

# Tratamiento de datos personales en agencias de investigación de mercados



Hemos escuchado en diversos medios de comunicación, por organizaciones y asociaciones, o bien por conocidos, la importancia de cuidar los datos personales propios y de terceros. Sin embargo, ¿realmente sabemos qué tenemos que hacer?, ¿cuáles son los datos personales protegidos?, ¿cómo los tenemos que cuidar?, ¿qué documentos lo especifican en tu empresa? ¿Te has preguntado y tienes la respuesta a cada una de estas preguntas?

Cuando hablamos de datos personales, se hace referencia a la información relativa a una persona, misma que la identifica. Como las leyes lo especifican, todos los ciudadanos tenemos derecho a la identidad. Entre otras cosas, los datos personales describen a la persona precisando su origen, edad, lugar de residencia, trayectoria académica, laboral o profesional. También son descritos aspectos sensibles o delicados como la forma de pensar, opiniones expresadas, estado de salud, características físicas, psicológicas, ideología o vida sexual, entre otros aspectos.

Compartir información también es parte de nuestra vida; conforma una sociedad funcional y es necesario para que una persona pueda interactuar con otras, con una o con más organizaciones sin que sea confundida con el resto de la colectividad, así como cumplir con lo que disponen las leyes. No obstante, este intercambio actualmente requiere de tener todas las medidas necesarias para cumplir con la ley.

Las agencias de investigación de mercado y de estudios de opinión manejan gran cantidad de información, pero también datos de terceros como los que se proveen desde las encuestas. Seguramente tenemos claro que hay que proteger la información y lo estamos realizando, pero todas las agencias tenemos claro todo lo que marca la ley y es la manera como estamos trabajando las agencias de primer nivel. ¿Tenemos métodos estandarizados?