

Una mirada al futuro de los datos, la privacidad, y la seguridad de la información en Chile





Agenda

- Evolución de un movimiento global
- Avance y adaptabilidad al cambio en Chile
- Nuevos retos en Colombia a partir de la transformación digital del negocio
- Preguntas y debate

ABInBev

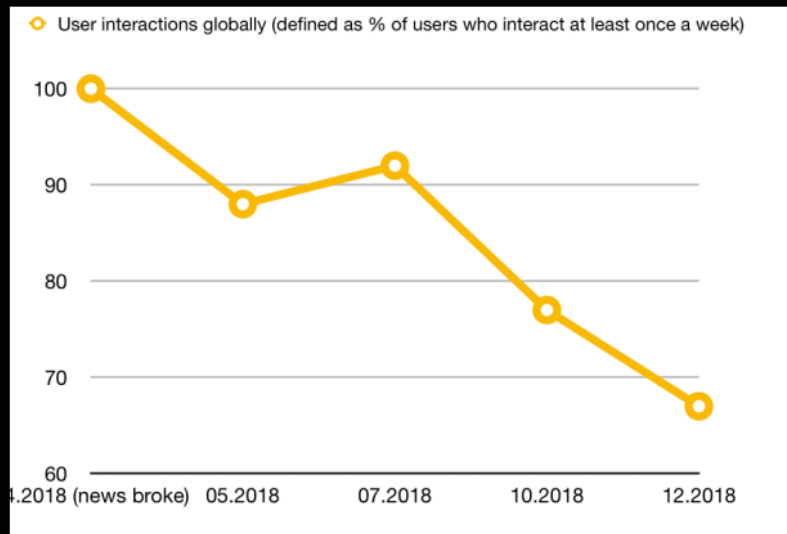
Evolución de un movimiento global

Giorgia Vulcano

To a Future With More Cheers

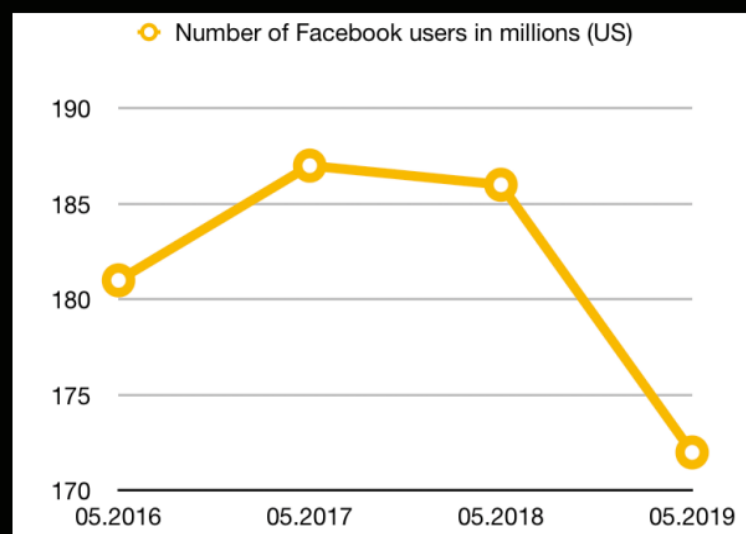
LA CONFIANZA COMO NECESIDAD ECONOMICA | El caso de Cambridge Analytica – Marzo 2018

- En 2013 el prof Kogan desarrolló para CA un test de personalidad en formato de aplicación de Facebook al cual participaron unos **265.000 usuarios**
- El test requería permiso para acceder a **información personal y de la red de amigos**, sin el consentimiento de estos últimos (se expusieron los datos de 87 millones de usuarios).
- Cruzaron los datos del test con la información de Facebook para **inferir perfiles psicológicos de cada usuario**, así definiendo el tipo de **publicidad personalizada** que podría impactar la forma de pensar de los votantes, y desarrollando también **noticias falsas** divulgadas en redes sociales, blogs y medios



