

MEDIADORES Y ASEGURADORAS VALORAN EL REGLAMENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS



Cesión de datos, un aspecto vital

EL SEGURO ES UNA REALIDAD MUY PRESENTE EN LA VIDA DE LAS PERSONAS, LAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES. ESTÁ INDISOLUBLEMENTE ASOCIADO A UNOS NOMBRES CONCRETOS Y A UNAS CIRCUNSTANCIAS PARTICULARES. ES DECIR, PARA SU GESTIÓN INTEGRAL ES NECESARIO APORTAR DIFERENTES DATOS PERSONALES. EN EL CASO DE LOS MEDIADORES LOS HARÁN LLEGAR HASTA LAS COMPAÑÍAS. LOS DATOS PERSONALES QUE SE CEDEN PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS SON UN REFLEJO DE NUESTRA INTIMIDAD. EN EL SECTOR, LOS CLIENTES DEBEN APORTAR MUCHOS DATOS PERSONALES -POR EJEMPLO EN LAS PÓLIZAS DE SALUD- QUE DEJAN AL DESCUBIERTO ESFERAS DE NUESTRA PRIVACIDAD. POR ESO, TODAS LAS EMPRESAS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE CONTRATACIÓN Y GESTIÓN DEBEN ASEGURAR AL MÁXIMO EL BUEN USO Y CUIDADO DE ESOS DATOS. EN ESTE MARCO, ¿CÓMO SE ESTÁN PREPARANDO COMPAÑÍAS Y MEDIADORES PARA LA NUEVA NORMATIVA QUE DESDE MAYO DE 2018 SERÁ DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO EN LA MATERIA?.

F. M.

CORREDORES Y CORREDURÍAS de seguros tienen claro que han de conocer cómo afectará la gestión de los datos personales de sus clientes en su trabajo. ¿Qué medidas deben adoptar? ¿Qué pueden solicitar? ¿Cómo pueden gestionarlos? ¿Cuándo y a quién pueden transferirlos? ¿Qué posibles sanciones podrían sufrir? ¿Cómo deben exigir a las compañías la gestión de los datos personales?



El nuevo Reglamento, que deberá cumplirse a partir de mayo de 2018, es extenso, especialmente en sus considerandos, un total de 173, mientras que tiene 99 artículos. En líneas generales, los mediadores se consideran informados, tanto por los medios de comunicación especializados como por las asociaciones o los colegios profesionales de estos cambios. Ángel del Amo, vocal de Agentes y Comunicación en el Colegio de Mediadores de Madrid, confirma que están al tanto a través de la empresa que da servicio para esta materia a sus colegiados. Las empresas especializadas, que deben buscar clientes entre los mediadores, son una de las principales fuentes de información para ellos. Jorge de la Fuente, director técnico de SERVIMEDIACIÓN, explica que la información les llega a través de la empresa que les asesora en los aspectos legales para cumplir con todas las obligaciones, quizá por eso “solo

JUAN RAMÓN GALVÁN (GALVÁN HERNÁNDEZ)



“El Reglamento entró en vigor el día 25 de mayo de 2016, pero no es aplicable hasta el 25 de mayo de 2018. Aún estamos pendientes de que se explique e informe del alcance del contenido de este Reglamento, como se ha hecho con otras leyes”.

tengo unas nociones y no un conocimiento en profundidad”, para poder dedicarse plenamente a la gestión de los seguros. Todos son conscientes de que su contenido es complejo “pero es interesante porque afecta de forma muy directa e incisiva a nuestra profesión de corredores de seguros”, explica Juan Ramón Galván, de la correduría valisoletana GALVÁN HERNÁNDEZ.



ÁNGEL DEL AMO (COLEGIO DE MEDIADORES DE MADRID)

“Lo más preocupante es la cantidad ingente de regulaciones, sus cambios continuos, y no solo por la atención que requiere o por el coste de implantación y mantenimiento de los sistemas, también por el riesgo que conlleva el propio tratamiento de los datos”.



