



SISTEMA DE CONFIANZA

IAB CHILE



Título I

NORMAS GENERALES

Artículo 1º. Objeto.

Este Sistema de Confianza tiene por objeto establecer normas mínimas para el comportamiento y la comercialización de los servicios de marketing digital por parte de los socios de IAB Chile con la finalidad de regular las relaciones entre los socios y entre éstos y sus clientes y los consumidores en general.

Las disposiciones de este Sistema de Confianza no podrán ser interpretadas en ningún sentido que disminuya el nivel de protección que el ordenamiento jurídico reconoce a quienes participan del marketing digital.

Artículo 2º. Ámbito de aplicación.

Este Sistema de Confianza será de aplicación a los servicios de marketing digital que comercializan los diferentes socios de IAB Chile a través de Internet, correo electrónico, tecnologías inalámbricas móviles, blogs y redes sociales. Asimismo, será aplicable al tratamiento de datos personales que éstos realicen.

Todos los socios de IAB Chile por el sólo hecho de serlo adhieren a este Sistema de Confianza.



Artículo 39. Definiciones.

Los términos definidos a continuación se entenderán como conceptos específicos y de uso corriente para la interpretación y aplicación de este Sistema de Confianza:

1. **Anunciante:** Persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la actividad de marketing digital.
2. **Audiencia:** Número de usuarios únicos multiplicado por el número promedio de personas que usa un terminal de acceso a Internet según fuente consensuada.
3. **Bloqueo de datos:** Suspensión temporal de cualquier operación de tratamiento de datos almacenados.
4. **Consentimiento:** Manifestación de voluntad libre, inequívoca, específica, escrita e informada mediante la que se autoriza el tratamiento de los datos personales que le conciernen.
5. **Cookies:** Pequeños ficheros de datos generados a través de instrucciones enviadas por los servidores web a los programas navegadores de los usuarios, y que se guardan en un directorio específico del terminal de aquéllos, con el objetivo de reunir información compilada por el propio fichero
6. **Dato personal:** El relativo a cualquier información concerniente a persona natural, identificada o identificable.
7. **Dato sensible:** Aquel dato personal que se refiere a las características físicas o morales de las personas o a hechos o circunstancias de su vida privada o



intimidad, tales como los hábitos personales, el origen racial, las ideologías y opiniones políticas, las creencias o convicciones religiosas, los estados de salud físicos y síquicos y la vida sexual.

8. **Destinatarios:** Personas a las que se dirija o alcance la publicidad.
9. **Encargado de tratamiento de datos:** Persona natural que trata datos personales por cuenta del responsable del registro o banco de datos para permitir que los titulares puedan acudir ante el para los efectos de hacer efectivos los derechos que les reconoce el Sistema de Confianza.
10. **Formularios:** Páginas preparadas de antemano que se utilizan para obtener información de un visitante, la que posteriormente se vuelve a transmitir al servidor.
11. **Material Publicitario:** Piezas publicitarias que el avisador debe exhibir por encargo de la agencia o avisador.
12. **Menor:** Aquella persona natural que no ha llegado a cumplir 18 años de edad.
13. **Pixels:** Es la menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital.
14. **Publicidad:** Toda forma de comunicación pública realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.



No se considerará publicidad a los efectos de este Sistema de Confianza:

a) Los datos que permiten acceder directamente a la actividad de una empresa, organización o persona, y concretamente el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico.

b) Las comunicaciones comerciales relativas a los bienes servicios o a la imagen de dicha empresa, organización o persona, elaboradas de forma independiente de ella, en particular cuando éstas se realizan sin contrapartida económica.

c) Los contenidos editoriales de las páginas web, entendiendo por tales todos aquéllos que no estén orientados a la promoción, directa o indirecta, de la contratación de bienes, servicios, derechos y obligaciones.

15. **Titulares:** Persona natural a la que se refieren los datos de carácter personal.

16. **Tratamiento de Datos Personales:** Cualquier operación o complejo de operaciones o procedimientos técnicos, de carácter automatizado o no, que permitan recolectar, almacenar, grabar, organizar, elaborar, seleccionar, extraer, confrontar, interconectar, disociar, comunicar, ceder, transferir, transmitir o cancelar datos de carácter personal, o utilizarlos en cualquier otra forma.