INTERACTIONS: the immediate aftermath

Source: Mixpanel



USER LOSS: 2-year aftermath of Cambridge Analytica

Source: marketwatch.com

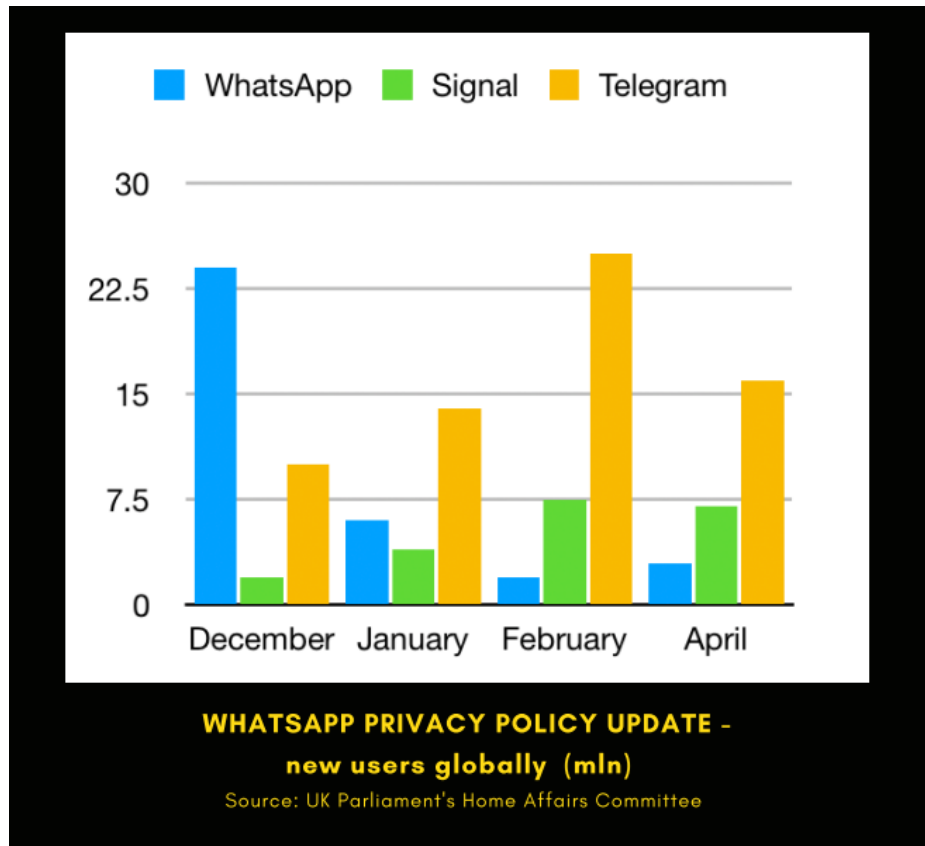


Si los consumidores no confían en el uso que hacemos de sus datos, nuestras economías no pueden prosperar

** FB perdió más de \$119bn market value cuando se anunció CA*

LA CONFIANZA COMO NECESIDAD ECONOMICA | El caso WhatsApp– Enero 2021

- En Enero del 2021 WhatsApp comunicó a sus usuarios un update de sus T&Cs
- Hubo una percepción entre usuarios que los cambios iban a **afectar su privacidad**
- A la falta de claridad y la preocupación de los usuarios siguieron **millones de descargas de Telegram y Signal**

