



Mercadona abona una sanción de 2,5 millones a Protección de Datos

Opta por cerrar un procedimiento abierto por un sistema de seguridad probado en algunas de sus tiendas

Mercadona ha decidido dar por finalizado el procedimiento abierto por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) procediendo al pago de los 2,5 millones de euros de sanción propuesta por este organismo en relación con el proyecto piloto que fue testado durante varios meses en 48 de las 1.640 tiendas de las que dispone la compañía, según han informado a Europa Press en fuentes de la firma de supermercados.

El sistema, con la correspondiente autorización judicial y tras contrastar científicamente, aplicaba un primer filtro tecnológico y una segunda verificación visual y establecía que la persona identificada tenía una orden de alejamiento vigente del establecimiento. Después procedía a notificarlo a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, responsables de hacer cumplir la medida en vigor.

Según explican desde la compañía, no se guardaba ningún tipo de información del resto de personas, pues se eliminaba en su totalidad en 0,3 segundos, que es la duración de todo ese proceso (tiempo similar a un parpadeo), lo que imposibilitaba totalmente la posibilidad de identificar a las personas sobre las que no existía una prohibición judicial de acceso al establecimiento.

Para la implantación y puesta en marcha de esta medida, que perseguía reforzar la seguridad tanto del personal de la tienda como de los clientes, la compañía, desde el primer momento, mantuvo un contacto estrecho con las autoridades correspondientes. Asimismo, compartió con la AEPD todos los procedimientos de su Sistema de Detección Anticipada antes de iniciar la prueba.

Paralelamente, la compañía afirma que se aplicaron los más estrictos estándares de transparencia, con campañas de información tanto a través de los medios de comunicación como por medio de cartelería en estos 48 supermercados. Además de ello, en todos y cada uno de los casos dispuso siempre de autorización judicial previa, sustentadas en más de treinta y siete sentencias firmes con orden de alejamiento del establecimiento en vigor que autorizaban el uso de dicha tecnología.

Mercadona, a pesar de todo ello y ante la indefinición y dudas legales puestas de manifiesto en lo actuado hasta el momento en el procedimiento sobre esta tecnología, considera que ahora lo más responsable y riguroso es dar por finalizada esta prueba piloto.

Fuente: Cinco Días