Artículo 4º. Cómputo de plazos.

Cada vez que este Sistema de Confianza señale un plazo de días se computarán únicamente los hábiles, entendiéndose que son inhábiles los sábados, domingos y los festivos.

Los plazos se computarán desde el día siguiente a aquel en que se notifique el acto de que se trate.

Cuando el último día del plazo sea inhábil, éste se entenderá prorrogado al primer día hábil siguiente.



Título II

MARKETING DIGITAL

Normas Generales

Artículo 5º. Principios generales.

IAB Chile adhiere al Sistema de Confianza de Ética del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR) y, en tal sentido, los principios que lo rigen se dan por expresamente reproducidos en este Sistema de Confianza. Adicionalmente, los socios de IAB Chile deberán considerar en su conducta especialmente:

- a) Velar por el respeto de los derechos de las personas en todas las actividades comerciales de marketing digital.
- b) Abstenerse de incluir contenidos que atenten contra la dignidad de la persona, o sean discriminatorios por razón de nacionalidad, raza, sexo, orientación sexual, convicciones religiosas o políticas, o cualquier otra circunstancia personal o social, o que inciten a la comisión de actos ilícitos.



- c) Abstenerse de usar material infractor de derechos propiedad industrial o intelectual a la hora de desarrollar las actividades comercialización de marketing digital.
- d) Evitar inducir a error o engaño a través de las actividades comerciales de marketing digital.
- e) Evitar incitar a la violencia.
- f) Evitar, en la publicidad dirigida a niños o adolescentes, explotar la ingenuidad, inmadurez, inexperiencia o credulidad natural de estos, ni sobrestimar el nivel de habilidad o el límite de edad de los niños para poder disfrutar o utilizar los productos publicitados.
- g) Informar a los clientes de cualquier posible conflicto de interés que pudiere generarse con ocasión de la prestación de los servicios contratados.

Los socios de **IAB Chile** deberán velar porque sus anunciantes informen del costo o precio que tiene acceder a un mensaje o servicio cuando aquél sea mayor que el de las tarifas básicas de telecomunicación. En aquellos casos en que se produzca una conexión de carácter continuado, los destinatarios serán informados de tales costos antes de acceder al mensaje o servicio, de forma clara, y deberán disponer de un plazo de tiempo razonable y suficiente para poder desconectarse del servicio sin incurrir en gastos.



Artículo 6º. Identificación del anunciante.

Los socios de IAB Chile deberán velar porque en todas las actividades comerciales de marketing digital que realicen, el anunciante se encuentre claramente identificable a través del nombre de la empresa o marca anunciada. Para ello deberá poder accederse desde la misma acción de marketing de forma permanente, fácil, directa y sin costo alguno al nombre o razón social, la dirección de su casa matriz, su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva. Asimismo, deberán cuidar que con sus acciones no se produzca confusión respecto de la identidad de empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores.

Tratándose de publicidad teaser, se cumplirá con las obligaciones señaladas precedentemente en la medida que se identifique la agencia que realiza la misma.

Artículo 7º. Identificabilidad de la publicidad.

Los socios de IAB Chile deberán velar porque en todas las actividades comerciales de marketing digital que realicen sea claramente identificable el carácter publicitario. Así, el comienzo de cualquier mensaje que se envíe utilizando correo electrónico u otro medio de comunicación individual equivalente deberá incluir en el Asunto o al comienzo del mensaje la palabra “publicidad” o alguna abreviatura de fácil comprensión y que sea habitualmente utilizada por la Industria.

Artículo 8º. Promociones publicitarias.

Los socios de IAB Chile deberán velar porque en promociones publicitarias, junto con encontrarse debidamente individualizado el anunciante en la forma prevista en el artículo 6º, se implemente un mecanismo sencillo, expedito y claro que permita al destinatario de la comunicación solicitar la suspensión de los envíos, los de que desde ese momento serán considerados como comunicaciones publicitarias no deseadas.



