

♦ PROFESIONAL ♦

LEGISLACIÓN / La Ley de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) exige que los ficheros que contienen información sobre los clientes estén a buen recaudo

El sector, obligado a proteger su información electrónica

HACE UN MES CONCLUYÓ EL PLAZO PARA QUE LAS EMPRESAS SE ADAPTEN A LA NORMATIVA

JULIÁN ALBERTO MARTÍN
El pasado 14 de enero, hace ahora justo un mes, terminó el plazo para que todas las empresas se adaptaran a la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). Desde esa fecha, las infracciones están siendo sancionadas con multas que pueden ir de los 600 a los 600.000 euros, en función de su gravedad.

El plazo aparece establecido en la Disposición Adicional Primera de la Ley y se refiere a los datos contenidos en ficheros y tratamiento informatizados. Para los que estén recogidos únicamente en soporte papel, todavía hay un periodo de adaptación, que terminará dentro de un tiempo, el 24 de octubre de 2007.

Impacto

¿Qué significa para el sector este aviso? Las inmobiliarias suelen tener datos personales de sus clientes, ya sean éstos vendedores o compradores, así como nóminas de empleados, información de proveedores... «Según nuestra experiencia, las grandes agencias inmobiliarias actualmente se encuentran inmersas en el proceso de adecuación a la normativa de protección de datos, mientras que las de menor envergadura se hallan todavía en fase de concienciación», según

Toni Sánchez, del equipo de nuevas tecnologías del bufete JN&V. Este despacho de abogados pertenece a la asociación internacional World IT Lawyer's.

«Además de los datos identificativos de clientes y proveedores, como en cualquier relación comercial, en algunos casos las agencias inmobiliarias solicitan informes de solvencia patrimonial a fin de valorar el riesgo de impago por parte de las personas interesadas en sus servicios, lo que requiere la implantación de las medidas de seguridad de nivel medio», explica Sánchez.

Pero también hay que tener cuidado con las nóminas, si se solicitan a los clientes, porque «las agencias corren el riesgo de estar en posesión de datos personales de carácter sensible, tales como el grado de minusvalía o la afiliación sindical, en cuyo caso será necesario implementar las medidas de seguridad de nivel alto», concluye Toni Sánchez.

Diego Guasch, de Guasch&Salas Asesores, otro bufete especializado en estas cuestiones, explica los distintos niveles de seguridad que deben establecerse. «Las medidas de nivel básico se refieren a datos como el nombre, apellidos, teléfono y dirección; las de nivel medio tienen que ver con informaciones sobre las finanzas, de solvencia patrimonial, o de comisión de infracciones ad-

NORMATIVA DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS



Datos que las inmobiliarias suelen tener:

- Nóminas de los empleados
 - Información sobre los vendedores
 - Información sobre los compradores
 - Datos de los proveedores
- Quié deben hacer con ellos:**
- Nombrar un responsable
 - Impedir el acceso a personas no autorizadas
 - Impedir la copia
 - Comunicar a la Agencia de Protección de Datos que todo está en orden
 - Incluir siempre una nota indicando que los clientes podrán modificar o anular sus datos en cualquier momento

FUENTE: elaboración propia. N. L. / EL MONDO

ministrativas; y las de nivel alto son para datos sobre ideología, religión, origen racial, salud o vida sexual».

En cuanto al sector, «otra cuestión que debe estudiarse para cada caso en concreto, son los datos que se solicitan a los clientes, por si son excesivos para realizar gestiones inmobiliarias», explica Guasch.

Por lo que se refiere a posibles sanciones, «podríamos considerar que, actualmente, el riesgo por parte de las inmobiliarias en relación con la información relativa a clientes es de carácter

elevado», según Sánchez, quien recomienda que «se notifique cuanto antes los ficheros existentes a la Agencia de Protección de Datos, teniendo en cuenta que en ese momento deberán estar implantadas las correspondientes medidas de seguridad».

Urgencia

Como es necesario cumplir con la ley, conviene hacerlo en seguida. «Además de que la Agencia de Protección de Datos está haciendo inspecciones frecuentes para detectar infracciones, un cliente enfadado con una empresa puede denunciarla en este sentido y ponerla en dificultades si no está adaptada a la normativa», dice Francisco González-Calero, de Promein, una consultora legal especializada en el sector inmobiliario.

«Se trata de que los archivos con datos estén perfectamente localizados, y que haya alguien responsable de su mantenimiento y seguridad, además de ponerlos a disposición de la Agencia de Protección de Datos», explica González-Calero.

«También», concluye, «debe incluirse la leyenda de que el cliente podrá en todo momento modificar o anular sus datos en cada proceso de recogida de los mismos, como sucede en las notas de encargo de las inmobiliarias o en las hojas de visita».