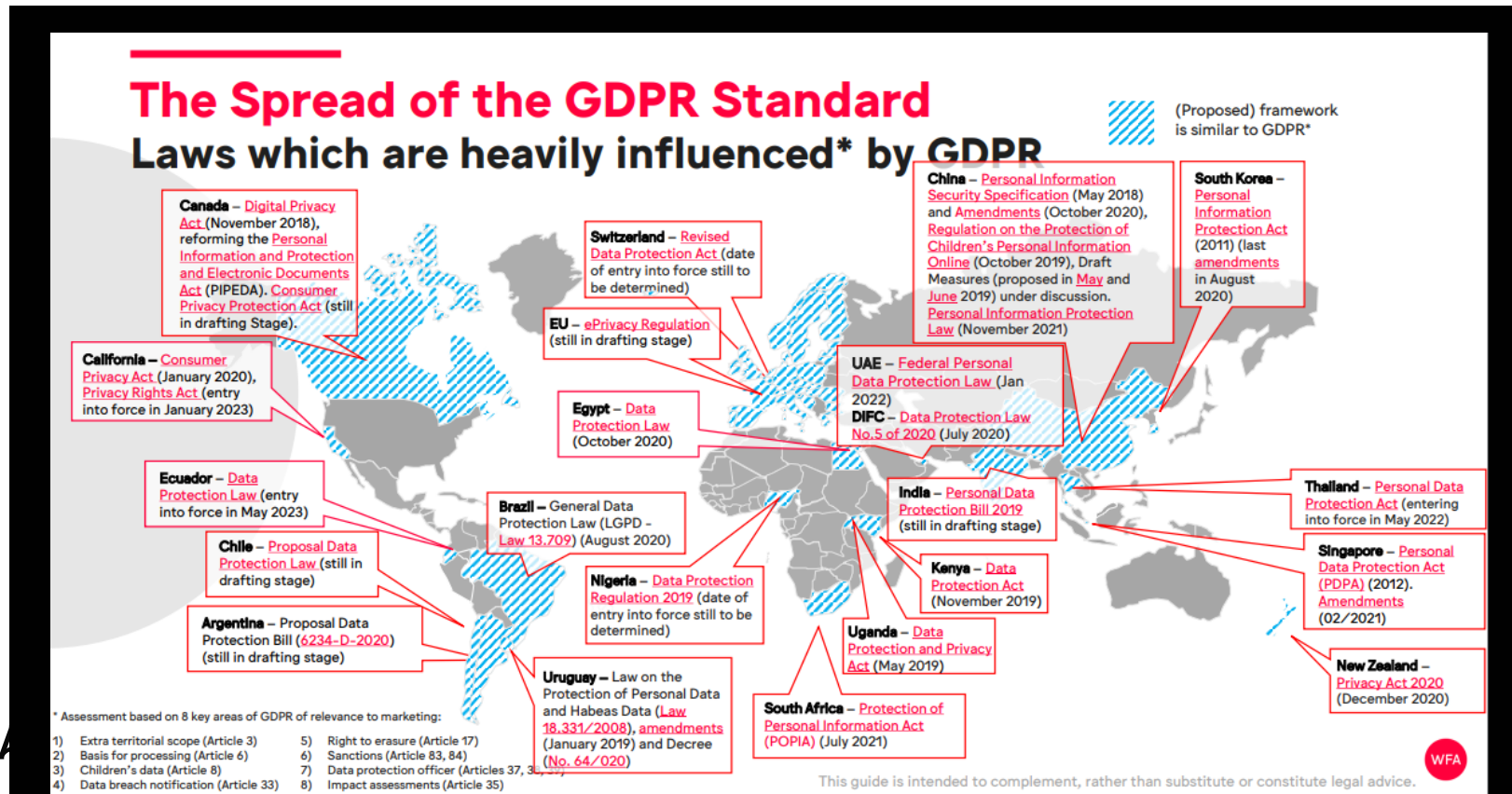


La sensibilidad de los consumidores sobre la privacidad está aumentando y, frente a productos & servicios que ofrecen lo mismo, los usuarios preferirán los que sean (o perciban como) más protectores de sus datos y su privacidad