NORMAS ESPECIALES

Artículo 9º. Publicidad en Internet.

Los socios de IAB Chile deberán velar porque en el marketing digital que realicen a través de Internet, ninguna de las acciones tienda a impedir la libre navegación de los usuarios. Así, cualquier mensaje que los usuarios reciban en este ambiente deberá permitir salir de éste o eliminarlo fácilmente de la pantalla, para poder continuar la navegación en la página desde la que accedió al mensaje publicitario.

Asimismo, deberán velar por el cumplimiento de los estándares del Consorcio World Wide Web (www.w3c.org) y adoptar medidas de seguridad tendientes a evitar que los sitios Web tengan agujeros de seguridad que permitan violar la seguridad del mismo o obtener información de personas que usen el servidor que provee los servicios.

Los socios de IAB Chile al hacer uso de técnicas dirigidas a mejorar la visibilidad de un determinado sitio Web en los diferentes buscadores deberán evitar dañar intencionalmente al cliente o al usuario.

No podrán emplearse de manera continua ninguna tecnología o procedimiento que cause la exclusión de la Web del cliente, de los índices de los motores de búsqueda o de directorios o hacerla inoperativa, debiendo seguir especialmente

las siguientes recomendaciones:

- a) Aplicar y seguir las reglas publicadas o impuestas por los motores de búsqueda o directorios.
- b) Velar porque el usuario que esté utilizando un motor de búsqueda no resulte engañado por la información presentada al motor de búsqueda o dañado u ofendido al llegar a la Web del cliente.
- c) El contenido de la Web del cliente no se represente de manera falsa.

Artículo 10º. Publicidad enviada mediante correo electrónico.

Los socios de IAB Chile se abstendrán de enviar comunicaciones comerciales o publicitarias por correo electrónico u otro medio de comunicación individual equivalente, a personas que no lo hayan solicitado o autorizado expresamente. Para todos los efectos derivados de este Sistema de Confianza se entenderá que una persona ha dado su consentimiento si al momento de recolectarse sus datos personales se le ha informado respecto a la posibilidad de que se le envíen comunicaciones de esta clase y ésta ha dado su consentimiento de conformidad con las reglas establecidas en éste Sistema de Confianza.

Esta clase de comunicaciones además debe contener toda la información señalada en el artículo 8º.

Los socios de IAB Chile no podrán prestar ningún servicio de marketing digital utilizando bases de datos, propias o de clientes, que no tengan debidamente acreditado el origen de los datos personales ni cuando éstos hayan sido recolectados para una finalidad diferente al envío de comunicaciones



comerciales y publicitarias por correo electrónico u otro medio de comunicación individual equivalente, salvo que provengan de fuentes de acceso público.

Artículo 11º. Publicidad a través de tecnologías inalámbricas móviles.

Los socios de IAB Chile al prestar servicios de marketing digital a través de tecnologías inalámbricas móviles, deberán entregar información suficiente al destinatario de la publicidad, de manera de permitirle comprender claramente los términos y condiciones del programa de marketing digital que se le entrega.

Los socios de IAB Chile deben respetar el derecho de los usuarios a gestionar los mensajes que reciben por medio de sus dispositivos móviles, para lo cual será plenamente aplicable lo dispuesto en el artículo 10º, debiendo implementar, especialmente, mecanismos que permitan a los usuarios interrumpir la recepción de estos mensajes.

Artículo 12º. Publicidad a través de Blogs, Redes Sociales, Chat y similares.

Los socios de IAB Chile al prestar servicios de marketing digital a través de Blogs, Redes Sociales, Chat y similares deberán contar previamente con el consentimiento del moderador del punto de encuentro o, en su defecto, del proveedor del servicio, o ajustarse a las reglas de admisión de publicidad establecidas para ese grupo, foro, chat o similar.

Se excluye de lo previsto en este artículo aquellos Blogs, Redes Sociales, Chat y similares de naturaleza publicitaria.



Título III

TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

Artículo 13º. Recogida de datos.

Los socios de IAB Chile no podrán recoger datos personales por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.