El grupo Pryconsa aumenta su facturación un 49,26% en 2002

RESULTADOS. El grupo Pryconsa, formado por las empresas Pryconsa, Coivisa, Isla Canela y Progemisa, ha alcanzado un volumen de facturación en el ejercicio 2002 de 386,4 millones de euros, lo que supone un incremento del 49,26% sobre el año anterior. Las ventas de productos residenciales se cifran en un total de 375,7 millones de euros. Junto a ello, los ingresos generales por actividades de alquiler se han incrementado en un 65,76%, hasta un total de 10,7 millones de euros.

Ferrovial y Trabajo colaboran en un sistema para prevenir riesgos

ACUERDO. Ferrovial y el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, organismo científico-técnico dependiente del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, trabajarán conjuntamente en el diseño e implantación de un sistema de gestión, con el objetivo de mejorar la prevención de accidentes laborales en las obras. El acuerdo permitirá colaborar en el desarrollo de metodologías y experiencias de prevención que podrán transferirse a otras empresas.

Auren participa en la implantación de 26 centros comerciales

CRECIMIENTO. Auren, consultora española especializada en el segmento pyme, ha participado en los últimos meses en la gestión de 26 proyectos de áreas comerciales urbanas y centros comerciales abiertos, que engloban más de 20.000 establecimientos, tanto comerciales como de servicios, y que suponen una superficie que supera el millón de metros cuadrados, en un área de mercado que supera los 6,5 millones de consumidores.

Expofinques abre cuatro nuevas oficinas en Madrid y Barcelona

EXPANSIÓN. Expofinques, empresa especializada en intermediación y gestión inmobiliaria, ha invertido más de 130.000 euros en la puesta en marcha de cuatro nuevas oficinas el pasado mes de enero en las comunidades de Madrid (dos) y Cataluña (otras dos). Con estas aperturas, la marca alcanza ya las 160 agencias operativas en España, de las que 135 son propias y las 25 restantes, franquiciadas.

Re/Max comienza el año inaugurando ocho nuevas sedes

AMPLIACIÓN. Re/Max, compañía internacional de franquicias inmobiliarias, ha comenzado el año con la apertura de ocho nuevas oficinas durante el mes de enero, ampliando así la red nacional, formada por más de 700 asociados en todo el país. Las nuevas incorporaciones de este ejercicio se han producido en la Comunidad Valenciana (la Zemia, Valencia y Vila Real), Andalucía (El Puerto de Santa María, Vélez-Málaga, Huelva y San Lúcar La Mayor) y Madrid (Alcobendas).

COSTA / La segunda residencia será uno de los negocios «estrella» del año 2003

Inversores en busca de «sol y ladrillos»

LA CLIENTELA NÓRDICA, DE LOS PAÍSES BAJOS Y DE SUDÁFRICA SE INTERESA POR ESPAÑA

DAVID GONZÁLEZ

Dicen que el binomio turismo e inversión puede consolidarse como uno de los negocios más lucrativos para el sector inmobiliario español en 2003: la nueva ola de turistas, con ansias de comprar apartamentos en nuestro país, puede tener pasaporte muy diferente al que hasta ahora conocemos.

Así lo afirma Jean-Marc Parnier, director general de Bouygues Inmobiliaria: «España sigue ofreciendo condiciones turísticas óptimas y existen inversores de nuevos países, como Noruega, Suecia, Holanda, Bélgica e incluso Sudáfrica, que están interesados en adquirir una segunda residencia en las costas españolas».

Estos potenciales compradores están en el punto de mira de



Jean-Marc Parnier, de Bouygues.

la filial española del holding francés Bouygues, un grupo que quiere aprovechar su implantación internacional para canalizar la llegada de este capital extranjero, hasta ahora inédito, y que busca sol y ladrillos en España.

«No será fácil penetrar en la promoción de primera y segunda residencia, porque hay muchos competidores. Sin embargo, nosotros podemos conseguir ven-

tajas competitivas mediante nuestras redes de venta en Europa», asegura Parnier.

«Vemos los años venideros con mucho optimismo, sobre todo para la segunda residencia. Los precios van a seguir aumentando y no se producirá ningún parón. El mercado nacional sigue activo, porque estos inmuebles presentan una buena oportunidad de inversión; pero, además, notamos mucho interés foráneo», reitera este directivo.

El euro trae confianza

Este interés inversor se ve favorecido por un hecho histórico, acontecido durante 2002, como confirma Parnier. «La llegada del euro ha tranquilizado a muchos compradores extranjeros, porque la comercialización es más sencilla, los precios son más visibles y la transacción ocasiona menos costes para el adquirente».

Bouygues Inmobiliaria, que facturó 105 millones de euros en 2002, centra su actividad—no patrimonialista—en el mercado de oficinas, centros comerciales y hoteles; posee divisiones en Madrid, Cataluña, Valencia y Murcia y no descarta oportunidades de negocio en la Costa del Sol.