JORGE DE LA FUENTE (SERVIMEDIACIÓN)

“Hemos dado a todos nuestros clientes una carta para que la firmen y podamos cumplir con todo lo dispuesto en la ley; eso mismo lo hemos hecho con nuestros proveedores. Queremos cumplir con la ley al pie de la letra y que el cliente se sienta seguro al contratar con nosotros”.

Las implicaciones del nuevo Reglamento, ya aprobado, pero que no será obligatorio hasta dentro de 17 meses, son sobre todo de carácter operativo y de comunicación. De manera operativa por cómo se recogerán y tratarán los datos, “algo que obliga a modificar determinados procesos internos para la correcta adaptación de la empresa al Re-

glamento, particularmente y, entre otros, los consentimientos de los afectados y ejercicio de derechos”, comenta Juan José Salvadores, director de la Asesoría Jurídica de AON ESPAÑA. En el aspecto comunicativo, “habrá que hacer un cambio en la información que se proporciona a clientes y prospectos, que debe ser más extensa, explicando la base

LAS ASEGURADORAS PREPARAN LA CUENTA ATRÁS

Todas las empresas e instituciones públicas están trabajando en adaptar sus políticas al Reglamento, tanto en la configuración de los principales aspectos como atender a las figuras del delegado de protección de datos, del responsable del tratamiento, las solicitudes de datos según el nuevo modelo de conformidad y los aspectos técnicos, para que la confirmación sea clara y precisa. Las aseguradoras, que en esta ocasión han declinado intervenir para este reportaje a excepción de DKV, están trabajando en todos estos aspectos. En el caso de DKV, su asesor jurídico Luis Pedro Gracieta, ha explicado que desde hace dos años tienen constituido un grupo de trabajo en materia de protección de datos, que “está revisando todos los procesos susceptibles de ser afectados por la nueva regulación. Dentro de su lista de tareas está la actualización de los contratos con proveedores y colaboradores”. Consideran a los corredores de seguros colaboradores leales que, “en general, tienen un alto nivel de profesionalidad, de modo que

con esas bases podemos seguir enfocando nuestras relaciones desde la confianza mutua”, subraya.

Un aspecto al que se le dará mucha importancia desde las aseguradoras es el de la transparencia, que redundará en una mejor defensa del derecho a la información de los clientes, refuerza su seguridad jurídica y garantizando un control efectivo de los propios datos personales. Para ello desde DKV quieren prestar una especial atención a las novedades que introduce la nueva regulación, como por ejemplo el nuevo sistema de consentimiento para el tratamiento de los datos. Es importante recordar que ya no basta un consentimiento inequívoco en un sentido genérico, “que permitía obtener consentimientos tácitos”. A partir del nuevo Reglamento solo servirá el consentimiento explícito, realizado mediante un acto afirmativo que suponga una manifestación de voluntad libre, específica (para cada uno de los tratamientos o finalidades que pretendamos),



informada y verificable (ya no sirven ni el silencio, ni las casillas ya marcadas, ni la inacción). Luis Pedro Gracieta considera que esto tiene importancia en muchos aspectos, por ejemplo para evitar ventas cruzadas no consentidas u otras conductas que podrían bordear la competencia desleal, si para ello no se dio un consentimiento expreso del cliente: “Consecuentemente, dentro de nuestras evaluaciones de impacto, tendremos que incluir la revisión de esos contratos con los mediadores y los registros de consentimientos, para que sea posible demostrarlos ante una auditoría”.



LUIS PEDRO GRACIETA (DKV)

“Deberemos revisar los contratos de colaboración entre nosotros, tanto los de mediación como los de cesión de datos, para que estos recojan, si aún no lo hacían, la obligación de la correduría de recabar ese nuevo tipo de consentimiento de los potenciales asegurados”.



JUAN JOSÉ SALVADORES (AON ESPAÑA)

“En lo relativo a la cesión de datos no esperamos cambios sustanciales en este punto, y en cuanto a los ramos más afectos afectados, lógicamente los principales afectados serán las líneas personales”.

legal para el tratamiento de los datos, periodos de retención de los mismos, o dónde dirigir reclamaciones. También en el modo en que se obtiene el consentimiento”, apunta Ángel del Amo.

