

Nueva Ley de protección de datos personales: Retos y oportunidades para las empresas



Edmundo Varas,
director de KPMG Law en Chile

Luego de siete años de tramitación en el Congreso, Chile ha dado un paso trascendental hacia la modernización de su marco normativo en materia de datos personales. La reciente publicación de la Ley de Protección de Datos en el Diario Oficial establece un nuevo estándar en relación con el tratamiento de información personal, delimitando principios básicos para la obtención, uso, divulgación y almacenamiento de datos, y definiendo las bases de su legitimidad.

Uno de los hitos más relevantes de esta legislación es la creación de la Agencia de Protección de Datos, que tendrá como objetivo fiscalizar el cumplimiento de la norma y aplicar sanciones. La ley establece un catálogo de conductas e infracciones: leves, graves y gravísimas, las que se sancionarán con multas que pueden alcanzar alrededor de USD 1,4 millones o hasta el 4% de los ingresos del infractor, un mensaje claro sobre la seriedad con que se debe abordar esta materia.

Sin embargo, sería un error entender esta nueva institucionalidad exclusivamente como un ente sancionador. Al igual que la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) no se debería limitar a fiscalizar, sino que también fomenta el desarrollo y la promoción de los mercados, presentando una oportunidad única para que las empresas adopten mejores prácticas en el manejo de datos y, con ello, fortalezcan su reputación, eficiencia y competitividad.

Un reciente estudio realizado por la Cámara de Comercio de Santiago revela que el 80% de las organizaciones en Chile considera que el tratamiento de datos personales es importante o crítico para su operación. Además, se estima que el gasto global en ciberseguridad alcanzará USD 212 mil millones en 2025, mientras que el 64% de las compañías de América Latina aumentará su gasto en tecnologías de la información durante el mismo período.

La implementación de esta ley podría incluso posicionar a Chile como un país que garantiza un nivel de protección adecuado, un atributo clave para generar confianza en transacciones con la Unión Europea y Latinoamérica. Sin embargo, para capitalizar estos beneficios, es fundamental que las empresas comiencen desde ahora su proceso de preparación para la entrada en vigencia de la norma, prevista para finales de 2026.

Este camino debe comenzar con un diagnóstico del tratamiento actual de los datos personales, considerando elementos como el tipo de información que se maneja, las bases de legitimidad, los protocolos existentes, el ámbito territorial en que opera la organización, mecanismos de reporte interno y el cumplimiento del sistema sancionatorio.

Adicionalmente, será necesario analizar con especial énfasis los datos procesados a través de terceros y evaluar tecnologías vinculadas al manejo de dicha información, como proveedores que presten servicios de software predictivos, almacenamiento en nubes fuera de Chile, desarrollos web para cotización de servicios, webscraping, identificación a través de sistemas biométricos, empresas externas de bases de datos y herramientas de Emarketing.

Otro desafío clave será integrar esta nueva normativa con las múltiples regulaciones sectoriales que también abordan el tratamiento de datos personales, como las disposiciones de la CMF, el Servicio de Impuestos Internos, la Superintendencia de Salud o el SERNAC. Estas exigencias se suman a iniciativas legislativas complementarias, tales como el Registro de Deuda Consolidada, normas Fintech y de Finanzas Abiertas, Ley Marco sobre Ciberseguridad y la de Delitos Económicos.

El reloj ya está corriendo y las empresas tendrán el desafío de adaptarse a esta nueva realidad no solo para cumplir con la legislación, sino también para desarrollar negocios de manera segura, sostenible y alineada con las mejores prácticas internacionales. La protección de datos no es solo un reto regulatorio: es una oportunidad para construir confianza y potenciar el crecimiento en un mundo cada vez más digitalizado.