

**PROGRAMA GLOBAL DE PROTECCIÓN DE DATOS
PERSONALES DE MASTERCARD**

https://youtu.be/KS1NIYF-nA?list=PLZaXWcGPIGDZKdmlwg2JDz58py_DDqjp5

Conferencia Magistral. Programa Global de Protección de Datos Personales de MasterCard.

Presentador: Los invitamos a ocupar sus lugares.

Para continuar, daremos inicio a la Conferencia Magistral: “Programa Global de Protección de Datos Personales” que impartirá el Vicepresidente para la Privacidad y Protección de Datos de MasterCard en Estados Unidos, Miguel Denegri.

Para ello, cedemos el uso de la palabra a la Directora de Datos Personales, la licenciada Ana María Cervantes Jasso.

Lic. Ana María Cervantes Jasso: Buenas tardes, compañeros, sean todos bienvenidos. Agradecemos mucho la presencia y gentileza de Miguel Denegri para acompañarnos este día y darle más adelante la lectura a su semblanza.

Miguel Denegri es abogado, actualmente Vicepresidente de MasterCard Internacional, en MasterCard tiene bajo su responsabilidad tareas de asesoría y supervisión en materia de privacidad y protección de datos personales, especialmente en relación a las regiones de Latinoamérica y el Caribe.

Dichas tareas están dedicadas al correcto diseño, implementación y al control desde una perspectiva de protección de datos personales, de las actividades de negocios desplegados en MasterCard, en jurisdicciones de Latinoamérica y el Caribe.

A lo largo de su carrera profesional se ha desempeñado a nivel internacional como Asesor Legal, así también se ha desempeñado como oficial de cumplimiento y control de entidades bancarias, como también de corporaciones con negocios multinacionales.

Su experiencia de trabajo internacional es regional y global, habiendo trabajado con base en Latinoamérica, en Europa y Estados Unidos.

Es Licenciado en Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Perú; cuenta con una Maestría en Derecho Internacional Económico de la Universidad de Warwick, Reino Unido con una Maestría en Gestión de Negocios del Instituto de Empresa de Madrid, España.

Adelante, por favor.

Mtro. Miguel G. Denegri Portela: Buenas tardes. Ante nada quiero agradecer a InfoDF por la invitación a participar en este seminario internacional, agradecer al Comisionado Mucio Israel, a la licenciada Ana María Cervantes y agradecer a ustedes por vuestra presencia.

El tema que vamos a enfocar ahora es una perspectiva distinta de la protección de datos personales, vamos a, lo que voy a presentar ahora es el Programa Global de Privacidad de MasterCard, nuestra compañía es una compañía en realidad, nosotros nos vemos como una compañía de servicios de tecnología y la industria de medios de pago.

Y nosotros procesamos transacciones que se realizan desde más de 200 países y territorios a nivel global y esto implica el movimiento de información, hay distintas instancias, distintas esferas de negocios, algunas procesamos datos personales y en otras muchas no.

Vamos a comenzar, por favor, la siguiente diapositiva, primero que nada lo que voy a presentar son, voy a dar una pincelada de las operaciones del negocio de MasterCard, vamos, en el contexto de un mundo crecientemente regulado en materia de privacidad y protección de datos personales.

Y seguidamente voy a pasar después a entrar a los aspectos, a dar pinceladas de aspectos relevantes del programa nuestro, ya habiendo presentado en qué contexto de negocio es que desarrollamos nuestras actividades.

El panorama general, o sea, nuestro, como mencioné, nosotros nos vemos como una compañía de servicios de tecnología que estamos en

la industria de pagos global, nosotros como compañía de medios de pago conectamos a instituciones financieras, a comercios, conectamos a consumidores para realizar pagos en uso principalmente de las tarjetas, las tarjetas pero ya no solamente tarjetas porque ahora hay tecnología que se ha desarrollado que va más allá de las tarjetas.