LA REGULACIÓN DE LA PROTECCIÓN DE DATOS – STANDARD GLOBAL & HUMAN CENTRICITY

| El GDPR – Mayo 2018

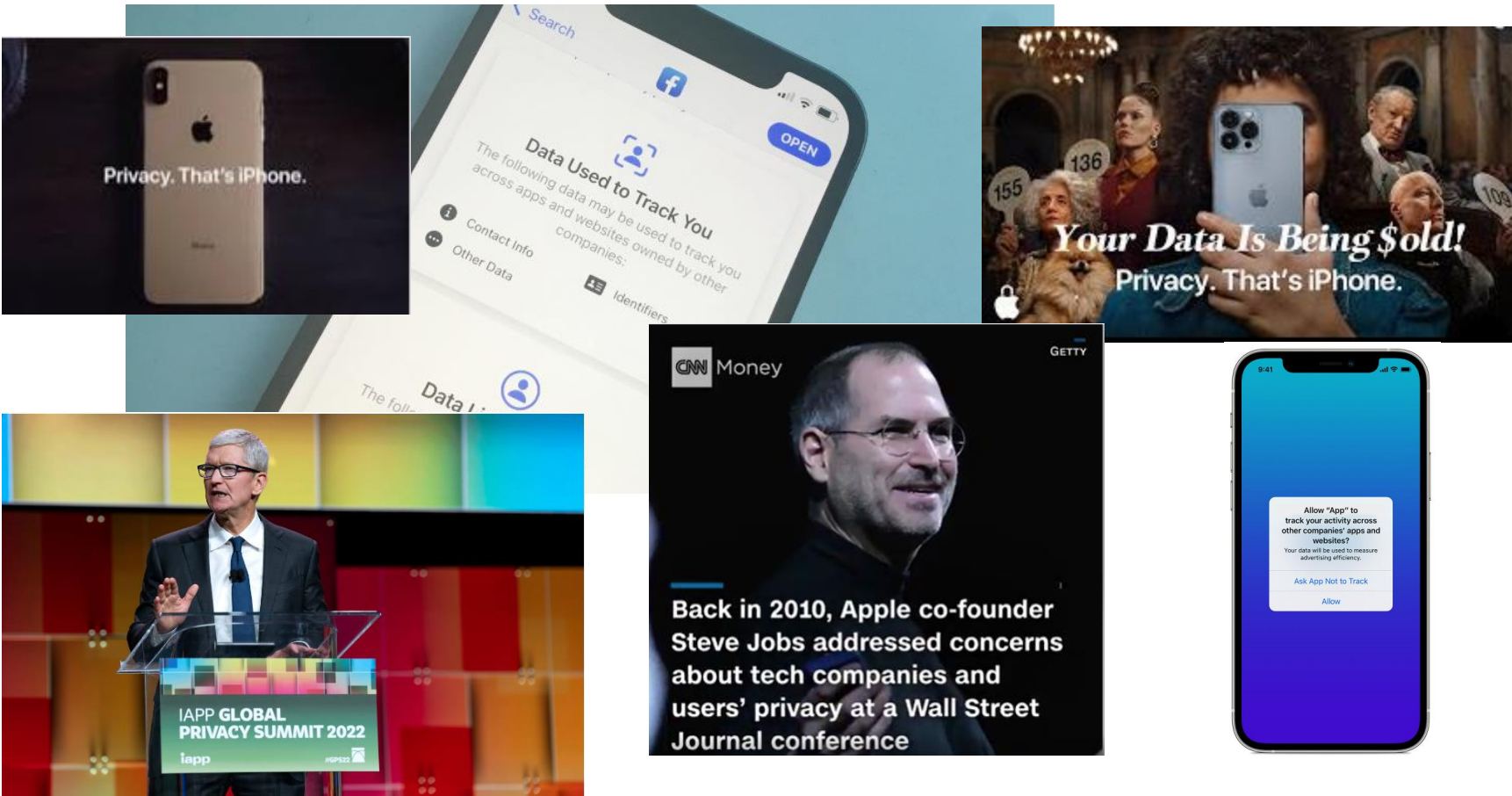
- En Mayo 2018 empezó el obligado cumplimiento del GDPR, un nuevo reglamento europeo de protección de datos
- El GDPR no solo obliga a todos los players del mercado a **jugar conforme a las mismas reglas**, sino que reafirma la protección de la privacidad y de los datos personales como **derechos individuales** y como **imperativos de una democracia**
- Generó el “**Brussels effect**”, impactando empresas activas internacionalmente e influenciando la promulgación de leyes parecidas alrededor del mundo




💡 El GDPR es el resultado de una mayor conciencia social sobre la privacidad que crece a nivel global – No tenemos que respetar la privacidad y la protección de los datos solo por una cuestión de compliance sino porque es importante para nuestros consumidores.

