



**BUENAS PRÁCTICAS DEL RETAIL FINANCIERO
EN MATERIA DE
PROMOCIONES Y PUBLICIDAD POR MEDIOS ELECTRÓNICOS**

Santiago, mayo de 2019

BUENAS PRÁCTICAS DEL RETAIL FINANCIERO EN MATERIA DE PROMOCIONES Y PUBLICIDAD POR MEDIOS ELECTRÓNICOS

I. OBJETO Y ALCANCE.

A través de este acuerdo de auto-regulación la Asociación Gremial de la Industria del Retail Financiero A.G. promueve estas Buenas Prácticas con el objeto de establecer normas mínimas para el comportamiento y el envío de avisos o mensajes publicitarios por parte de sus asociados. Esto, con la finalidad de dinamizar y mejorar la calidad de sus actividades promocionales y publicitarias utilizando canales remotos, en un ambiente de pleno respeto y protección de los derechos de las personas.

Estos lineamientos se adoptan para que las empresas integrantes del Retail Financiero A.G. adhieran a ellas en el contexto de su autonomía y libre determinación y adopten voluntariamente mecanismos por sobre los estándares legales y que sólo resultan aplicables y reconocibles en virtud únicamente de la adhesión voluntaria, y como tal no generan ni debieran generar estándares normativos o vinculantes diferentes a los adoptados mediante el presente instrumento.

Las disposiciones de este acuerdo no podrán ser interpretadas en ningún sentido que disminuya el nivel de protección que el ordenamiento jurídico reconoce a las personas.

A la fecha de este instrumento, los miembros del Retail Financiero A.G. son:

- **SERVICIOS FINANCIEROS Y ADMINISTRACIÓN DE CRÉDITOS COMERCIALES S.A.**
- **PROMOTORA CMR FALABELLA S A**
- **CAT ADMINISTRADORA DE TARJETAS S.A.**
- **CREDITOS ORGANIZACION Y FINANZAS S A**
- **INVERSIONES Y TARJETAS S A**
- **MATIC KARD S.A.**
- **UNICARD S.A.**



- **SSFF CORREDORES DE SEGUROS Y GESTION FINANCIERA LIMITADA**
- **SEGUROS FABELLA CORREDORES LIMITADA**
- **CAT CORREDORES DE SEGUROS Y SERVICIOS S.A.**
- **ABCDIN CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA**
- **AGENCIAS BRINER CORREDORES DE SEGUROS SPA**
- **CORONA CORREDORA DE SEGUROS LIMITADA**
- **UNIMARC CORREDORES DE SEGUROS LTDA.**

A partir de la fecha de entrada en vigencia de este Acuerdo, quedará disponible para que cualquier empresa pueda voluntariamente adherir al mismo, momento desde el cual su aplicación íntegra y cumplimiento pasará a ser obligatorio.

II. ÁMBITO DE APLICACIÓN.

Estas Buenas Prácticas serán de aplicación a las acciones promocionales y publicitarias que realizan los miembros del Retail Financiero A.G. a través de avisos o mensajes publicitarios utilizando el canal telefónico, correo electrónico, SMS u otro medio de comunicación individual equivalente.

Para tal efecto, se consideran las siguientes definiciones para aplicación e interpretación de estas Buenas Prácticas:

- a. Acuerdo: Estas Buenas Prácticas en Materia de Promociones y Publicidad por medios electrónicos.
- b. Aviso o mensaje publicitario: Comunicación, por lo general pagada, para promocionar una marca, producto, servicio, industria o causa, realizadas a través del teléfono, correo electrónico, SMS u otro medio de comunicación individual equivalente.
- c. Publicidad: Toda actividad o forma de comunicación dirigida al público o a un segmento del mismo, con el propósito de influir en sus opiniones o conductas, realizadas a través del teléfono, correo electrónico, SMS u otro medio de comunicación individual equivalente.
- d. Público o consumidor: Las personas a las que se dirige el mensaje publicitario o a las que éste alcance.
- e. Titular de Datos Personales: La persona a la que se refieren los datos personales.