No podrán utilizarse los grupos de noticias, carteleras, foros o charlas para recolectar datos con finalidad publicitaria, salvo que dicha recolección se ajuste a las normas de tratamiento de datos establecidas en el presente Sistema de Confianza.

Asimismo, en el proceso de recogida de datos personales se deberá informar a los titulares de manera expresa, precisa e inequívoca:

- a) Del tratamiento de datos personales, si los datos serán almacenados, la finalidad de la recolección, los destinatarios de la información y el procedimiento que se utiliza para la recolección de los datos.
- b) Identificación del responsable de la base de datos para facilitar la comunicación con el mismo.



- c) Carácter obligatorio o facultativo de la respuesta a las preguntas que en su caso les sean planteadas, así como de las consecuencias de la obtención de los datos o la negativa a suministrarlos.
- d) Posibilidad de ejercer los derechos de acceso, eliminación, modificación y bloqueo.

Con el fin de llevar el derecho de información a su máxima expresión, los socios de IAB Chile deberán informar de la existencia de este Sistema de Confianza, indicando su ubicación en el sitio Web de IAB Chile, para su consulta.

Artículo 14º. Consentimiento del titular.

Los socios de IAB Chile sólo podrán tratar datos personales cuando cuenten con el consentimiento inequívoco, expreso y escrito del interesado, salvo que una ley disponga otra cosa. Al momento de requerirse el consentimiento se deberá entregar la información a que se refiere el artículo 13º.

La autorización que el interesado dé para que sean tratados sus datos personales puede ser revocada por escrito en cualquier tiempo, sin que produzca efectos retroactivos. Para facilitar el ejercicio de este derecho, los socios de IAB Chile deberán disponibilizar en su sitio Web un mecanismo que permita hacerlo de manera simple, en idioma castellano y fácilmente accesible.

En los casos en los que no sea necesario el consentimiento del titular para el tratamiento de los datos, y siempre que una ley no disponga lo contrario, el titular podrá oponerse e impugnar su tratamiento cuando tenga motivos



fundados y legítimos relativos a una concreta situación personal. En tal supuesto, los socios de IAB Chile excluirán del tratamiento los datos relativos al afectado en el plazo de cinco días hábiles contados desde que tomó conocimiento de la oposición.

En caso que los socios de IAB Chile al momento de solicitar el consentimiento informen que los datos podrán ser utilizados para una finalidad no relacionada directamente con la causa de la recolección, deberán permitir que el interesado pueda manifestar expresamente su negativa para esos otros tratamientos de datos, pudiendo hacerlo marcando una casilla claramente visible y no marcada por defecto en el mismo documento, o bien a través de procedimientos equivalentes, como una dirección de correo electrónico o a través de un número telefónico que no importe cobros adicionales. En la recolección de domicilios, reparto de documentos, publicidad, prospección comercial, venta u otras actividades análogas, los socios de IAB Chile podrán tratar datos que sean aptos para establecer perfiles determinados con fines promocionales, comerciales o publicitarios, o que permitan establecer hábitos de consumo, siempre que éstos figuren en documentos accesibles al público o hayan sido facilitados por los propios titulares u obtenidos con su consentimiento.

Los socios de IAB Chile no requerirán el consentimiento del titular para tratar los datos cuando éstos:



- a) Provenzan de fuentes accesibles al público.
- b) Sean datos de solvencia patrimonial, sin perjuicio de que su finalidad no pueda ser otra que la evaluación de riesgo comercial y para el proceso de crédito.
- c) Se contengan en listados relativos a una categoría de personas que se limiten a indicar antecedentes tales como la pertenencia del individuo a ese grupo, su profesión o actividad, sus títulos educativos, dirección o fecha de nacimiento.
- d) Sean necesarios para comunicaciones comerciales de respuesta directa o comercialización o venta directa de bienes o servicios.
- e) Cuando el tratamiento lo realicen personas jurídicas privadas para el uso exclusivo suyo, de sus asociados y de las entidades a que están afiliadas, con fines estadísticos, de tarificación u otros de beneficio general de aquellos.

Artículo 15º. Finalidad de los datos.