LA PROTECCIÓN DE DATOS COMO VALOR ADJUNTO & VENTAJA COMERCIAL | El caso Apple

- Apple empezó su privacy leadership hace unos años, antes de una presión regulatoria como la actual
- Los Privacy controls desarrollados se han convertido en elementos fundamentales de su business model
- Como compañía “pro-user”, Apple ha públicamente valorado la Privacy y la protección de datos como un valor adjunto para sus users



 Entender la importancia de nuestro@s users y de lo que ell@s valoran es clave para crear negocios que sean, no solo seguros, sino que éticos, relevantes y sustentables – la protección de datos siempre más representa un elemento de valoración para l@s consumidores

ÉTICA DIGITAL @ABI – Un approach ‘by Design’

ENFOQUE BASADO EN PRINCIPIOS

Definimos principios para guiar globalmente los equipos, así facilitando un tratamiento de datos consistente y seguro.

Nuestros principios son:

1. Collect only the data that you need,
2. Use it how you said you would and how people expect you would,
3. Protect what you get,
4. Keep only what you need and
5. Be accountable.

LOS EQUIPOS DigEthics INTEGRADOS EN EL BUSINESS

Para que los principios de ética digital estén integrados desde el principio en los proyectos, evitando “chokepoints” y facilitando un approach ‘by Design’

CULTURA DE DigEthics DIFUNDIDA ENTRE TODAS LAS LINEAS DE DEFENSA

Desde la primera línea a la C-Suite, a través de trainings, tabletop exercises, etc.