Entonces, de lo que se habla en realidad es del medio de pago a través de una cuenta, cuando un consumidor se relaciona con una institución financiera para abrir una cuenta y MasterCard no es una institución financiera. Ese consumidor para abrir la cuenta le entrega sus datos a la institución financiera, la institución financiera con esos datos va a abrir una cuenta, va a emitir una tarjeta. Lo que sucede es que la tarjeta va a tener una marca, la marca puede ser MasterCard o la de algún otro de nuestros competidores a nivel global.

MasterCard no da, no es una institución financiera, no otorgamos créditos a los consumidores, sino lo que el servicio nuestro consiste principalmente en proporcionar la plataforma, los rieles a través de los cuales van a discurrir las transacciones realizadas por los tarjetahabientes.

Por ejemplo, un banco en base al análisis crediticio de un consumidor le va a dar una línea de crédito, y a este consumidor le van a emitir una tarjeta de crédito bajo una licencia de MasterCard y por tanto va a llevar la marca y el banco va a recabar los datos personales y entonces va a tener un medio de pago y lo que nosotros buscamos y la misión nuestra es la de proporcionar medios de pago, simples, efectivos, inteligentes.

Por un lado la solución para los consumidores es la de tener un medio de pago rápido, efectivo y seguro; y por el lado de los comercios la ventaja es que van a tener un medio también rápido y efectivo para la recepción de los pagos. Y en la siguiente diapositiva voy a explicar cómo funciona ese proceso.

El modelo nuestro para el procesamiento de transacciones es un modelo en el cual, como se explicaba, o sea, una entidad financiera, en este caso el emisor, es el que le va a dar una cuenta bancaria o una cuenta de tarjeta de crédito a un tarjetahabiente, a un consumidor.

Ese emisor, para que pueda emitir una tarjeta de MasterCard tiene que contar con una licencia de nosotros.

Entonces, el tarjetahabiente, vamos, con su tarjeta de crédito va a un comercio para realizar una compra con la tarjeta, inmediatamente cuando se pasa la tarjeta por el POS o se ingresa la tarjeta, ya no a la banda magnética sino se ingresa el chip para que se lea, se inicia un proceso, un proceso de autenticación, verificación, o sea, de si la tarjeta tiene fondos o no para realizar esa transacción comercial, precisamente la plataforma sobre la cual discurre esta información transaccional y no personal, porque no tenemos cómo identificar quién ese tarjetahabiente, se realiza a través de la plataforma de MasterCard.

¿Entonces, cómo funciona esto? Así como hay la entidad emisora, que es una entidad financiera, también hay la entidad adquirente, el robo del adquirente, los adquirentes también son instituciones financieras, también son bancos, y los adquirentes se relacionan con los comercios y le dan a los comercios las terminales para que puedan procesar transacciones con tarjeta de crédito y procesarlas a través de la plataforma.

Entonces, nuestro tarjetahabiente va al comercio, realiza una compra e inmediatamente la señal de la tarjeta va directamente, pasa por el adquirente y va a MasterCard y de MasterCard va al emisor y todo esto se hace en fracción de segundos y el emisor electrónicamente confirma o declina la transacción, en base a si ese tarjetahabiente tiene los fondos y la información regresa a través de los rieles de MasterCard al adquirente, se le da la confirmación al adquirente y el adquirente es el encargado de abonar los fondos que van a venir de la cuenta de tarjetahabiente en el emisor, se la va a abonar al comercio.

Ese es el proceso típico de una transacción con tarjeta de crédito, nuevamente en MasterCard no tenemos datos personales, no tenemos cómo identificar quién es el tarjetahabiente y en realidad procesamos transacciones no solamente localmente, si es una cuenta en México que se realiza en México, sino también puede ser de un tarjetahabiente que viaja a Inglaterra y desde México realiza una transacción comercial o, vamos, más de 200 países y territorios.

Además estos servicios que nosotros le damos a través de las entidades financieras a quienes le damos licencia, otro cliente es, que son nuestros clientes principales, en realidad también le damos servicios a las licencias mediante, son servicios en realidad que son complementarios en sí de la tarjeta. Por ejemplo, puede ser los programas de fidelización, esos programas en YouTube en los cuales un consumidor va acumulando puntos, puede que el banco no tenga la plataforma para acumular los puntos y el desarrollo tecnológico cueste muchísimo dinero, nosotros les damos los rieles en base a los cuales las entidades financieras pueden ofrecer este servicio a sus tarjetahabientes.

