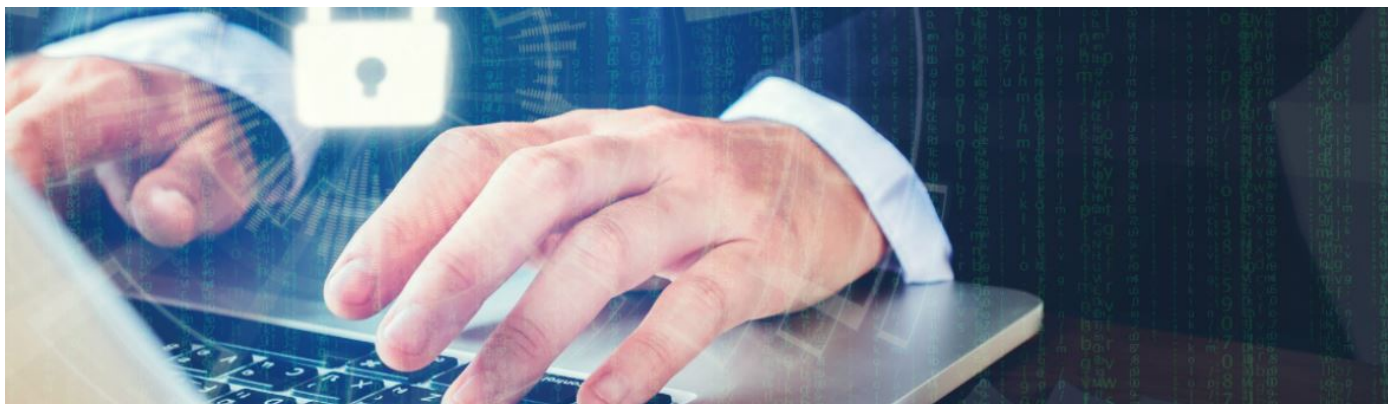


DKV se adhiere al código de buenas prácticas en privacidad de Unespa



Un documento supervisado y aprobado por la Agencia Española de Protección de Datos

“La guía repasa criterios sobre cómo cumplir bien con el deber de información, las bases legítimas según qué tratamientos de datos hagamos y cómo realizar el derecho de portabilidad de los datos si hay cambios entre aseguradoras”, manifiesta el delegado de Protección de Datos, Óscar López.

*“Llevamos más de año y medio observando y participando en los avances de lo que, en principio, iba a ser un Código de Conducta, el primero en España adaptado al nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos. Finalmente, se ha quedado, de momento, en una **Guía de Buenas Prácticas**, pero es un documento cuyo enfoque y principios compartimos plenamente y que, además, ha sido supervisado y aprobado por la Agencia Española de Protección de Datos. Somos una de las cinco primeras compañías en adherirnos”,* indica Óscar López, delegado de Protección de Datos de DKV.

La autorregulación es una herramienta de cumplimiento básica en estos momentos, donde han desaparecido los artículos de la anterior ley o reglamento que ayudaban a hacer las cosas. Ahora, las medidas de seguridad las pone cada uno según el riesgo al que se enfrente. No hay dos esquemas de controles iguales, cada empresa debe definir el suyo. Se ha pasado a un enfoque preventivo y proactivo, un código tipo como este empieza a darnos garantías.

“Desde que nos adherimos, tenemos un plazo de tres meses para cumplirlo plenamente. Básicamente, repasa criterios sobre cómo cumplir bien con el deber de información (la transparencia es un principio clave del reglamento), las bases legítimas según qué tratamientos de datos hagamos y cómo realizar el derecho de portabilidad de los datos si hay cambios entre aseguradoras en base a un formato interoperable y homogéneo”, manifiesta Óscar.

“Confío que esta adhesión -sigue- nos pueda valer también como un argumento comercial más para favorecer la venta de nuestros productos y servicios. Hay que crear marca desde el cumplimiento en privacidad y seguridad. Y eso lo creamos todos y cada uno de nosotros en el día a día, aplicando prudencia y rigor en los datos personales que tratamos”.

“Además de esta guía, estamos saliendo al mercado en paralelo creando grupos de trabajo con los mejores de todos los sectores. Muchas de ellos, empresas del IBEX-35, para ir teniendo una base de buenas y mejores prácticas en esta materia más allá de solo el sector seguros con Unespa. También, con la delegada de Protección de datos de ICEA hemos constituido un grupo informal de delegados de Protección de Datos de las principales aseguradoras del sector, donde estamos trabajando para crear el primer informe de privacidad del sector y que nos sirva para medirnos, compararnos y poder seguir mejorando. Queda mucho por hacer todavía”.