Un aspecto importante recogido en este Reglamento de Protección de Datos, que deben adaptar los Estados miembros, es la cesión de datos, porque los clientes tienen que dar su consentimiento para tratar y ceder sus datos a los mediadores y corredores y a las compañías de seguros, gestores, proveedores de software, “por eso adjunta-

mos en todas nuestras solicitudes un escrito que nos tiene que firmar nuestro cliente donde informamos de lo que vamos a hacer con sus datos personales”, según el modo de trabajar que implantarán en SERVIMEDIACIÓN.

Corredores como Juan Ramón Galván son conscientes del cuidado que deben tener a la hora de la recogida de los datos, “por lo que ahora mismo, en principio, vamos a tener que acometer ciertas acciones que antes no realizábamos, porque este nuevo Reglamento completa a la LOPD y a las directivas existentes, ampliando y delimitando varios



A tu lado
TODA UNA VIDA

911 024 000

M METROPOLIS
SEGUROS
www.metropolis-sa.es

SIGUENOS EN [metropolis-seguros.sa](https://www.facebook.com/metropolis-seguros)

Ponemos a su disposición
nuestra experiencia y la de nuestros
más de 2.000 mediadores

5^a
COMPAÑIA MÁS
SOLVENTE DEL
MERCADO ESPAÑOL

aspectos sobre los datos de carácter personal que tratamos en nuestra profesión”.

ADAPTACIÓN A LAS EXIGENCIAS

Desde el momento en que la normativa vio la luz, hace unos ocho meses, los corredores de seguros están trabajando en la incorporación de toda la normativa, bien apoyados por asociaciones en las que se integran o por gabinetes especializados en la protección de datos.

Es el caso de Jorge de la Fuente, que han contratado a través de la asociación NEWCORRED una empresa de gestión “y nos han dado toda la documentación necesaria a aportar a nuestros clientes y proveedores”. Esta es la vía más utilizada. Javier Médel, de CONFLUENCE GROUP, valora cómo desde 2016 se ha instaurando un protocolo con una empresa externa especializada en este campo: “Durante todo el año, hemos ido haciendo los cambios necesarios en nuestra organización para adaptarnos a las exigencias de la ley”. De esta manera, la externalización de este servicio es una de las mejores opciones para poder cumplir con todos los requisitos. Ahora bien, esa externalización no hará que los corredores descuiden sus obligaciones; tal es el caso de Juan Ramón Galván, que subraya su compromiso con los clientes al introducir cambios significativos en el contrato, aunque se

JAVIER MÉDEL
GONZÁLEZ
(CONFLUENCE
GROUP)

“Los ramos más afectados son, sin ninguna duda, los de Vida y Salud, los cuales llevan un nivel de protección alto y donde hay que tener un especial cuidado en el tratamiento de estos datos”.



haya delegado en una empresa especializada. Al ser un tema tan importante, por afectar a todos los Estados miembros de la Unión Europea, en algunos casos



se está trabajando de forma conjunta, por ejemplo en ADN, que forma parte de un grupo de trabajo paneuropeo constituido dentro de su Grupo para coordinar junto con el resto de países de EMEA la adaptación ordenada al Reglamento.

RELACIONES CON CLIENTES Y COMPAÑÍAS

Los corredores son un puente o nexo entre los clientes y las compañías, por lo que mantienen relaciones tanto con unos como con otros. Con respecto a los primeros, tendrá que modificar los procesos de contratación para incluir nuevos consentimientos y adaptar el lenguaje a los requisitos del Reglamento. Javier Médel explica que será importante el consentimiento del cliente de manera fehaciente, así como ofrecerles la posibilidad de poder revocar ese consentimiento en cualquier momento. En cuanto a las compañías, estas relaciones se verán menos afectadas, ya que tanto la aseguradora como el corredor son responsables del fichero en función de sus respectivos títulos. Esto supondrá un trabajo de coordinación, que en muchos casos estará orientado por las compañías que cuentan con más personal especializado.