III. COMPROMISO BÁSICO.

En el ámbito indicado, cada una de las empresas integrantes del Retail Financiero A.G., debidamente representadas, vienen en suscribir y aceptar el presente documento y declaran que se comprometen con el público y con los consumidores a cumplir las buenas prácticas aquí indicadas de buena fe y aplicar los mejores y más altos estándares de calidad del servicio e información entregada en los avisos o mensajes publicitarios.

IV. PRINCIPIOS GENERALES.

1. **Código de Ética del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).** Las empresas integrantes del Retail Financiero A.G. adhieren al Código de Ética del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR) vigente a la fecha de adopción de estas Buenas Prácticas y, en tal sentido, los principios que lo rigen se dan por expresamente reproducidos en estas Buenas Prácticas, debiendo velar especialmente por el respeto de los derechos de las personas en todos los avisos y mensajes publicitarios.
2. **Tratamiento de datos personales para fines promocionales y publicitarios.**
 - Las empresas que suscriben este Acuerdo no podrán recolectar datos personales por medios fraudulentos, desleales o ilícitos, debiendo informar, en sus Políticas de Tratamiento de Datos, de manera precisa e inequívoca, la forma en que los datos personales recolectados serán utilizados con dicho fin.
 - Además, las empresas deberán informar el derecho que tiene el titular de los datos personales de revocar, en cualquier momento y sin expresión de causa, el consentimiento otorgado para acciones promocionales y publicitarias, debiendo permitirlo a través de un mecanismo equivalente a aquel a través del cual se recolectaron los datos personales.
 - Las empresas 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 provengan de fuentes accesibles al público o hayan sido facilitados por los propios titulares de datos personales u obtenidos con su consentimiento. Todo esto en lo referido a la recolección de información referente a domicilios, reparto de documentos, publicidad, prospección comercial, venta y otras actividades análogas.



- En lo referido al envío de publicidad por medios electrónicos, las empresas que suscriben este Acuerdo deberán contar con políticas de tratamiento de datos personales que proporcionen al menos la siguiente información respecto a la forma en que tratan los datos personales:
 - a. La fecha de la política de tratamiento de datos.
 - b. La identidad del responsable de la base de datos.
 - c. Los datos de contacto del responsable de la base de datos.
 - d. Explicitar que la finalidad del tratamiento de datos que se pretende realizar es el desarrollo de acciones promocionales y/o publicitarias.
 - e. Los criterios adoptados por la empresa para la cancelación de los datos personales tratados.
 - f. La forma en que los titulares de datos personales pueden ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición relacionados al envío de promociones y publicidad por medios electrónicos.

Las Políticas de Tratamiento de Datos deberán mantenerse permanentemente disponibles y accesibles para el público y los consumidores en el sitio Web institucional.

3. Registros de exclusión publicitaria.

Con la finalidad de hacer más expedito el ejercicio del derecho contenido en el artículo 28 B de la Ley 19.496 sobre derechos de los consumidores, las empresas que adhieren a estas Buenas Prácticas, deberán implementar mecanismos de exclusión publicitaria para que el público y los consumidores manifiesten su oposición a que se le envíen acciones promocionales o publicitarias por medios electrónicos. Asimismo, deberán consultar la aplicación no molestar del Servicio Nacional del Consumidor para evitar realizar acciones promocionales o publicitarias a personas que se han inscrito en dicho sistema.

Los sistemas de exclusión publicitaria implementados podrán diferenciar entre los diferentes canales (correo electrónico, mensajes de texto u otros medios equivalentes) y el tipo de acciones publicitarias que se desea excluir (líneas de productos o servicios).

Una vez manifestada la intención de quedar excluido, total o parcialmente, de las acciones promocionales o publicitarias, sea porque el consumidor se lo informe a la



empresa o porque se haya inscrito en la aplicación no molestar del Servicio Nacional del Consumidor, la empresa deberá proceder, sin más trámite, a iniciar el proceso de bloqueo de la persona en las bases de datos destinadas a tales fines.