En esos casos nosotros también vamos a procesar información, en este caso vamos a procesar por encargo, información por encargo porque el responsable de la base de datos sigue siendo el banco y, vamos, tenemos que hacer todo esto evidentemente en observancia de las leyes aplicables, de las leyes aplicables, en especial del lugar de residencia del tarjetahabiente, del consumidor. Y nuevamente aquí estamos, nuevamente como procesadores de información, como encargados de tratamiento.

Les voy a adelantar esto quedando pendiente que pase a la siguiente diapositiva, tenemos una línea de negocios también que nosotros hemos desarrollado, que es una línea de servicios en las cuales nosotros sí somos responsables de la base de datos y sí recolectamos y tratamos datos personales.

Estos negocios en realidad son un modelo de contactar directamente al consumidor a través de canales digitales, a través de sitios web, a través del desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles. Y estos servicios están destinados en realidad a facilitarles a los consumidores principalmente, información acerca de las ventajas de cómo utilizar, o sea, de las ventajas de que pueden gozar de uso de sus tarjetas MasterCard en distintas geografías.

Para estos programas nosotros lo que hacemos es recolectar datos personales de manera activa de los usuarios a través de estos activos digitales y obviamente esto de acá se hace contando con el consentimiento debido, se les da un aviso de privacidad que obviamente tiene que estar en completa observancia de la normativa

de protección de datos aplicable. Y éste sí es un modelo distinto al que mencionaba principalmente, al del tratamiento de transacciones financieras que involucran el tratamiento de información no personal, aquí sí estamos hablando de información personal y de la cual nosotros sí somos responsables de la base de datos.

Y un ejemplo de eso es el programa Priceless Cities, que son sitios web que hemos desarrollado con información acerca de ventajas para el tarjetahabiente de MasterCard, ventajas a partir de ofertas y descuentos a los cuales puede tener acceso en comercios ubicados en determinadas ciudades, para esto existe una página de Priceless México en el que pueden ustedes consultar.

Entonces, habiendo dado una pincelada del contexto de cuál es nuestro negocio, cómo nos movemos, qué tipo de información es la que movemos, todo esto de manera muy general, esto de acá nos plantea a nivel internacional en realidad grandes retos. En primer lugar una perspectiva de negocios global, tenemos la diversidad de requisitos legales locales, los requisitos legales a nivel de protección de datos, tenemos desde el caso de jurisdicciones que no están reguladas todavía en materia de protección de datos a jurisdicción, como es el caso de México, que están perfectamente reguladas.

Tenemos también por otra parte la evolución de los requisitos aplicables y la evolución en realidad está en marcha y es casi constante y el motivo es muy simple, la legislación tiene el reto a su vez también de poder responder a las demandas que genera el desarrollo de la innovación y la tecnología. Entonces, esto aquí lleva a cambios constantes y hay que estar siguiendo esos cambios para realizar nuestros negocios en cumplimiento y en observancia de los derechos reconocidos.

Ahora bien, dicho esto y algo que voy a ver, en la sección de cumplimiento nosotros tenemos estándares mínimos que aplicamos a nivel global, vamos, esto sin importar si se trata de una jurisdicción regulada o no, simplemente se trata de la observancia de los derechos que nosotros consideramos tienen todas las personas a nivel global.

Por otra parte hay también otro reto, son los requisitos y nacionalización de la información, por ejemplo, tenemos el caso

reciente, o sea, de Rusia, que eso casi plantea problemas importantes no solamente a nivel de seguridad sino también a nivel, o sea, del flujo, o sea, del comercio porque la industria de medios de pago lo que estaba buscando con los servicios es darle las facilidades a los consumidores, te realiza transacciones comerciales. Y hoy en día las transacciones comerciales se pueden realizar a través del internet a nivel global.