Como el Reglamento exige que todas las comunicaciones se realicen con un lenguaje claro y sencillo, este será uno de los puntos que los corredores deban cuidar más. Ángel del Amo considera que el principal escollo será explicar a los clientes el cada vez más extenso documento de aceptación de la cesión de los datos, y sobre todo que ahora será necesario que acepte de alguna manera inequívoca el tratamiento de los datos: “Este consentimiento será ahora más estricto y verificable. Probablemente haya que revisar los sistemas de

ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES, UNA BUENA AYUDA

Las asociaciones que agrupan a corredores ofrecen servicios especializados a sus miembros, entre los que cabe destacar la información continua, incluyendo los aspectos legales y jurídicos, tanto autonómicos, como nacionales o europeos.

Desde APROMES, Itziar Pernía, secretaria de la Junta, comenta que, al no ser todavía norma de obligado cumplimiento hasta el 25 de mayo de 2018 y estar en momento de transposición, desde la asociación se está preparando un plan de acciones para informar convenientemente a los asociados y darles tiempo suficiente para que implementen dichas medidas en sus empresas.

la legislación. Por eso, desde en su asociación les preocupa que “las PYMES queden sobrecargadas por trabajos no productivos y deban destinar recursos, de los que muchas veces no disponen, para realizar estudios y autoevaluaciones con la obligación de actualizarlas permanentemente”.

PURA RUBIO ARTEAGA (E2K)



“Nuestra Red ya cuenta con un alto grado de adaptación y cumplimiento. El objetivo de nuestra organización siempre ha estado marcado por un nivel de autoexigencia máxima en la protección de datos”.

ITZIAR PERNÍA (APROMES)

“Desde nuestra asociación, de carácter privado, entendemos que el cumplimiento de la norma tiene un efecto

positivo de carácter recíproco, en el que resulta conveniente que ambos sujetos que se relacionan tengan el mismo nivel de protección a pesar de encontrarse en países distintos”.

Desde FECOR se explica que están colaborando con todas las asociaciones que integran la Federación para facilitar información de esta norma y del espíritu que la ha motivado. Y también les trasladan los requerimientos que se establecen y la implicación para el trabajo diario, “con el fin de que para el 25 de mayo de 2018, fecha en la cual será de aplicación, todos ellos estén adaptados a lo establecido en dicha norma”, dice Tomás Rivera, su presidente.

El sector ve con preocupación el exceso de normativas, especialmente las europeas. Pura Rubio Arteaga, responsable del área Legal de E2K resume el espíritu de estas leyes que comparten un mismo principio: las entidades afectadas deben autoevaluar sus riesgos, determinar el impacto negativo que pueden ocasionar y, en consonancia, diseñar medidas organizativas y técnicas adecuadas a las corredurías para cumplir

Quizás uno de los aspectos que más preocupa sea el trabajo que pueda suponer en las corredurías pequeñas o de tamaño mediano la adaptación de sus procesos a los requerimientos que establece el Reglamento, en particular, la gestión del derecho de olvido o la supresión de los datos a petición del particular, el derecho de portabilidad, realizar las evaluaciones de impacto y velar por la privacidad. Todas estas son cuestiones que implican un impacto en los procesos y la necesidad de que “todos los miembros de cada una de las corredurías adquieran una sensibilización en esta materia”, subraya Tomás Rivera.

Las asociaciones subrayan su compromiso para con su colectivo, para ejercer la responsabilidad activa basada en la prevención al tratar datos de terceros. Itziar Pernía considera que la responsabilidad les obliga a ser lo “más rigurosos y profesionales posibles. Por tanto, cumplir con la normativa en materia de protección de datos española y europea es del máximo interés, ya que contamos con asociados internacionales”.

En el mismo sentido se manifiesta Pura Rubio Arteaga, ya que en el ánimo de E2K está que los asociados “cumplan la normativa en materia de protección de datos en las relaciones comerciales y/o profesionales que puedan alcanzar con terceros”.

TOMÁS RIVERA (FECOR)

“Estamos obligados a llegar a mayo de 2018 con los deberes cumplidos, impulsando este cambio para que sea paulatino y planificado y como soporte de todo el apoyo que precisen nuestros miembros en el proceso”.