A tal efecto, los referidos mecanismos deberán contener los datos necesarios para identificar al titular de los datos personales.

Las empresas que pretendan efectuar actividades promocionales o publicitarias deberán previamente consultar los mecanismos de exclusión publicitaria implementados a fin de evitar que las acciones de esta clase se dirijan contra personas que hubieran manifestado su oposición o negativa de recibir las.

V. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD POR MEDIOS ELECTRONICOS.

- a) Por canal telefónico. Las empresas integrantes del Retail Financiero A.G. acuerdan que las llamadas realizadas con fines promocionales y/o publicitarios sólo podrán realizarse entre las 09:00 y las 19:00 horas de lunes a viernes y de 10:00 a 14:00 horas los días sábado. Con todo, durante el verano (21 de diciembre al 21 de marzo), las empresas integrantes del Retail Financiero A.G. podrán realizar esta clase de llamadas de lunes a viernes hasta las 20 horas.

Quedarán excluidas de la limitación horaria anterior, aquellos llamados que se generen luego de una cotización realizada por un cliente en cualquier canal, en la medida que se le haya informado que por el solo hecho de cotizar podría ser contactado posteriormente.

El acuerdo establece, explícitamente, que durante días Domingo o Festivos, no se realizarán llamadas para los fines antes mencionados.

Las empresas integrantes del Retail Financiero A.G. deberán consultar sus sistemas de exclusión publicitaria y la aplicación no molestar del Servicio Nacional del Consumidor antes de realizar cualquiera acción promocional o publicitaria por medios telefónicos.



- b) Otros medios electrónicos. Las empresas que suscriben este Acuerdo se abstendrán de enviar comunicaciones comerciales o publicitarias por correo electrónico u otro medio de comunicación individual equivalente, a personas que hayan solicitado su exclusión, para lo cual deberán consultar sus sistemas de exclusión publicitaria y la aplicación no molestar del Servicio Nacional del Consumidor antes de realizar cualquiera acción promocional o publicitaria por estos medios.

VI. MECANISMO DE COMPROBACIÓN DE CUMPLIMIENTO.

Las empresas integrantes del Retail Financiero A.G. comprometidas con estas Buenas Prácticas deberán auditar, verificar y comprobar anualmente el cumplimiento de los compromisos contenidos en ese documento.

A más tardar el 31 de octubre de cada año, la correspondiente empresa integrante del Retail Financiero deberá remitir el informe de auditoría al Retail Financiero AG. Adicionalmente, en los casos que así lo ameriten, deberá adjuntar el plan correctivo con los plazos para su implementación, firmado por su representante legal.

El Retail Financiero A.G. deberá generar un Informe Industrial en que se dé cuenta del estado general de implementación y cumplimiento de las presentes Buenas Prácticas.

VII. IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN.

Se acuerda impulsar un Programa de Capacitación de los equipos comerciales y de marketing, u otros, de las empresas integrantes del Retail Financiero con el fin de garantizar que las empresas actúen con diligencia en procurar que se utilicen las mejores prácticas y se protejan los derechos del público consumidor y la confianza del público en general.



VIII. VIGENCIA.

Sin perjuicio de que diversos contenidos del presente instrumento ya se encuentran en plena aplicación, la totalidad de las buenas prácticas contenidas en este Acuerdo, comenzarán a ser exigibles transcurridos tres meses contados desde la fecha en que haya sido ratificado, mediante la adhesión voluntaria e individual de cada una de las empresas socias.

Pío Marshall Rivera

Servicios Financieros y Administración de
Créditos Comerciales S.A.

Alejandro Arze Safian

Promotora CMR Falabella S.A.

Eulogio Guzmán Llona

CAT-Administradora de Tarjetas S.A.

Jaime Anusch Brikisak

Inversiones y Tarjetas S.A.

Gonzalo Ceballos Guzmán

Créditos, Organización y Finanzas S.A.

Victor Wipe Tala

Matic Kard S.A.

Javier Chivite Ruiz

Unicard S.A

Claudio Ortiz T.

Vicepresidente Ejecutivo
Retail Financiero A.G.