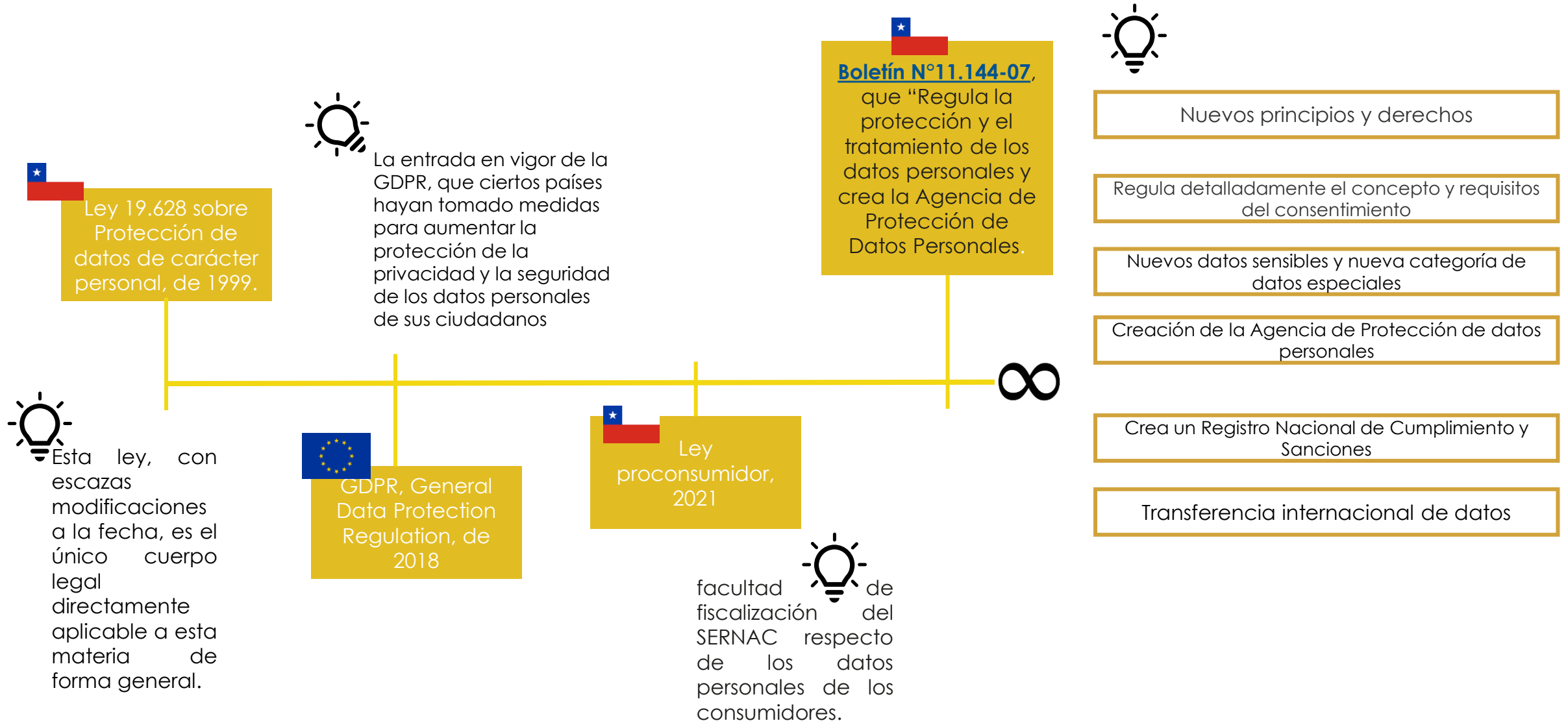
ABInBev

Avance y adaptabilidad al cambio en Chile

Amanda Contreras Iori

To a Future With More Cheers

SITUACIÓN LEGISLATIVA



LA ÉTICA COMO ELEMENTO BASE ANTE EL CAMBIO

- Frente a la velocidad del cambio, un criterio ético bien formado en los equipos de cumplimiento es clave para avanzar. La necesidad de adaptarse al cambio es imperativa.
- La tecnología trae consigo nuevos riesgos que nosotros, como encargados de cumplimiento digital, debemos ser capaces de afrontar eficazmente.
- El riesgo no hay que eliminarlo, hay que saber manejarlo.



ESTANDAR ELEVADO DE ACTUACIÓN

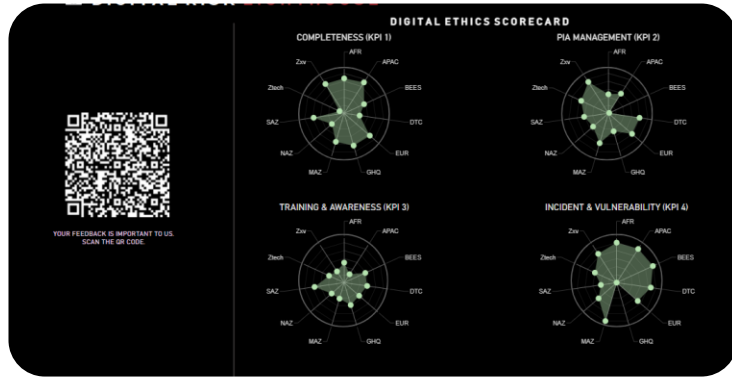


ABInBev

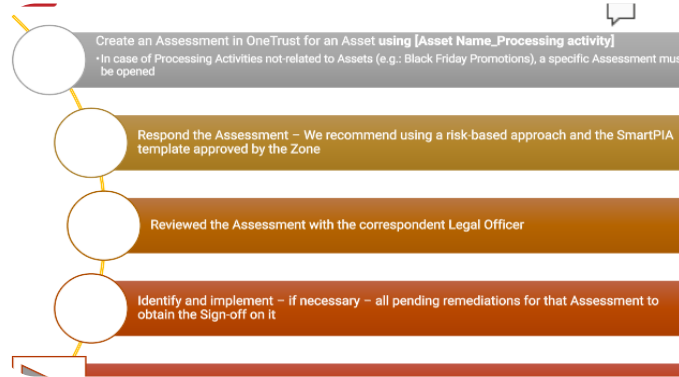


En Chile durante el mes de abril de 2018, el Senado aprobó en general el texto del proyecto de Modificación de la Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada, cuyo propósito será elevar el nivel de protección de los datos personales al mismo nivel del Reglamento General Europeo de Protección de Datos (GDPR), que considera además crear una Agencia de Protección de Datos Personales, con la capacidad de fiscalizar y sancionar los incumplimientos de la ley