Por otra parte hay también restricciones y limitaciones a la transferencia internacional de datos y éste es un tema también, o sea, que es cambiante, los requisitos de consentimiento pueden variar de una jurisdicción a otra y constituye uno de los retos principales, sobre todo considerando que el servicio de la industria de medios de pago está planteado para darle al consumidor la posibilidad de consumir a nivel global, de realizar transacciones a nivel global.

Ahora vamos a entrar al programa, nosotros como vemos un programa de privacidad global desde un punto de vista, casi podría decirse, académico, nosotros pensamos que un programa global de privacidad y protección de datos debe darse en cuatro pilares, por lo menos para un negocio o sea, como el nuestro, o sea, a nivel internacional.

El primer pilar es el pilar de cumplimiento, el pilar de cumplimiento a lo que se aboca es al desarrollo de políticas, de procedimientos, del análisis de los procesos y procedimientos en nuestros negocios para implantar controles en los mismos; de tal manera que nosotros en nuestra actividad podamos nosotros determinar si es que el procedimiento se está llevando en cumplimiento de la política, en cumplimiento del procedimiento establecido.

¿Y todo esto por qué? Porque las políticas y los procedimientos internos de nosotros se desarrollan considerando la norma que prevalece y siempre vamos la ley, la ley es lo que está por encima, la ley aplicable.

Entonces, es muy importante tener todo esto normado de tal manera que los empleados en las distintas jurisdicciones puedan seguir el proceso siempre de manera correcta sin que se vulnere, o sea, derechos que están protegidos por las leyes de protecciones de datos en distintas jurisdicciones.

Estos procesos de control en realidad pueden ser insertos, pueden ser diseñados de muchas maneras pero no solamente consisten en un desarrollo teórico porque podemos tener un control muy bien diseñado, por ejemplo, para que se valide la autorización que se necesita para autorizar una transferencia internacional. Pero si no existe posteriormente un monitoreo y una validación de que esos controles han funcionado, un control puede quedar perfectamente en letra muerta.

Entonces, a nivel de cumplimiento tenemos lo que es políticas y procedimientos pero también tenemos tareas de revisión periódica de los controles para ver si efectivamente se han estado cumpliendo los procedimientos en debida forma y si detectamos alguna incidencia, evidentemente, vamos, tomar las medidas del caso para que no vuelva a ocurrir y para mitigar cualquier riesgo que pudiera existir al respecto.

Medidas que pueden ir, vamos, desde simplemente detectamos que hay un problema de falta de capacitación del personal y que pueden solucionársele dándoles el entrenamiento, la capacitación correspondiente o pueden ir más allá, porque a veces el personal puede estar perfectamente capacitado por motivos diversos de inconducta que, vamos, pueden estarse saltando, o sea, los controles y eso ya conlleva a otro tipo de medidas a nivel interno.

A nivel de incumplimiento, otra cosa también que es importante mencionar es que, y esto para una empresa como la nuestra y para muchísimas, o sea, de distinto tamaño, no es raro hoy en día que nos relacionemos con terceros, con terceros del outsourcing, terceros que van a procesar información por encargo nuestro.

En esos casos no solamente es importante asegurarnos con quién nos estamos relacionando, que ese tercero cuente con las medidas de seguridad de la información, con políticas de privacidad y con controles, sino también parte de la gestión de esa relación, de la gestión de riesgo de esa relación involucra que hacia afuera nosotros periódicamente también validemos si es que este tercero que nos está dando servicios, que es un encargado de tratamiento, está haciendo las cosas en forma debida porque, vamos, al fin y al cabo es

responsabilidad nuestra en el caso de datos de datos personales en los que somos el responsable de la base de datos.

Esto de aquí conlleva a controles de distinto tipo y esto involucra también que la capacitación, o sea, al personal, a las personas que están, que manejan este tipo de relaciones sean conscientes y realicen determinadas actividades.

