

EL RGPD UE 2016/679 EN APLICACIÓN

Ejercicio de los derechos: derecho de supresión

En este boletín terminamos con el repaso a los principales derechos en materia de protección de datos personales.

El derecho de supresión es uno de los derechos más solicitados por los interesados al responsable del tratamiento. Hay que tener en cuenta que para ejercer este derecho y que el responsable del tratamiento pueda eliminar nuestros datos personales se tienen que dar alguna de las siguientes circunstancias:

1. Los datos personales ya no sean necesarios en relación con los fines para los que fueron recogidos.
2. El tratamiento de los datos estuvo basado en el consentimiento, siempre y cuando no exista otra base legal que legitime el tratamiento.
3. Cuando has ejercido el derecho de oposición a que tus datos personales sean objeto de mercadotecnia directa, incluyendo la elaboración de perfiles.
4. Si tus datos personales han sido tratados ilícitamente.

Este derecho no es ilimitado cuando, entre otros, el tratamiento sea necesario para el ejercicio de libertad de expresión e información, cumplimiento de una obligación legal o en el ejercicio de poderes públicos.

Contenido

1. Ejercicio de los derechos: derecho de supresión.
2. Compañía hotelera sancionada con 10.000€ por recoger de forma indebida cookies en su página web.
3. Evaluación de la intervención humana en las decisiones automatizadas.
4. La AEPD participa en una acción europea para analizar la aplicación del derecho de acceso.
5. ¿Qué medidas seguir para gestionar la identidad digital y reputación online? (III)



IMPORTANTE

El responsable del tratamiento comunicará la supresión a cada uno de los destinatarios a los que haya comunicado los datos personales salvo que exija un esfuerzo razonable.

SANCIONES DE LA AEPD

Compañía hotelera sancionada con 10.000€ por recoger de forma indebida cookies en su página web

En la resolución de la [AEPD](#) <https://www.aepd.es/documento/ps-00490-2023.pdf> se sanciona a una compañía hotelera por el incumplimiento de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSICE)

La AEPD inició de oficio las actuaciones de investigación a la página web de la entidad hotelera por una presunta vulneración de la LSSICE, en cuanto al cumplimiento sobre la “Política de cookies” de la página web. La auditoría de las cookies instaladas en la página se llevó a cabo con el navegador de *Google Chrome*, tras limpiar el caché del navegador web y sus cookies.

En la auditoría que se realizó de oficio sobre la página web, se detectó la utilización de cookies propias y de terceros, entre las cookies de terceros, se encontraban instaladas las cookies de *Google analytics* antes de aceptar el consentimiento. El gestor de configuración de cookies no funcionaba correctamente. A pesar de marcar la opción de <No acepto > la web seguía utilizando cookies que no eran técnicas o necesarias. Además, en la “Política de Cookies”, no se encontraban identificadas correctamente todas las cookies utilizadas por la página web.

La compañía hotelera fue sancionada con 10.000€ por el incumplimiento del artículo 22.2 de la LSSICE.

La imposibilidad de retirar el consentimiento una vez prestado sobre el uso de cookies que no sean técnicas supone una infracción de la LSSICE.



IMPORTANTE

Las cookies analíticas que se instalan al navegar en una página web deben ser previamente consentidas por el usuario.

LA AEPD ACLARA

Evaluación de la intervención humana en las decisiones automatizadas

En la [página web](#) de la AEPD, en el apartado de Innovación y Tecnología, podemos encontrar información relevante sobre las últimas novedades relativas a la responsabilidad proactiva. El responsable debe evaluar el tratamiento de los datos personales basado únicamente en decisiones automatizadas. En este documento se recoge un ejemplo de decisión automatizada en el caso de que la paga que recibe el trabajador, por cada turno, se tome automáticamente haciendo referencia exclusivamente a los datos recopilados sobre su productividad.

Para garantizar la aplicación de estos tratamientos debe de realizarse una evaluación del grado de participación humana. La AEPD da las siguientes indicaciones:

1º Competencia y autoridad: La persona debe tener la autoridad o tarea asignada que le permita alterar el resultado de la decisión automatizada.

2º Preparación y formación: Se debe tener una formación y entrenamiento necesario para conocer las peculiaridades concretas en los contextos reales de la operación.

