EL MERCURIO Legal

Versión para imprimir El Mercurio.com

Protección de datos en Chile y pymes: el desafío de la responsabilidad proactiva

"... La efectividad de la Ley N° 21.719 no se medirá solo por su aspecto sancionatorio, sino también por su capacidad de ser inclusiva respecto de todas las empresas. La emisión de circulares o instrumentos similares por parte de la Agencia, que recojan la realidad de las pymes, será el puente necesario para que esta regulación de estándar mundial se implemente de manera efectiva en el país..."

Miércoles, 15 de abril de 2026 a las 10:30



A- A+ Imprimir Enviar

Martín Casse

Con la aprobación y próxima entrada en vigor de la Ley N° 21.719, que moderniza el marco de protección de datos personales en Chile, se elevó la regulación chilena en la materia a estándar europeo, adoptando muchos de los principios de normas como la GDPR. Sin embargo, tras la sofisticación de este nuevo cuerpo legal surge un desafío para el ecosistema empresarial: el modelo de "responsabilidad proactiva" (*accountability*) que impone la ley requiere una adaptación cultural y operativa para las empresas, en especial para las de pequeño y mediano tamaño.

El principio de la responsabilidad proactiva se incluye en la nueva ley, por ejemplo, en la necesidad de implementar modelos de prevención de infracciones como mecanismo de atenuación de responsabilidad; la incorporación de medidas de seguridad desde el diseño y por defecto, y la obligación de notificar brechas de seguridad, así como de resguardar los datos personales durante todo el ciclo de vida de su tratamiento.

A diferencia de la Ley N° 19.628 vigente, donde el cumplimiento es principalmente reactivo, el estándar del artículo 3° letra e) de la nueva ley exige que el responsable sea capaz de acreditar el cumplimiento de los principios y obligaciones legales. Para una pyme, esto no significa solo tratar adecuadamente los datos, sino también construir un marco documental y técnico que respalde su gestión. Es aquí donde el rol de la futura Agencia de Protección de Datos Personales será fundamental como un guía técnico que facilite esta transición, además de ser un ente fiscalizador.

Este desafío no se limita a las pequeñas y medianas empresas. Incluso en aquellas de gran tamaño, la implementación de la nueva ley supone ajustes operativos relevantes. En el caso de instituciones financieras, por

ejemplo, la nueva regulación en materia de consentimiento puede superponerse con exigencias ya existentes en otras normativas, obligando a realizar modificaciones significativas en sus plataformas tecnológicas. De la misma forma, muchas grandes empresas deberán revisar y adecuar masivamente sus contratos con proveedores —que en algunos casos superan fácilmente los mil contratos— para alinearlos con los nuevos estándares de tratamiento de datos personales. Si estos procesos ya implican una carga considerable para organizaciones con recursos y estructuras consolidadas, el desafío que enfrentan las pymes resulta aún más evidente.

Aun así, es común escuchar en el mundo pyme, a veces por desconocimiento, que "esta ley no me va a aplicar porque no trato datos de terceros"; sin embargo, la realidad jurídica es que toda empresa, por el solo hecho de tener trabajadores o contactos comerciales, ya se encuentra realizando tratamiento de datos personales. Si bien es lógico esperar que la Agencia enfoque inicialmente su mirada en sectores de alto impacto, como el retail o la banca, la normativa es universal. El desafío, por tanto, es lograr que este estándar sea alcanzable para todos, independientemente del rubro o tamaño de la empresa. De lo contrario, si el estándar se mantiene en niveles demasiado exigentes —al punto de transformarse en una barrera de entrada para empresas con menor grado de sofisticación y recursos—, la adopción de la nueva ley podría presentar dificultades. En ese escenario, muchas empresas podrían simplemente no internalizar sus exigencias, ya sea por falta de capacidad real de implementación o por percibirlas como ajenas a su operación.

La nueva ley ya entrega ciertas luces sobre una implementación proporcional dependiendo de la realidad de cada empresa. El artículo 30 bis otorga a la Agencia la facultad de dictar instrucciones, normas generales y desarrollar programas de difusión. Es de esperar que, a través de estos instrumentos, la autoridad implemente criterios de proporcionalidad y gradualidad, segmentando a las empresas por tamaño, rubro e intensidad de tratamiento. Por su parte, el artículo 37 número 6 ya reconoce la capacidad económica del infractor como un criterio para determinar sanciones.

Para evitar un "cumplimiento de papel" o nominal —donde se firman modelos estandarizados que no necesariamente reflejan las realidades de las empresas—, será relevante que la Agencia promueva un cumplimiento mínimo viable, y, sobre ese mínimo, graduar con escalas de cumplimiento dependiendo del tipo y tamaño de empresa y la intensidad del tratamiento. Esto permitiría que las pequeñas y medianas empresas prioricen la protección real de los datos personales por sobre el cumplimiento formal de la ley, enfocando sus recursos, a menudo limitados, en medidas que efectivamente protejan a los titulares de datos.

La efectividad de la Ley N° 21.719 no se medirá solo por su aspecto sancionatorio, sino también por su capacidad de ser inclusiva respecto de todas las empresas. La emisión de circulares o instrumentos similares por parte de la Agencia, que recojan la realidad de las pymes, será el puente necesario para que esta regulación de estándar mundial se implemente de manera efectiva en el país. El éxito de esta reforma depende de que el cumplimiento sea, ante todo, operativamente posible.

** Martín Casse De Ferari es profesor de Derecho Comercial de la Universidad Finis Terrae.*