El segundo pilar es el de la habilitación del negocio y éste es el equipo de privacidad de MasterCard, lo que hace es darle el soporte al negocio trabajando en conjunto con otros equipos, como el área legal, como el área de seguridad de la información, entre otras, para que en el desarrollo de los proyectos de negocio el desarrollo y la implementación sea en forma debida, esto es en cumplimiento de las normas, de las jurisdicciones que van a ser tocadas por determinado proyecto.

Y en esta habilitación lo que se busca es darle al negocio la asesoría de cómo es que se puede implantar determinado proyecto, o bien, si es que algún planteamiento definitivamente no puede llevarse a cabo porque entra, o sea, choca con las normas.

El tercer pilar de nuestro programa es el de participación externa que consiste en que lo que buscamos nosotros es no solamente trabajar nosotros internamente, sino también relacionarnos al exterior, participando en un diálogo constructivo, con reguladores, con autoridades, con grupos de la industria, vamos, con asociaciones en temas de privacidad y protección de datos. Todo esto buscando siempre dar si se quiere una opinión de una perspectiva de negocio para el mejor desarrollo, o sea, de nuevas normas, de nuevas iniciativas en materia de protección de datos y esto a nivel internacional.

Finalmente, vamos, todas las tareas de concientización al interior de MasterCard que se realizan primero a través de capacitación, esa es la clave, pero no solamente se queda en la capacitación, sino que además también nosotros en distintos equipos del negocio de la organización hemos identificado determinadas personas que son nuestro enlace y de alguna manera son los campeones en materia de protección de datos y le dejamos una formación especial en temas

específicos, de tal manera que al interior del equipo en el que trabajan puede hacer la fuente primaria, o sea, de consulta y a su vez puedan llevar una mejor supervisión de lo que está haciendo su equipo.

Todas estas tareas, para esto un programa de privacidad y protección de datos no es una cosa estática, es algo que está en constante evolución, que está en constante crecimiento. ¿Por qué? Porque para comenzar si en un mundo en el que la tecnología y la innovación se mueve a ritmo, o sea, que se está moviendo y plantea nuevos retos, pues tenemos que adaptarnos, nuestro programa tiene que adaptarse a esos retos y ese es el gran reto del equipo de privacidad.

¿Cómo fluye nuestro programa? Vamos, en realidad los fundamentos de nuestro programa, en realidad están en el cumplimiento legal de las normas de protección de datos y además también en la seguridad de la información. Aquí presentamos un flujo, un proceso de más o menos cómo se mueve de manera general.

En primer lugar está la decisión y la vigilancia de la Alta Dirección de MasterCard, el programa nuestro no sería posible si no hubiese una decisión del Director General a nivel global, de que se implante y que se desarrolle y además es súper vigilado por la Alta Dirección de la compañía y hay reportes que les llevan periódicamente, o sea, en temas sociales de privacidad y protección de datos en esto.

El segundo, a partir de esta decisión lo que necesitan son recursos, recursos dedicados y no solamente hablemos de dinero, y el desarrollo que puede ser, sea de tecnología, de controles, o sea, niveles de tecnología, se necesitan profesionales en la materia y profesionales que se encarguen de los temas de protección de datos personales con respecto a distintas geografías, pero al fin y al cabo todos éstos no trabajan de manera completamente independiente, sino que formamos parte de un equipo global en el que compartimos las prácticas y obviamente tratamos, en la medida de lo posible, tratamos de estandarizar las prácticas porque si no el control y el monitoreo y el cumplimiento sería una tarea casi impensable, de locos.

Siguiendo, una vez que tenemos los recursos dedicados, lo siguiente que tenemos que hacer es desarrollar políticas y procedimientos, todos éstos son documentados y tienen que difundirse en la compañía

porque no se le puede exigir a un empleado en cualquier geografía, o sea, que realice una tarea si es que no se la ha dado capacitación, si es que no tiene acceso a estas políticas y hay procedimientos que le dicen qué es lo que tiene que hacer, cómo debe de conducirse en determinadas actividades, especialmente si es que estar aquí tienen que ver con la protección de datos personales.