Los socios de IAB Chile no podrán tratar los datos personales que recolecten para una finalidad diferente a la declarada al momento de realizarse la recolección, salvo que provengan o se hayan recolectado de fuentes accesibles al público.

Sólo podrán recolectarse datos y tratarlos cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas,



explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido.

Los socios de IAB Chile cuando recolecten datos personales a través de encuestas, estudios de mercado o sondeos de opinión pública u otros instrumentos semejantes deberán omitir toda seña que permita la identificación de las personas consultadas, al momento de comunicar los resultados.

Los datos deberán ser eliminados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes a los fines para los cuales hubieren sido recolectados.

Artículo 16º. Exactitud de los datos.

Los socios de IAB Chile deberán velar porque los datos personales que traten respondan con veracidad a la situación actual de los titulares. Se entenderán que son exactos los datos entregados para su tratamiento directamente por su titular.

Para ello deberán modificar los datos cuando sean erróneos, inexactos, equívocos o incompletos. Asimismo, deberán ser bloqueados cuando la exactitud de éstos no pueda ser establecida o cuando la vigencia de los mismos sea dudosa y no proceda la cancelación.

El responsable de la base de datos deberá eliminar, modificar o bloquear los datos, según corresponda, dentro de los 5 días siguientes a la fecha en que tome conocimiento de algunas de las causales señaladas en los incisos anteriores. La eliminación, modificación o bloqueo de los datos deberá realizarlo el



responsable del banco de datos sin necesidad de requerimiento del titular, sin perjuicio del ejercicio de los derechos de acceso, eliminación, modificación, cancelación y bloqueo.

En caso que un socio de IAB Chile hubieran comunicado los datos a una persona determinada o determinable, deberá avisarle dentro del plazo máximo de 5 días corridos la nueva situación de los datos comunicados. En caso que no fuera posible determinar las personas a quienes éstos le fueron comunicados, deberá publicar un aviso de general conocimiento, en su sitio Web y en el de IAB Chile, para quienes usen la información de esa base de datos dando cuenta de la nueva situación de los datos comunicados.

Artículo 17º. Deber de secreto.

Las personas que trabajan en el tratamiento de datos personales en un socio de IAB Chile están obligadas a guardar secreto sobre los mismos, cuando hayan sido recolectados de fuentes no accesible al público, como asimismo sobre los demás datos y antecedentes relacionados con las bases de datos, obligación que en ningún caso cesa por haber terminado sus actividades en dicha función.

Artículo 18º. Comunicación de datos.

Los socios de IAB Chile sólo podrán comunicar los datos personales recolectados para el cumplimiento de fines directamente relacionados con las funciones legítimas del cedente y del cesionario con el previo consentimiento del titular de datos o cuando la ley lo autorice.



En caso que el responsable de la base de datos establezca un procedimiento automatizado para la transmisión de los datos deberá dejar constancia de:

- a) La individualización de requirente.
- b) El motivo y el propósito del requerimiento.
- c) El tipo de datos que se transmiten.

La admisibilidad del requerimiento será responsabilidad del responsable de la base de datos, pero el requirente responderá por la petición que realice.

El receptor de los datos sólo podrá utilizarlos para los fines que motivaron la comunicación.

Artículo 19º. Tratamiento de datos personales obtenidos de fuente accesible al público

Cuando los datos hayan sido obtenidos de una fuente accesible al público y se destinen a la actividad de publicidad o prospección comercial, siempre que el interesado no haya manifestado su negativa u oposición a que sus datos sean objeto de dichas finalidades, los socios de IAB Chile, en cada comunicación deberán informar al titular de la identidad del responsable de su tratamiento, de la finalidad de su obtención y tratamiento, que sus datos han sido obtenidos de fuentes accesibles al público y de la entidad de la que hubieran sido obtenidos y de los derechos que asisten al titular de los mismos, con indicación de ante quién pueden ejercitarse.



Artículo 20º. Tratamiento de datos de menores

Para recoger datos o comunicarse con menores a través de medios de comunicación electrónica, los socios de IAB Chile deberán tener en cuenta la edad, el conocimiento y la madurez de su público objetivo. En ningún caso podrán recabarse del menor datos relativos o relacionados con la situación económica o la vida privada de los otros miembros de la familia.

