



## AIL - Publicitat

L'avaluació de l'interès legítim (AIL) està dissenyada per ajudar a decidir si la base de l'interès legítim és o no aplicable al tractament de dades personals objecte d'anàlisi. És un document validat pel DPO per garantir el seu compliment legal.

### Part 1: Prova de propòsit

Cal avaluar si hi ha un interès legítim darrere del processament.

#### ASPECTES A VALORAR

- Per què desitja processar les dades?
- Quin benefici s'espera obtenir del tractament?
- Alguna tercera part es beneficia del tractament?
- Hi ha beneficis públics obtinguts gràcies al tractament?
- Com d'importants són els beneficis que vostè ha identificat?
- Quin seria l'impacte si no pogués seguir endavant amb el tractament?
- Està complint les normes específiques de protecció de dades aplicables al seu tractament (per exemple, requisits de perfilat o la legislació sobre *e-privacy*)?
- Està complint amb altres lleis d'aplicació?
- Està complint les directrius de la indústria o els codis de bones pràctiques del seu sector?
- Hi ha altres qüestions ètiques per tenir en compte relacionades amb el processament?

#### AVALUACIÓ

Es volen processar les dades per oferir un servei de màrqueting (publicitat i comunicacions comercials) eficient i eficaç, del quals s'espera que aportin els beneficis següents:

1. Millorar el coneixement dels socis sobre el catàleg de productes i serveis oferts.
2. Un increment de la contractació de productes i serveis.

No s'identifica cap benefici per a terceres parts que no pertanyin al Grup Caixa d'Enginyers, ja que només es realitza màrqueting de productes i serveis que siguin comercialitzats per la Caixa d'Enginyers i prestats per la mateixa Entitat o per altres empreses del Grup.



Si no se'n fa el tractament, s'hauria de realitzar un màrqueting massiu sense poder identificar més detalladament el seu públic objectiu. Aquesta manera de realitzar publicitat/comunicacions comercials provocaria diversos inconvenients per a ambdues parts:

1. Incrementaria els recursos necessaris per poder fer la publicitat/comunicacions comercials.
2. Generaria desinterès entre els receptors pel fet de rebre propostes que no s'ajusten a les seves característiques o interessos.
3. Incrementaria la dificultat de posada a disposició de productes propis.
4. Originaria un desavantatge competitiu respecte a altres entitats financeres.

Les dades es tracten internament i es mantenen en tot moment les proteccions establertes per les polítiques i normatives corporatives, a més d'aplicar criteris de minimització de dades (només s'utilitzen les dades imprescindibles). El resultat del tractament és identificar les persones idònies per rebre una publicitat/comunicació comercial concreta en funció de les seves característiques personals (ubicació geogràfica, edat, sexe, professió, tipologia de productes contractats o volum de recursos gestionats).

Es compleixen totes les lleis relacionades amb la banca: prevenció de blanqueig, llei de cooperatives, MiFID II, PSD2...

Es compleixen les directrius del sector i els codis de bones pràctiques.

Atesa la categoria de les dades personals tractades no hi ha altres qüestions ètiques per valorar.



## Part 2: Prova de la necessitat

Cal avaluar si el tractament és imprescindible per a les finalitats que s'hagin identificat.

### ASPECTES A VALORAR

- Aquest tractament ajudarà realment a assolir el seu propòsit?
- És el tractament proporcional a aquest propòsit?
- Es pot aconseguir el mateix propòsit sense el tractament?
- Es pot aconseguir el mateix objectiu mitjançant el tractament de menys dades o mitjançant el tractament de les dades en una altra forma més òbvia o menys intrusiva?

### AVALUACIÓ

El tractament analitzat és l'única forma viable per assolir el propòsit, ja que:

1. Les característiques dels productes o serveis són diferents per a cada un d'ells, cosa que fa que siguin més adequats per a unes persones que per a d'altres.
2. Certes característiques de les persones són fixes, però d'altres es modifiquen amb el transcurs del temps (per exemple, la seva situació laboral) i és necessari fer el tractament per tenir-ne una visió actualitzada.
3. L'encreuament entre les característiques actuals que siguin d'aplicació i la característica del producte o servei permetrà identificar el subconjunt de persones que puguin estar interessades a conèixer-lo i contractar-lo.

El tractament es considera proporcional, ja que per dur-lo a terme:

1. Es tractaran les mínimes dades possibles.
2. Únicament es filtraran les persones pels valors adequats de les característiques que les fan més proclius a l'ús i contractació del producte/servei.
3. No s'incorporaran dades provinents de tercers; únicament es tractaran les que ja es troben sota la responsabilitat de l'Entitat.
4. No es traslladaran a tercers, ja que el tractament té com a únic objectiu millorar en el màrqueting de productes i serveis propis.