3º Independencia y diligencia: Evaluar si existen presiones desde la organización o desde fuera que condicionen la decisión.

4º Medios: La entidad debe poner los medios para poder ejercer su competencia y cualificación.



IMPORTANTE

Si la decisión basada en el tratamiento automatizado es necesaria para la celebración de un contrato el interesado debe tener derecho a expresar su punto de vista.

ACTUALIDAD LOPD

La AEPD recibe por tercer año consecutivo el mayor número de reclamaciones de su historia



Fuente: [AEPD](#)

(11 de abril de 2024). La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ha publicado hoy su [Memoria de actuación 2023](#), que recoge las iniciativas de concienciación, difusión, colaboración e inspección puestas en marcha, los informes y procedimientos más relevantes del año, un análisis de las tendencias normativas y jurisprudenciales y los desafíos para la privacidad, tanto en un plano nacional como internacional. Asimismo, la Agencia también ha publicado de forma complementaria su [Memoria de Responsabilidad Social 2023](#), en la que realiza el balance anual de 132 acciones de sostenibilidad agrupadas en cuatro grandes ejes: compromisos con la sociedad (76,5% de las acciones); buen gobierno, ética, integridad pública, transparencia, rendición de cuentas y participación (4,5%); medidas relacionadas con el personal (11,5%) y compromisos con el medioambiente (7,5%).

La Memoria 2023 pone de manifiesto el elevadísimo incremento de las reclamaciones planteadas ante la Agencia. La tendencia alcista de los últimos años se acentúa fuertemente en el número de reclamaciones recibidas. En cuanto a la gestión de reclamaciones, en 2023 se han presentado ante la Agencia **21.590 reclamaciones**, lo que supone un incremento de un 43% respecto a 2022 y un 55% más que en 2021. Así, por tercer año consecutivo, se bate el **récord en cuanto al número de reclamaciones recibidas**, siendo ya más del doble de las recibidas en 2020. Esta cifra asciende a las 22.348 incluyendo casos transfronterizos y en los que la Agencia actúa por iniciativa propia.

En 2023 las **reclamaciones resueltas han seguido aumentado (20.391, +37%)**. En este sentido, destaca la importancia de los traslados, una previsión recogida en la normativa para facilitar una respuesta ágil a los ciudadanos. En 2023, tras haber procedido al traslado de la reclamación, se ha finalizado la tramitación en el 86% de los casos, dando así una respuesta más rápida a los reclamantes. Se observa que solo el 8% de las resoluciones llegan al procedimiento sancionador. La principal vía de resolución de reclamaciones pasa por su traslado al responsable o encargado del tratamiento que, en un número significativo de casos, permite obtener una respuesta satisfactoria para el ciudadano en una media de tres meses.

Puede ver más información en el siguiente enlace:

[MEMORIA ANUAL 2023](#)

EL PROFESIONAL RESPONDE

¿Qué medidas seguir para gestionar la identidad digital y reputación online? (III)

Las medidas que podemos aplicar para garantizar una adecuada gestión de la identidad digital y reputación online, las clasificamos en medidas preventivas y medidas reactivas.

Las medidas preventivas, podrían ser:

1. **Interacción con los usuarios/as:** es necesario definir, por ejemplo, los modelos de comunicación, el tipo de contenido que se priorizará en las publicaciones en línea y que tipo de filtro previo se aplicará a los comentarios realizados por los usuarios.
2. **Política de uso de redes sociales:** establecer unas obligaciones y recomendaciones para garantizar la seguridad en el uso de redes sociales, configurando, por ejemplo, los parámetros de privacidad que permitan la interacción con el usuario/a sin poner en peligro la privacidad del perfil empresarial.
3. **Cumplimiento de la normativa aplicable al entorno digital.**

La medida reactiva cuando se ha sufrido una crisis de reputación o ataque cibernético consistiría en aplicar una estrategia interna que puede constar de: fase inicial (detección del incidente); fase de lanzamiento (presentación del informe de situación); fase de auditoría; fase de contención (acciones inmediatas) y la fase de estabilización.



IMPORTANTE

Las empresas que han sufrido incidentes que afecten a su imagen o reputación corporativas en redes sociales pueden acudir a los canales de denuncias internos de la red social.