Los socios de IAB Chile alentarán a los menores a obtener autorización de sus padres o representantes legales antes de facilitar datos personales en línea, y establecer mecanismos que aseguren razonablemente, de acuerdo con el desarrollo de la tecnología, que han comprobado de modo efectivo la edad del menor y la autenticidad del consentimiento de aquéllos.

Los padres o representantes podrán oponerse al envío de publicidad o información solicitada por los menores a su cargo, dirigiéndose para ello al responsable de la base de datos mediante un sistema que asegure su identidad. Además del respeto a la opción de los padres de limitar la recogida de estos datos en línea, los socios de IAB Chile limitarán la utilización de datos proporcionados por los menores con la única finalidad de la promoción, venta y suministro de productos o servicios objetivamente aptos para menores.

En ningún caso podrán comunicarse los datos relativos a menores sin el previo consentimiento de sus padres o representantes.

Artículo 21º. Tratamiento de datos sensibles

Los socios de IAB Chile no podrán tratar datos sensibles sin el consentimiento

del titular de los datos y cuando éste sea solicitado se informará especialmente al interesado respecto a su derecho a no otorgarlo.

Artículo 22º. Tratamiento de datos personales por cuenta de un tercero

Cuando los socios de IAB Chile realicen tratamiento de los datos a través de un tercero o para un tercero deberán regular la relación en un contrato de mandato que deberá constar por escrito, dejando especial constancia de las condiciones de utilización de los datos y estableciéndose expresamente que el encargado del tratamiento únicamente tratará los datos conforme a las instrucciones de la entidad, que no los aplicará o utilizará con un fin distinto al que figure en dicho contrato, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas. En el contrato se estipularán, asimismo, las medidas de seguridad que el encargado del tratamiento estará obligado a implementar.

Artículo 23º. Transferencia internacional de datos personales

Los socios de IAB Chile no podrán realizar transferencia internacional de datos personales, salvo que la transmisión se realice a organizaciones internacionales en cumplimiento de lo dispuesto en tratados y convenios internacionales vigentes

Artículo 24º. Uso de cookies y dispositivos similares.

Los socios de IAB Chile proveerán a los usuarios de información clara y comprensible sobre la presencia y la finalidad de las cookies u otros dispositivos



o técnicas similares, poniendo a su disposición mecanismos sencillos y gratuitos para informarles sobre cómo desactivarlas. Asimismo, se avisará de forma clara cuándo queda imposibilitado el acceso o la utilización de un servicio interactivo por ser necesario el envío e instalación de cookies u otros dispositivos o técnicas similares en el terminal del usuario.

Las cookies u otras técnicas se utilizarán de forma dissociada y nunca individualizada o relacionada a los datos personales de los usuarios, de forma que la información que se obtenga no pueda asociarse a persona identificada o identificable, salvo que el consumidor haya dado su consentimiento. En particular, cuando se utilicen cookies o pixels transparentes u otras técnicas asimilables, se proporcionará a los usuarios información clara y comprensible sobre su objetivo y de su utilización desvinculada de cualquier dato de carácter personal.

El tratamiento de las cookies es extrapolable por analogía a otras técnicas de monitorización de la conducta de los usuarios en su utilización de medios electrónicos de comunicación a distancia.



Título IV

DERECHOS DE LAS PERSONAS

Artículo 25º. Ejercicio de derechos

Los socios de IAB Chile deberán garantizar a los titulares de datos personales el ejercicio de los derechos de acceso, eliminación, modificación, cancelación y bloqueo de sus datos personales, así como el derecho a oponerse al tratamiento o transferencia de los mismos, poniendo para ello a su disposición mecanismos que sean sencillos y gratuitos.

Los socios de IAB Chile resolverán dentro de 2 días sobre la estimación o rechazo de la solicitud recibida, debiendo indicar los motivos en caso que fuera rechazada. En la respuesta se deberá informar al afectado sobre su derecho a recurrir ante la autoridad competente.

