

## **Un estudio sugiere que la desidia y la desconfianza de los europeos podrían debilitar el “derecho al olvido” de la UE**

### **Los posts en redes sociales y los datos en papel crean gran confusión**

Un nuevo estudio de la compañía de custodia y gestión de la información Iron Mountain sugiere que los consumidores desconfían de que el profusamente anunciado “derecho al olvido” vaya a entrar realmente en vigor. El estudio europeo desvela que la inmensa mayoría de los consumidores españoles (88%) afirma estar en contacto con tantos organismos y empresas, tanto online como offline, que ya no saben quién tiene información sobre ellos.

En el corazón de la reforma[i] propuesta por la UE para la protección de los datos y de la privacidad está el convencimiento de que la protección de la información personal es un derecho fundamental para todos los europeos. Cualquier organización que fracase en hacer todo lo posible para respetar este derecho podría enfrentarse a sanciones de hasta el 2% de su facturación global. Con los cambios propuestos por la nueva ley europea, los consumidores podrán pedir a las empresas que tienen información sobre ellos que la eliminen. Sin embargo, aproximadamente tres de cuatro consumidores en España (72%) no están convencidos de que los beneficios resultantes de que su información sea eliminada compensen las molestias de solicitar que así se haga. Además, un 80% considera que la empresa no responderá a la petición, aunque asegure haber eliminado los datos.

Existe una considerable confusión sobre el tipo de información susceptible de ser eliminada. La mayoría de los encuestados españoles cree que tienen derecho a pedir que se elimine su información personal (91%), información financiera (58%) y correos electrónicos (58%). Pero menos de la mitad amplía este derecho a las conversaciones telefónicas grabadas (41%) o los posts en redes sociales (34%).

Solo un 30% cree que la información en papel – como cartas o formularios cumplimentados – están cubiertos por las leyes de protección de datos, a pesar del hecho de que el 66% de los consultados creen que la información en papel es más fácil de destruir que la información digital que se tiene sobre ellos.

“Casi todo lo que hacemos genera un rastro de información que puede ser recogida, procesada y potencialmente compartida. Las empresas que recogen esta información necesitan gestionarla cuidadosamente y protegerla de forma segura. Las reformas propuestas por la UE para la protección de datos son un buen paso inicial para proteger mejor a los consumidores”, dice Ignacio Chico, Director General de Iron Mountain España. “Sin embargo, nuestro estudio sugiere que la actitud de los consumidores se ha modificado desde los primeros borradores de esta ley, como consecuencia de la ola de temor relacionada con los datos sobre consumidores en 2011. Los consumidores hoy no tienen problema alguno en compartir detalles sobre su vida laboral y social en Internet, pero no confían en que las empresas vayan a borrar realmente sus datos personales, si así lo solicitan a las mismas. Las

empresas pueden mitigar este pesimismo informando a los consumidores sobre cuáles son sus políticas y prácticas”.

“Tanto si tiene información personal en papel, online o en una base de datos electrónica, la empresa tiene que saber qué tiene, dónde lo tiene y cómo borrarlo y destruirlo de forma segura si así se lo piden; y hacerlo de forma transparente y responsable. Para muchas compañías el primer paso es digitalizar los documentos importantes de manera que la información pueda integrarse en sus procesos. Posteriormente, para los archivos históricos o pasivos, destruir de forma segura los documentos que la compañía ya no debe conservar y establecer calendarios de retención de acuerdo a la normativa por cada tipo de documento. Las empresas tienen mucho que ganar si construyen una relación de confianza antes de que la ley les obligue a hacerlo. La confianza construye fidelidad y la fidelidad consigue ventas”.

Iron Mountain encuestó a 1.257 adultos en Alemania, Francia, España, Países Bajos y Reino Unido.

#### Sobre Iron Mountain Incorporated

Iron Mountain Incorporated (NYSE: IRM) es líder en servicios de custodia y gestión de la información. La compañía cuenta con 20 millones de metros cuadrados repartidos en cerca de 1.000 instalaciones en 36 países, lo que le permite dar servicio con rapidez y precisión a clientes en todo el mundo. Sus soluciones para la gestión y custodia de archivos, escaneado y digitalización, destrucción segura de papel y soportes y backup y recuperación de datos ayudan a las empresas a reducir los costes por almacenamiento, cumplir con las normativas, recuperarse de desastres y usar mejor su información en beneficio de su negocio. Fundada en 1951, Iron Mountain gestiona miles de millones de activos de información, incluidos documentos de empresas, archivos electrónicos y datos médicos. Más información en [www.ironmountain.es](http://www.ironmountain.es).

[i] La Comisión Europea quiere unificar la protección de datos dentro de la Unión Europea en una única ley: la General Data Protection Regulation (GDPR). El Consejo Europeo de la UE se ha puesto el objetivo de que esta ley se adopte en 2014 y está planificado que la normativa se haga efectiva tras un periodo transitorio de dos años.

Artículo 17: los datos personales han de ser borrados cuando el individuo retire su consentimiento o cuando los datos dejen de ser necesarios y ya no haya una razón legítima para conservarlos.

**Datos de contacto:**

Iron Mountain

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Derecho Sociedad E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>