Lo siguiente y que es clave es la privacidad en el diseño, la privacidad desde el diseño en realidad es un principio que se inició en Canadá que fue concebido por una comisionada de protección de datos de Canadá y que consiste en realidad en que en el desarrollo y ahí es como lo estamos aplicando, en el desarrollo de productos y servicios que siempre tengamos en cuenta el componente de privacidad y protección de datos desde el inicio, de tal manera que la privacidad y la protección de datos formen parte, estén plenamente incorporados en el proceso del negocio, en el producto y en el servicio.

Y esto desde el diseño hasta la implementación y después viene el monitoreo para supervisar que eso se esté cumpliendo. Seguidamente, una vez que ya tenemos el producto diseñado, siguiendo la capacitación y concientización, lo cual es constante, tiene que ser un continuo a través de la organización.

Y por último, siempre las tareas de control y auditoría para asegurarnos que, efectivamente, todo lo que se ha trabajado anteriormente sea una realidad. Y en caso de que no lo sea adoptar las medidas correctivas correspondientes.

Nosotros nos vemos en el equipo de privacidad, o sea, como un equipo que no trabaja de manera aislada, tenemos socios, por decir de alguna manera, que forman parte de un gran equipo en la compañía y para esto nosotros trabajamos muchísimo con la gente de operaciones y tecnología y con los profesionales de la seguridad de la información vamos casi de la mano en todos los proyectos, en el análisis de los proyectos y así como también en la labores de supervisión y monitoreo, trabajamos mucho con el departamento legal, por supuesto, y trabajamos también con estos oficiales que nosotros, funcionarios de la compañía a los que les hemos dado una preparación especial y que nos sirven de punto de contacto principal en temas de privacidad y protección de datos para distintos proyectos.

El cumplimiento de requisitos de protección de datos personales, esto de aquí comporta que todos los casos somos muy rigurosos en cuanto a la obtención del consentimiento, de un consentimiento válido. Y esto de acá siempre en cumplimiento obviamente de las leyes aplicables, del lugar de recolección y vamos, siempre lo que hacemos es, buscábamos darle un tratamiento, sea transparente y de manera justa, en el aviso de privacidad tratamos de ser lo más específicos posibles y tratamos de ver la mayor claridad posible a las finalidades por las cuales estamos recogiendo los datos.

De tal manera que el usuario leído el aviso de privacidad pueda saber, efectivamente, para qué los está entregando, qué es lo que vamos a hacer, asimismo, lo que siempre buscamos darle a los titulares de los datos es, tenemos abiertos múltiples canales por los cuales pueden consultarnos acerca de sus datos y ejercer sus derechos, los derechos que aquí en México son conocidos como los derechos ARCO.

Por otra parte, somos muy escrupulosos en cuanto a tratar los datos, a procesar los mismos, solamente para finalidades específicas y compatibles, se vale decir, si tenemos un consentimiento para realizar las tareas de tratamiento A, B y C, ese consentimiento hasta ahí llegó, no nos sirve para activarse el tratamiento D, E y F.

Y esto es algo en lo que de corriente muchas veces encontramos que los equipos de negocios pueden pensar de manera errónea que simplemente porque ya tenemos el consentimiento para usar los datos personales ya está el consentimiento para todo y no, no es así. El consentimiento se pide para una finalidad específica y es otorgado para esa finalidad específica y llega hasta donde llega, si se necesita más pues hay que recabar un nuevo consentimiento, un consentimiento ampliado y será el titular de los datos quien decidirá si lo da o no.

Bueno, nosotros mantenemos actualizados y con precisión, para esto nosotros tenemos una política bastante rigurosa en materia de retención, de retención de datos de manera que estos de aquí no sean retenidos en nuestras bases de datos más del tiempo necesario y hacemos seguimiento escrupuloso de esto.

Algo que es importante mencionar es que a su vez, si bien la ley es lo que siempre prevalece en materia de consultas con respecto a datos personales y el ejercicio de los datos personales, tenemos políticas y procedimientos que establecen, digamos, un nivel mínimo, un nivel mínimo la ley siempre lo que prevalece, si el requisito de la ley es mayor aplica, por supuesto, el de la ley, pero esto lo aplicamos a nivel global.