Con la finalidad de facilitar a los titulares el ejercicio de los derechos, los socios de IAB Chile deberán designar un encargado de tratamiento de datos personales.

Artículo 26º. Derecho de acceso

Toda persona tiene derecho de requerir gratuitamente información a los socios de IAB Chile sobre los datos relativos a su persona, su procedencia, si han sido comunicados, cual ha sido el propósito de su almacenamiento y la

individualización de las personas u organismos a los cuales sus datos son transmitidos habitualmente.

Los socios de IAB Chile resolverán sobre la solicitud de acceso en el plazo máximo de 2 días contados desde la recepción de la solicitud. En el caso de que la entidad no disponga de datos de carácter personal de los afectados se le comunicará igualmente en el mismo plazo. Podrá denegarse el acceso cuando su entrega pudiere afectar la reserva o secreto establecidos en disposiciones legales y/o reglamentarias, la seguridad de la Nación o el interés nacional.

Artículo 27º. Derecho de eliminación, modificación y bloqueo

Toda persona tiene derecho a requerir a los socios de IAB Chile la modificación de sus datos personales cuando sean erróneos, inexactos, equívocos o incompletos. También podrán solicitar que sean eliminados cuando su almacenamiento carezca de fundamento legal, estuvieren caducos o hubieren sido entregados voluntariamente o ellos se usen para comunicaciones comerciales y no se desee seguir figurando en el registro respectivo. Asimismo, toda persona podrá solicitar el bloqueo de sus datos personales cuando su exactitud no pueda ser establecida o cuya vigencia sea dudosa y respecto de los cuales no proceda su eliminación.

Cualquiera de las operaciones a que se refiere este artículo deberán resolverse dentro del plazo máximo de 2 días.



Título V

GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LAS BASES DE DATOS QUE CONTIENEN DATOS PERSONALES

Artículo 28º. Inscripción de bases de datos.

Los socios de IAB Chile deberán inscribir sus bases de datos ante una autoridad responsable debiendo contener la inscripción, a lo menos, las siguientes menciones:

- a. El nombre de la base de datos.
- b. El responsable de la base de datos.
- c. El nombre del encargado de tratamiento de datos.
- d. El RUT del titular de la base de datos.
- e. La finalidad de la base de datos.
- f. El o los tipos de datos almacenados en dicha base de datos.
- g. Una descripción del universo de personas que contiene.



Artículo 29º. Creación, actualización o eliminación de bases de datos

Los socios de IAB Chile deberán informar a los titulares de datos cada vez que una base de datos sea creada, modificada o eliminada, para lo cual informarán en su respectivo sitio Web y comunicarán tal situación a IAB Chile para los efectos de que mantenga actualizado el registro a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 30º. Adopción de medidas de seguridad para el tratamiento de datos personales

Los socios de IAB Chile deberán adoptar las medidas de seguridad apropiadas para salvaguardar la integridad y confidencialidad de los datos personales tratados en sus bases de datos.

Artículo 31º. Política de Seguridad

Los socios de IAB Chile deberán contar con una Política de Seguridad que de cuenta del compromiso de la entidad con la seguridad en el tratamiento de datos personales, para lo cual deberán indicar al menos:

- a) El ámbito de aplicación de la Política con especificación detallada de los recursos protegidos.
- b) Las medidas, normas, procedimientos y estándares destinados a garantizar el nivel de seguridad.
- c) Las funciones y obligaciones del personal que se desempeña en la entidad.
- d) El procedimiento de notificación, gestión y respuesta ante las incidencias

- e) Los procedimientos de realización de copias de respaldo y de recuperación de los datos.
- f) Los controles periódicos que se deban realizar para verificar el cumplimiento de lo dispuesto en la Política de Seguridad.
- g) Las medidas adoptadas para el transporte de soportes y documentos.
- h) Las medidas a adoptar para la destrucción o reutilización de los documentos y soportes.

Cuando exista un tratamiento de datos por cuenta de terceros, la Política de Seguridad deberá contener la identificación de los ficheros o tratamientos que se traten en concepto de encargado con referencia expresa al contrato de mandato, así como de la identificación del responsable y del período de vigencia del mismo.