BUENAS PRACTICAS EN MATERIA DE ÉTICA DIGITAL- AB INBEV



Digital Ethics Scorecard



Material compartido



Uso de herramientas:
One trust-Gestión de riesgos

BUENAS PRACTICAS EN MATERIA DE ÉTICA DIGITAL

Entrenamientos y Concienciación

KPI Number	N	KPI Pillar*	Sub KPI*	General content	Audience	Engagement indicator method to be used	Date
1	1	Upskill the Digital Ethics teams and tailored training for key	Training	New Module OT for ISI	Compliance and Solutions Teams	knowledge retention and user satisfaction.	25-abr
	2	Upskill the Digital Ethics teams and tailored training for key	Training	Compliance Week	Compliance Team and Key stakeholders	knowledge retention and user satisfaction.	TBD
	3	Upskill the Digital Ethics teams and tailored training for key	Training	D&E.-PIA Management	Key stakeholders (Core)	knowledge retention and user satisfaction.	TBD
	4	Upskill the Digital Ethics teams and tailored training for key stakeholders	Training	Developing and Operating compliant and sustainable Tech	Key stakeholders (Legal and other stakeholders DTC)	knowledge retention and user satisfaction.	3/5/2022 y 17/06/2022
	5	Upskill the Digital Ethics teams and tailored training for key	Training	DSAR Training	key stakeholders (Casa de la Cerveza/La Estación/Pedidos Ya)	knowledge retention and user satisfaction.	May
	6	Upskill the Digital Ethics teams and tailored training for key	Training	Digital Ethics principles	Key Stakeholders: MKT/CORPORATE/PEOPLE	knowledge retention and user satisfaction +QUIZ	Sep
2	1	Training and/or awareness for the general public	Awareness	Compliance Committee	Senior leadership	N/A	Q3/4
	1	Training and/or awareness for the general public	Training	Digital Ethics principles	Global entire population (Workday)	Completion of 95% for Bands 0-4, quiz, and NPS survey	TBD
	2	Training and/or awareness for the general public	Awareness	Comm Data Privacy Day	All population (Zone)	User reach Workplace/email	28-ene
	3	Training and/or awareness for the general public	Awareness	Comm ISI Policy	All population (Zone)	User reach Workplace/email	02-mar
	4	Training and/or awareness for the general public	Awareness	Comm Digital Ethics	All population (Zone)	User reach Workplace/email	14-apr
	5	Training and/or awareness for the general public	Awareness	Comm Phishing	All population (Zone)	User reach Workplace/email	08-mar
	6	Training and/or awareness for the general public	Awareness	Comm Data Privacy	All population (Zone)	User reach Workplace/email	02-jun
7	Training and/or awareness for	Awareness	Comm almacenamiento	All population (Zone)	User reach Workplace/email	18-mar	

Acto que significa hacer que una persona tome conciencia sobre determinadas circunstancias y/o fenómenos

MKT

RRHH

ABInBev

Nuevos retos en Colombia a partir de la transformación digital del negocio

Ruben Rivera Castillo

To a Future With More Cheers

Consentimiento del titular en el mundo digital

Cómo se han interpretado los atributos: previo, expreso e informado



Expreso: acción clara y positiva del titular de datos, que permita su consulta posterior

1. Implícito (¿conducta inequívoca?)

"El USUARIO al descargar y/o hacer uso de [REDACTED], acepta estos términos y condiciones y autoriza a esta de manera libre y voluntaria y en los términos de la Ley 1580 (sic) de 2012, para el tratamiento de sus datos personales, para su recolección, almacenamiento, uso, circulación o supresión y para recibir información relacionada con actividades comerciales de la misma (Valido para Colombia).

2. Inacción o silencio

"Cuando no hago clic en la opción "ACEPTO", autorizo a [REDACTED] como consta en el AVISO DE PRIVACIDAD expuesto en cada una de las tiendas [REDACTED] y [REDACTED] de manera previa, expresa e inequívoca para que mis datos personales sean tratados (recolectados, almacenados, usados, compartidos, procesados, transmitidos, suprimidos o actualizados), ..."



3. Casillas marcadas por defecto (pre-ticked)

- He leído y acepto los **Términos y Condiciones** así como las **Preguntas Frecuentes** del sitio. Acepto también las Políticas de Privacidad y tratamiento de datos personales.