No és possible obtenir aquest resultat sense dur a terme el tractament, que ja està plantejat de la manera menys intrusiva possible (minimitzant les dades utilitzades).

## Part 3: Prova d'equilibri

Cal tenir en compte l'impacte en els interessos i drets dels individus i de les seves llibertats, avaluant si aquest impacte no és assumible i, per tant, anul·la els interessos legítims de l'Entitat.

En primer lloc, cal validar si és necessari realitzar una AIPD (avaluació d'impacte relativa a la protecció de dades). Si és així, s'han d'avaluar els riscos amb més detall.

### La naturalesa de les dades personals

#### ASPECTES A VALORAR

- Són dades de categoria especial o dades de delictes?
- Són dades que les persones probablement consideren 'privades'?
- Està tractant dades de menors o d'altres col·lectius vulnerables?
- Són les dades sobre les persones del seu àmbit personal o professional?

#### AVALUACIÓ

Són les dades bàsiques de contacte (correu, adreça, telèfon...) i les dades per segmentar (ubicació geogràfica, edat, sexe, professió, tipologia de productes contractats o volum de recursos gestionats).

No es tracten dades especialment protegides.

### Expectatives raonables

#### ASPECTES A VALORAR

- Té una relació existent amb l'individu?
- Quina és la naturalesa de la relació i com s'han utilitzat les dades en el passat?
- Les dades es recullen directament de la persona? Sobre què l'han informat en el moment d'obtenir les dades?



- Si ha obtingut les dades d'un tercer, el van informar sobre l'ús per part de tercers per a altres finalitats? Aquestes finalitats cobreixen el tractament analitzat?
- Quant temps fa que va recollir les dades? Hi ha hagut canvis en la tecnologia o context des d'aleshores que hagin repercutit en les expectatives dels afectats?
- Són els propòsits i mètodes fàcilment entesos?
- La intenció és fer una cosa innovadora?
- Té cap evidència sobre les expectatives (per exemple, d'estudis de mercat, grups d'enfocament o d'altres formes de consulta)?
- Hi ha altres factors en aquest tractament que signifiquin que els afectats puguin no esperar aquest tractament?

## **AVALUACIÓ**

Les dades són de socis amb qui s'ha firmat un contracte. Els socis han vingut voluntàriament a obrir un compte i es recullen les dades directament de la persona, a qui se li proporciona tota la informació relativa al tractament de les seves dades personals que es requereix en aquell moment. Les dades les mantenen actualitzades els mateixos afectats, ja que són dades necessàries per mantenir la relació de prestació de serveis financers i d'assegurances.

No es tracta de cap tractament innovador o poc conegut. Es tracta de fer millor el que s'ha fet sempre: màrqueting dels productes propis als socis per intentar augmentar la seva relació i vinculació amb l'Entitat.

## **Impacte probable**

### **ASPECTES A VALORAR**

- Quins són els possibles efectes del tractament sobre les persones?
- Els individus poden perdre el control sobre l'ús de les seves dades personals?
- Quina és la probabilitat i severitat de qualsevol impacte potencial?
- Hi ha algunes persones que probablement s'oposin al tractament o els resulti intrusiu?
- Vostè estaria disposat a explicar el processament de les dades personals amb absoluta transparència?
- Es poden adoptar mesures de seguretat per minimitzar un possible impacte?



## **AVALUACIÓ**

L'impacte del tractament si es realitza erròniament és que, si es fa la segmentació de forma incorrecta, els afectats poden rebre publicitat/comunicacions comercials que no els interessin.

El màxim impacte és rebre publicitat/comunicacions comercials d'un producte financer o d'assegurances totalment incompatible amb allò que realment necessita la persona que la reb.

El procés és transparent, ja que en la documentació posada a la disposició dels afectats s'hi recullen els seus detalls (categories de dades, finalitat i base legítima).

Es pot oferir a les persones una opció d'exclusió?

Sí, poden exercir el seu dret a l'oposició de manera fàcil i gratuïta.



## Prendre la decisió

En aquest apartat es valoren les respostes a les parts 1, 2 i 3 per decidir si és viable recollir l'interès legítim com a base legal del tractament.

Aquest tractament pot tenir com a base legal l'interès legítim?	Sí
Té cap comentari per justificar la seva resposta? (Opcional) Aquest tractament es pot considerar una activitat esperada pels socis (que l'entitat financera li enviï informació dels seus propis productes que siguin més adequats a les seves necessitats) i amb un impacte molt baix. Tampoc no es considera un tractament intrusiu ni s'utilitzen dades de categories especialment protegides.	
AIL completada per	Caixa d'Enginyers
Data de redacció	08/01/2021
Data de validació pel DPO	14/01/2021