



Por la izquierda, María Luisa González, asociada de Ramón y Cajal, Norman Heckh, socio de la firma, y José Luis Piñar, exdirector de la Agencia Española de Protección de Datos, durante la jornada, ayer en la sede del despacho en Madrid. EE

# El sector del juego necesitará delegados de privacidad

Los expertos aseguran que la futura ley de protección de datos obligará a las empresas más reguladas a incluir esta figura

**Ignacio Faes** MADRID.

Los expertos aseguran que la futura ley de protección de datos que exige la Unión Europea obligará al sector del juego a adoptar la figura del delegado de protección de datos (DPO, por sus siglas en inglés) en las compañías. “Hay muchos sectores en los que será obligatorio, sobre todo los que ahora están fuertemente regulados”, explicó ayer el catedrático de Derecho Administrativo José Luis Piñar, exdirector de la Agencia Española de Protección de Datos.

El especialista, que es vocal permanente y presidente de la Sección de Derecho Público de la Comisión General de Codificación, adelantó que ya están trabajando en el anteproyecto de ley que sustituirá a la actual Ley Orgánica de Protección de Datos, aunque no precisó la lí-

**Los juristas recomiendan a las entidades adaptarse cuanto antes al cambio de modelo**

nea concreta que seguirá la normativa. El jurista participó en un encuentro con profesionales del sector del juego organizado por Ramón y Cajal Abogados. “Va a ser difícil que la normativa esté vigente antes de mayo de 2018, pero esto no puede servir de excusa para no actuar porque el Reglamento ya está ahí y es de aplicación directa”, apuntó Piñar.

El experto aseguró que el Reglamento europeo, que entra en vigor en mayo de 2018, supondrá un cam-

bio en el modelo de privacidad de las empresas. “A partir de ahora, cada uno se va a tener que hacer su plan de cumplimiento en esta materia y el delegado de protección de datos cobrará especial importancia”, añadió.

Por su parte, Norman Heckh, Socio del departamento de IT/IP y Privacidad de Ramón y Cajal Abogados, indicó que las empresas del juego “tendrán que nombrar un DPO sí o sí por la complejidad de la actividad”. En este sentido, afirmó que caben muchas soluciones para cumplir con la normativa, pero recomendó que el delegado de privacidad sea un trabajador interno. “A la larga creo que lo mejor es que sea propio de la compañía para que conozca mejor la empresa”, aseveró. “Sin embargo, puede que en las labores de privacidad intervengan más personas”, concluyó.