Consentimiento del titular en el mundo digital

Cómo se interpretan los 3 atributos: previo, expreso e informado



Informado: genera en el titular plena conciencia de los efectos de su autorización

Información mínima de autorización:

- Responsable del Tratamiento
- Actividades del Tratamiento
- Finalidades
- Derechos del titular de datos
- Datos de contacto (canales para ejercer derechos)

Solicitar autorización genérica y remitir a la Política de Privacidad

Solicitar aceptación de la Política de Privacidad y los Términos de Servicio

Lei y estoy de acuerdo con los Términos del Servicio y la Política de Privacidad [Términos del Servicio](#) y [Política de Privacidad](#)

FINALIZAR



Cookies (y otras tecnologías de rastreo)

¿Aplica la Ley de Protección de Datos Personales?



Han sido consideradas como mecanismo que puede capturar datos personales de los usuarios



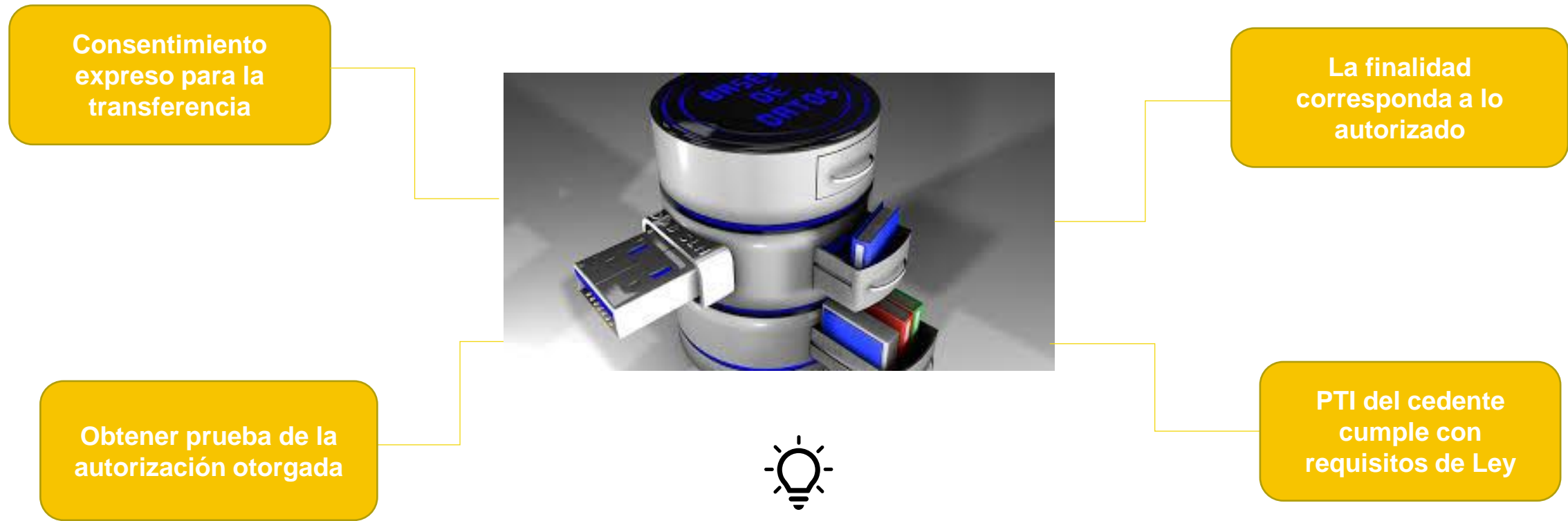
Requiere plena conciencia del titular de datos sobre el uso de las mismas en el activo digital



Implica que el consentimiento para su uso debe cumplir con los mismos atributos: previo, expreso e informado

Enriquecimiento de datos con otras fuentes

Aplicación del principio de Responsabilidad Demostrada (accountability)



Tanto cedente como receptor pueden ser sancionados:
Caso Scotiabank- ETB

ABInBev

PREGUNTAS

To a Future With More Cheers