunque no sea normativamente exigible, se considera una buena práctica recordar en cada mensaje de un servicio de suscripción el procedimiento para darse de baja.**

**Para su realización se han inspeccionado los tratamientos de datos de los alumnos y sus familias que realizan las distintas áreas y servicios de los centros de enseñanza, examinando aspectos como los formularios que emplean en los procesos de matriculación y solicitud de plaza y la tipología de datos y documentos que se recaban, la tipología de los datos contenidos en el expediente académico, el tratamiento de datos por parte de los servicios médicos y de orientación de los centros, o las medidas de seguridad en materia de protección de datos implantadas en los centros escolares.**

- **Entre las principales deficiencias en la utilización de datos personales detectadas en la inspección destacan las siguientes:**

**1- Incumplimiento del deber de información. La inspección realizada a los centros de enseñanza ha detectado un incumplimiento generalizado del deber de información exigido por la Ley de protección de datos a la hora de recabar datos. Se ha podido constatar que la mayoría de los formularios, tanto los oficiales, que están normalizados por las Consejerías de Educación, como los elaborados por los propios centros, como son los de matriculación o solicitud de plaza escolar, carecen de cláusula informativa y de consentimiento, o que cuando existe esta no suele adecuarse a lo dispuesto en la normativa de protección de datos. Se ha comprobado que los padres de los alumnos no son informados del destino de los datos personales que facilitan en los mismos, los tratamientos que va a realizar el centro escolar o la Consejería correspondiente, la finalidad y los destinatarios de la información. Tampoco se informa en dichos formularios de ante quién pueden ejercitar los derechos que le asisten.**

### 2- Datos excesivos y carencia de procedimientos de cancelación.

- **Proceso de admisión de alumnos.** En la mayoría de los casos analizados se ha podido comprobar en relación con los procesos de admisión de alumnos, los datos solicitados en los formularios se consideran adecuados, pertinentes y no excesivos para la finalidad para la cual se recaban, que es baremar la solicitud atendiendo a los diversos conceptos recogidos en la normativa autonómica.
- **Proceso Matriculación.** En el proceso de matriculación es práctica común, a casi todos los centros escolares, solicitar datos personales identificativos y académicos del alumno así como los datos relativos a estudios, profesión y situación laboral, tanto de la madre como del padre. También es habitual solicitar alguna documentación adicional como pudieran ser certificados médicos, operaciones sufridas por el futuro alumno, si el alumno precisa alguna atención especial, y, si los padres están separados, copia de la sentencia judicial en la que se especifica quién tiene asignada la custodia. Toda esta documentación e información que se recaba se considera excesiva, inadecuada, y no pertinente para la finalidad para la que se esta recabando.

- **Gestión del expediente académico.** En relación con los datos que se incorporan al expediente académico del alumno se ha comprobado que, en el caso de los colegios públicos analizados, los datos incluidos en el expediente académico son adecuados. Por el contrario, se ha comprobado que en gran parte de centros privados y privados concertados se almacenan y conservan datos tales como los ingresos de la unidad familiar, el certificado de empadronamiento o la documentación de autorización de padres o tutores, que no son necesarios para la finalidad relativa a la gestión académica y administrativa del alumno y por tanto, inadecuados desde el punto de vista de la normativa de protección de datos de carácter personal.
- Común a todos los centros auditados es la carencia de una política de cancelación de los datos recogidos durante los procesos citados.

- **3- Deficiente implantación de medidas de seguridad de los datos.**  
La inspección realizada a los centros escolares ha puesto de manifiesto que existen centros que no han implementado medidas de seguridad en materia de protección de datos, y que entre los centros que si las han implementado, existen importantes deficiencias en las medidas para que los datos personales de sus alumnos sean adecuadamente custodiados y no puedan ser conocidos por terceros no autorizados.

También se han evidenciado deficiencias en los controles de acceso a la información. Se han detectado supuestos en centros escolares en los que es posible acceder a los sistemas de información que gestionan los datos personales de los alumnos sin utilizar ninguna identificación. Además, aunque es común a la mayoría de los centros escolares utilizar contraseñas como mecanismo de autenticación, se ha constatado que estas contraseñas en muchos casos son compartidas y no personalizadas.

- **4- Utilización de Datos especialmente protegidos sin consentimiento expreso. Se ha comprobado que los centros de enseñanza recaban y tratan datos especialmente protegidos, como son los datos de salud, sin disponer del consentimiento expreso respectivo o sin las habilitaciones legales del ámbito estatal o autonómico, tal y como establece la normativa de protección de datos.**
- **En este sentido, se ha detectado que, en general, se tratan datos de salud sin la necesaria autorización por parte de padres o tutores. Esta situación se hace presente en particular cuando los departamentos de orientación tratan datos de los alumnos con necesidades educativas especiales.**

### **7- Cesiones de datos sin consentimiento.**

**Durante las inspecciones realizadas, se han detectado múltiples cesiones de datos. En unos casos, se ha observado que la comunicación de datos cuenta con habilitación legal, como por ejemplo la que se produce con motivo de un cambio de centro escolar, para la obtención del libro de escolaridad, para la emisión de los títulos, y para la gestión de las pruebas de acceso a la universidad. Sin embargo, en otros casos, se han observado otras cesiones, como es la entrega de datos a la AMPA, a asociaciones de antiguos alumnos, que son realizadas por los centros sin disponer del consentimiento exigido por la normativa de protección de datos y sin que existe habilitación legal que les exima de solicitarlo**

- **Tratamiento masivo de datos**
- **Subcontratación de servicios con terceras empresas**
- **Deficiencias:**
  - **Información a los ciudadanos**
  - **Conservación de la información censal (secreto estadístico)**
  - **Garantías en las prestaciones de servicios externalizadas**
  - **Destrucción certificada de la información censal facilitada a las empresas contratadas**

---

# MUCHAS GRACIAS