

PAUTAS PARA PROTEGER LA PRIVACIDAD DEL CLIENTE

Prácticas de Confidencialidad del Cliente

La privacidad de aquellos a quienes servimos es una de las consideraciones más importantes para nuestra red de clientes. Las personas que acuden a las despensas de alimentos, los sitios de comidas y los refugios se sienten ansiosas, y muchas luchan por mantener en secreto la inseguridad alimentaria de sus hijos, algunos miembros de su familia, su empleador, colegas o amigos. Debemos hacer todo lo posible para implementar prácticas que garanticen la confidencialidad para que las personas se sientan bienvenidas a solicitar y a recibir la ayuda que necesitan. A continuación se presentan algunos ejemplos de lo que es y no es una práctica aceptable para la confidencialidad del cliente. Esto no pretende ser una lista completa, sino que pretende ofrecer orientación. Si no está seguro si debe compartir la información, sea cauteloso y compasivo con el cliente y no comparta la información.

Es aceptable...	Es inaceptable...
informar la cantidad de clientes que atiende, la cantidad de hogares, la información demográfica y otra información categórica a su junta directiva, miembros de una congregación, donantes, funcionarios electos, etc.	nombrar personas y/o familias específicas que atiende.
presentar historias para ilustrar la pobreza y el hambre con detalles de identificación omitidos a un donante, funcionarios electos, voluntarios, su junta directiva, miembros de una congregación, etc.	hablar con cualquier persona (familiares, amigos, asociados, etc.) o presentar una historia que contenga detalles específicos que puedan identificar a una persona o familia (dónde trabajan, a dónde van los hijos a la escuela, dónde viven, a qué se dedican).
compartir estadísticas con otras organizaciones para indicar un aumento o disminución en una necesidad, demografía emergente, etc.	nombrar clientes específicos, compartir información que pueda identificarlos o hablar sobre el servicio específico que recibieron de su agencia, especialmente a agencias que pueden atender al mismo cliente.
establecer conexiones con los clientes y mantener conversaciones como parte de un proceso de admisión o de entrevista, o ayudarlos mientras son invitados en su programa.	hacer un acercamiento inicial con los clientes que reconoce fuera del trabajo de su programa, a menos que tenga una relación con ellos fuera de la agencia.

Evitar la Divulgación de Datos Personales

Una de las pautas clave al compartir datos es no identificar individualmente a ninguna persona a través de los resultados de los datos. Al emitir la Divulgación de información del cliente, establece la obligación de no identificar personalmente a las personas en ningún informe o hallazgo. Los datos que podrían identificar a una persona, conocidos como **información de identificación personal o IIP**, incluyen elementos como el nombre, la fecha de nacimiento, la dirección y la información de contacto, incluido el número de teléfono.

Incluso cuando no está compartiendo la IIP de alguien, la forma en que se presentan los datos puede revelar inadvertidamente quién respondió.

- Por ejemplo, si los resultados de los datos apuntan a un pequeño porcentaje de encuestados con una característica única (p. ej., ascendencia asiática o que residen en un hogar grupal), las personas descritas por los resultados aún podrían volver a identificarse.
- Como resultado, evite reportar hallazgos granulares que podrían revelar la identidad de una persona inadvertidamente.

Otras pautas para evitar la reidentificación de los encuestados incluyen las siguientes:



Evite descargar y compartir hojas de cálculo con la información personal de las personas divulgadas. En la medida de lo posible, mantenga la información de los clientes almacenada dentro de un software seguro y encriptado.



Evite mapear y compartir las direcciones exactas de las personas. Si está desarrollando mapas utilizando datos de clientes, no coloque puntos en la dirección exacta. En su lugar, desarrolle mapas de calor o sombreado de áreas donde reside una mayor concentración de clientes.



Evite informar datos si una opción de pregunta o respuesta tiene respuestas limitadas. Si bien el número exacto variará según su conjunto de datos, establezca una regla de supresión de datos para no compartir datos si una pregunta o respuesta tiene menos de “X” respuestas. Por ejemplo, si se identifican menos de 5 personas de cierta raza/etnicidad, que no se mencione en los informes o hallazgos.

Dicho esto, existen circunstancias seleccionadas en las que es apropiado y necesario compartir datos de nivel individual. Por ejemplo, si está compartiendo la información de un cliente con otra organización para iniciar una remisión o si la está compartiendo con el equipo de extensión del banco de alimentos para evaluar la elegibilidad para SNAP u otro programa. En estas circunstancias, asegúrese de lo siguiente:



El cliente ha aceptado que sus datos a nivel individual se compartan con la red del Central Texas Food Bank a través de la Divulgación de información (ROI) del cliente.



Central Texas Food Bank requiere que todos los administradores de agencias que manejan los datos de clientes a nivel individual firmen un Acuerdo de confidencialidad del usuario.

Por medio de estas medidas de seguridad administrativas, usted puede ayudar a proteger la información personal de las personas para que no se divulgue de manera inapropiada.