

**31**

Madrid 4, 5 y 6 de noviembre 2009
conferencia internacional
de autoridades de protección
de datos y privacidad

Nota informativa

En el transcurso de la tercera sesión plenaria “Privacidad y responsabilidad empresarial”

Expertos señalan que las políticas de privacidad son un elemento de valor añadido para las empresas

- En el marco de la segunda jornada de la 31ª Conferencia Internacional de Protección de Datos y Privacidad, representantes de las principales corporaciones y de asociaciones de protección al consumidor han evaluado el actual modelo de protección de la privacidad en el mundo empresarial.
- La sesión ha estado moderada por Marie Shroff, comisaria de privacidad de Nueva Zelanda, que ha sostenido que las empresas tienen que adoptar un modelo de negocio que reconozca la protección de datos como un valor específico.

(Madrid, 5 de noviembre de 2009). En el transcurso de la tercera sesión plenaria de la 31ª Conferencia Internacional de Protección de Datos denominada “Privacidad y responsabilidad empresarial”, el mundo de la empresa y de la protección del consumidor han debatido acerca de la idoneidad de las actuales políticas de privacidad.

La representante de la Oficina Europea de Uniones de Consumidores (BEUC), Willemien Bax, ha afirmado que la política de privacidad de las empresas es un elemento de valor añadido para el cliente. Asimismo, ha declarado que las empresas actualmente **“no dan una respuesta adecuada a las necesidades y quejas de los usuarios”**. En su intervención ha ofrecido datos de encuestas elaboradas por la Unión Europea en las que se constata que el 68% de los consultados se preocupa, en general, por el tratamiento de sus datos, y el 75% se muestra preocupado por la posibilidad de reconstrucción de sus identidades a través de los datos recabados en diversas fuentes. Según Bax, “las Administraciones Públicas deben garantizar más recursos para las autoridades de protección de datos, e instaurar sistemas de sanción verdaderamente efectivos”.

Martin Abrams, director ejecutivo de Center for Information Policy Leadership, Hunton & Williams, ha recordado que los datos personales **“ya no están en una sola jurisdicción, y que ello ha complicado la gestión de toda esa información”**. Según Abrams, las empresas han de contar con medios para solucionar estas irregularidades, tomando en consideración la privacidad desde el principio hasta el final.

La responsable global de privacidad de Accenture, Bojana Bellamy, ha mostrado las políticas de privacidad de la consultora, y ha apuntado que **“no existen soluciones globales para problemas globales, sino que las empresas deben trabajar desde su praxis diaria”**. Según Bellamy, es preciso desarrollar un programa robusto de protección de datos, para poder conciliar la ética corporativa con el cumplimiento de unos mínimos internacionales. Sostiene Bellamy que, con ese empeño, las empresas deben establecer modelos transparentes y verificables según los estándares propios de las Binding Corporate Rules.

Fran Maier, directora ejecutiva y presidenta de TRUSTe, ha puesto el acento sobre las pymes, como los principales modelos de negocio con dificultades en cuanto al cumplimiento de la normativa de protección de datos.

Por último, Sandra Hughes, directora global de privacidad de Procter & Gamble, ha abogado por la combinación entre la sensibilidad global sobre la privacidad, y la política interna de las multinacionales.