Tal vez algunos miren para otro lado, como si no fuera con ellos, mientras otros esperarán al último minuto. Lo cierto para CIAC (Coordinadora Independiente de Asociaciones de Corredores de seguros) es que ya tenemos un nuevo Reglamento de Protección de Datos vigente, que nos concede una moratoria para que adaptemos nuestros procesos de un modo cuanto menos traumático posible y eso nos ha llevado a trabajar desde el minuto cero. Porque los cambios son de calado y los efectos de hacer mal los deberes serán demoledores. En CIAC, además, observamos la llegada del nuevo Reglamento como una oportunidad para replantearnos el modus operandi, los usos dentro del sector y el nivel de compromiso de los corredores con el Derecho a la privacidad de un dato que, no lo olvidemos, no es sino del cliente como titular protegido. Y ese dato no siempre acaba siendo recabado, cedido, gestionado o utilizado de modo coherente con lo que prevé la Ley. No tanto por el corredor como por quienes han tenido un acceso accidental

consentimiento y el almacenamiento de la información”, comenta.

La cercanía y la atención personalizada de los corredores permitirán que los clientes acepten los nuevos requerimientos y los consentimientos. Desde su correduría, Juan Ramón Galván valora que “los

clientes, en su gran mayoría, llevan con nosotros mucho tiempo y los nuevos entienden que tener firmado un contrato obligatorio por ley, y por el que nos comprometemos a dicho cumplimiento, es beneficioso para sus intereses”. En cuanto a las compañías, considera que los corredores no pueden ser responsables de lo que hacen ellas, que en algunos casos han procurado “trasladarnos la responsabilidad a nosotros y algunas han querido hacernos firmar contratos que redundan en lo que la legislación ya nos obliga”. En este punto hay que recordar lo que establece el Reglamento en cuanto a la transmisión de datos, pues todos aquellos que necesiten los datos para el servicio que ofrecen son responsables de cumplir la protección de los datos. En este punto, ir de la mano, compañías y el canal de distribución que suponen los corredores, es la principal ventaja para dar estabilidad y seguridad, nunca mejor dicho, al sector asegurador. **O**

CIAC, POSICIONAMIENTO ANTE EL REGLAMENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS

al mismo o lo recibieron para un propósito determinado y limitado. Nuestro análisis ha ido en paralelo con el de la IDD pues, en el fondo, si ponemos realmente al cliente en el centro de toda nuestra actividad y, además, somos el canal que le representa profesionalmente en el sector llegaremos a la conclusión de que somos los corredores quienes estamos llamados a cuidar también esa parcela de riesgo creciente que no es sino el uso del dato. Un uso que debe ceñirse a un fin concreto. En un entorno inmediato, como es la creciente aparición de dispositivos que capturan no solo datos de filiación sino también del estilo de vida del ciudadano, en un contexto en que dicho dato quiere ser utilizado para medir hasta el infinito tanto el riesgo que genera el cliente como lo que se le puede vender, consideramos que es vital tener las ideas muy claras. Una de ellas, obviamente, es que el corredor no puede exceder el mandato legal que recibe del cliente o, en su defecto, el que marca la Ley de Mediación por lo que, difícilmente, puede ceder datos sin reservas cuando se le han dado de forma restringida.

Otra cuestión determinante es el papel que juega el corredor en lo que se ha dado en llamar “distribución” pues, a diferencia de canales netamente vendedores, que captan clientela para uno o varios aseguradores, el de corredores es un canal de asesoramiento riesgo a riesgo. Ello determina que el corredor debe valorar para cada riesgo del cliente cuál es la opción más conveniente para este y ello, por definición, excluye cualquier tipo de designación genérica de asegurador; algo propio del canal agencial, por otra parte. Por ello carece de coherencia pretender que el corredor entregue al asegurador -o a cualquier tercero- datos de su cliente en un formato de carta blanca. Asimismo, visualizamos que el corredor debe evolucionar su modelo de relación con el cliente avanzando en la calidad de la misma, aportando seguridad a ambas partes mediante un contrato de arrendamiento de servicios que estipule las reglas de dicha relación e incluya la información legal, de vías de reclamación y registro que la IDD prevé.