De tal manera que los tarjetahabientes puedan tener acceso a su información personal y ejercer a derechos de consulta, a derechos de opresión, de acceso a opresión, corrección y oposición respecto a sus datos personales.

Lo que mencionaba desde el diseño, en realidad esto de aquí forma parte de nosotros, eso sea para conseguir todos los productos y servicios y asimismo también mencionar que la privacidad en el diseño también involucra que el apoyo del equipo de privacidad también en el diseño de la arquitectura que nuestro sistema de tecnología informática.

En cuanto a participación proactiva, lo que decíamos nosotros, hacemos un seguimiento de la evolución, de las normas en las distintas jurisdicciones en las que trabajamos, de las normas y seguimos los proyectos que van saliendo y participamos activamente en dar comentarios, cuando éstos salen a consulta pública.

En cuanto a capacitación y concientización hemos desarrollado distintos canales, distintos medios interactivos, utilizamos inclusive el video, la capacitación en materia de privacidad y protección de datos es obligatoria para todo el personal y no solamente es a nivel, no solamente es a través de herramientas de tecnología, sino también es a través de cursos personales y hay evaluaciones.

En cuanto a control de auditoría, nuestro programa de privacidad es auditado a nivel interno y a nivel externo, un año a nivel interno, el siguiente año a nivel externo y vamos, aparte de la auditoría, o sea, del programa también, el propio equipo de privacidad lo que realiza es también actividades de control, llámese control de auditoría periódico de los controles que tenemos establecidos en materia de privacidad y protección de datos.

En cuanto a nuestro programa, está diseñado en realidad lo que decía casi al principio de la presentación, el entorno regulatorio es cambiante, el negocio también evoluciona, la tecnología evoluciona y está desarrollado para adaptarnos a la mejora continua en materia de temas de seguridad.

Para esto, por ejemplo, MasterCard fue precisamente de alguna manera quien desarrolló primero la tecnología, el chip en las tarjetas y ahora estamos trabajando en tecnología nueva, que ya se está implantando en algunas jurisdicciones, me tomaría tiempo que no tenemos ahora para explicar el proceso, que es bastante más seguro inclusive, sobre todo para realizar transacciones a través de comercio electrónico en internet.

Utilizamos tecnologías aplicadas a la privacidad, tenemos un rules engine, que es un poco un motor de reglas donde tenemos, se pueden hacer consultas de reglas en distintas jurisdicciones para un proyecto, entonces, el negocio y contestando una serie de preguntas, sí, no, etcétera, el sistema vota un diagnóstico inicial de cuáles son los requisitos aplicables, y a partir de eso comenzamos a trabajar, pero le sirve como una guía inicial al negocio.

En cuanto a cumplimiento y política de participación, nosotros buscamos participar activamente, o sea, de manera externa y vamos a colaborar en la medida de lo posible en el desarrollo de las mejores prácticas en materia de privacidad y protección de datos. Y finalmente mencionar que además el equipo de privacidad y protección de datos también participa dándole asesoría en materia de infraestructura, de infraestructura tecnológica, la arquitectura de nuestros sistemas al equipo de operaciones y tecnología.

Bueno, hemos llegado al final, si tienen preguntas, por favor, o si no, si gustan pueden después preguntarme, encantado, a la orden.

Lic. Ana María Cervantes Jasso: Muchas gracias por su gran exposición, sin duda nos ha brindado la importancia en materia de protección de datos y sobre todo de una empresa de gran prestigio, como es MasterCard.

Las preguntas, ya el tiempo lo traemos encima, nos las hagan llegar, por favor, por correo. Gracias.

Mtro. Miguel G. Denegri Portela: Sí, o encantado de atenderlas. Gracias.

Intervención: Gracias.

Presentador: Se hará la entrega del reconocimiento al conferencista Miguel Denegri, Vicepresidente para la Privacidad y Protección de Datos de MasterCard. Le damos un fuerte aplauso.