

Son dos mil los reclamos en el Sernac sólo en un rubro empresarial

Tráfico de datos personales: el negocio sin control que vulnera la privacidad de los consumidores

La Ley N° 19.628 de protección de datos no cumple con los parámetros relativos a la protección de la privacidad y el flujo transfronterizo de datos personales que implementó en la OCDE en 2002 (organismo del que somos parte) y no protege los datos de los chilenos ante instituciones públicas y privadas. Datos como rut, dirección, ciudad, comuna, números de teléfono, email e incluso patrones de compra permiten construir perfiles a empresas, que los venden o comparten para ser tratados con fines de consumo y campañas de marketing, sin que haya ningún organismo que fiscalice o controle el uso y comercio de ellos.

Por: Paula Muñoz Catalán

Reportaje presentado a la Facultad de Comunicaciones
de la Universidad del Desarrollo
para optar por el título profesional de Periodista

Profesor guía: Sergio Jara
Agosto 2020
Santiago



Son dos mil los reclamos en el Sernac sólo en un rubro empresarial

Tráfico de datos personales: el negocio sin control que vulnera la privacidad de los consumidores

La Ley N° 19.628 de protección de datos no cumple con los parámetros relativos a la protección de la privacidad y el flujo transfronterizo de datos personales que implementó en la OCDE en 2002 (organismo del que somos parte) y no protege los datos de los chilenos ante instituciones públicas y privadas. Datos como rut, dirección, ciudad, comuna, números de teléfono, email e incluso patrones de compra permiten construir perfiles a empresas, que los venden o comparten para ser tratados con fines de consumo y campañas de marketing, sin que haya ningún organismo que fiscalice o controle el uso y comercio de ellos.

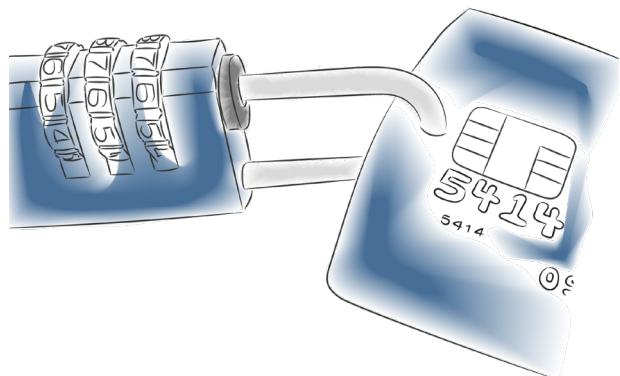


Angélica Huerta Medina (40) llega a su casa después de un largo día de trabajo. Por fin tiene tiempo libre para ella, ha sido un día demandante y generalmente no ve su correo electrónico personal hasta las 8 o 9 de la noche. Cuando abre su notebook lo primero que observa en él, son anuncios y ofertas de empresas a las que nunca ha entregado su mail. Antes, no les prestaba mucha atención ya que era algo cotidiano, pero en los últimos años los anuncios llenan su bandeja de entrada y se ha convertido en algo muy molesto. “Creo que me llegan más publicidades que cosas importantes”, dice Angélica.

La mensajería indeseada no es la única forma de hostigamiento que recibe. Cuenta que además la llaman de empresas como Movistar y que solían hacerlo también de CorpBanca. De ninguna de las dos fue cliente ni entregó sus datos personales. Sin embargo, admite que hay empresas como Falabella y Ripley, por ejemplo, a las que sí les proporcionó su información. “Nunca te

dicen hasta cuándo van a tener esos datos o qué van a hacer con ellos al minuto que yo dejo de ser cliente”, asegura.

Angélica no es la única que está preocupada por el uso que les dan a sus datos. Un estudio que realizó el Consejo para la Transparencia en 2020 revela que, en Chile, 8 de cada 10 personas expresan tener algún nivel de preocupación por el uso que pueden darle los organismos públicos o privados a sus datos. Esto se ve reflejado, además, en los reclamos que se hacen en el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Entre 2010 y 2020 se registraron 2.100 reclamos por vulneración, mal uso o



(Elaboración personal)



venta de datos personales sólo en el sector del retail. Lo anterior, a pesar de no existir un órgano de protección de datos que reciba estos reclamos que pueden no estar asociados solamente, a los patrones de consumo de las personas.

En Chile, cuando el titular entrega sus datos personales, se rige bajo la normativa de la Ley 19.628 de protección de datos y la vida privada; una Ley que data de 1999 y no cumple los parámetros de uso transfronterizo de datos de organizaciones internacionales de las que Chile es parte, que no posee un órgano fiscalizador que edique, regule y sancione a empresas que mal utilicen los

datos y que, además, le permite a las empresas del mismo Holding, compartir los datos de las personas. Empresas, que, por su parte, utilizan esta información con fines de consumo sin informarle al titular todos los usos que se le dará a su información.

Así lo corrobora Patricia Peña, integrante del Directorio de la Organización Datos Protegidos. “La Ley actual es limitada en protección de datos mientras que las empresas exigen la información personal y condicionan a las personas a la venta de determinados productos a través de publicidad”, explica Peña.

| 1–50 de 16.654 | | | |
|----------------|----------------------|---|--------|
| 25.722 | Tobi | Recibidos Last Day 60% Off Wedding Shop | 21:23 |
| | Despegar | Recibidos ¡Ya llega el 2X de Despegar! Aprovecha las mejores ofertas flexibles - Despegar Ya llega 2X OFERTAS FLEXIBLES PARA TODOS Puedes cam... | 20:06 |
| | La Tercera Editorial | Recibidos Coronavirus: Lo que tienes que saber este domingo - Si usted no visualiza bien este mail, acceda aquí La paciente espera Por Sebastián Riv... | 19:42 |
| | Club Cruz Verde | Recibidos Paula, quedan pocos días! - Ofertas Recargadas! Si no puedes ver este mensaje, haz click aquí Logo Club Cruz Verde Paula ANALGESICOS, ... | 19:18 |
| | Roxy | Recibidos This might be our prettiest bikini yet... - The Prettiest Print Printed Beach Classics Underwired Bandeau Bikini Top Shop Now Printed Bea... | 18:29 |
| | Tobi | Recibidos Treat Yourself To NEW Arrivals - Frolic about. Visit SITE TOBI More New Summery Stuff Summer's still in full swing. If you're feeling the ur... | 13:43 |
| | Nike | Recibidos Los imprescindibles de esta temporada - Mira nuestros estilos más vendidos. | 13:32 |
| | Booking.com | Recibidos Paula Colomba, ahorra un 10% o más con la app - | 2 ago. |
| | Peixe - Gran Santia. | Recibidos 🎉 ¡Ofertas con validez extendida! - Compra hoy y disfruta todo el 2020. Agrega "noreply@cl.needishmail.com" a tu lista de direcciones. ... | 2 ago. |
| | Peixe - Shopping | Recibidos La mejor parrilla para un domingo de asadito familiar - ÚLTIMO DÍA Infantil hasta 40% Agrega "noreply@cl.needishmail.com" a tu lista ... | 2 ago. |
| | Peixe | Recibidos Descuento solo por hoy en las mejores ofertas - TE REGALAMOS20% OFF ¡Solo por hoy! Porque te extrañamos y queremos que vuelvas ... | 2 ago. |
| | Motel Rocks | Recibidos BACK IN bby! - did you miss these? | 2 ago. |
| | Tobi | Recibidos Up To 80% Off TOPS - Tanks, Tees, Bodysuits & More - How thoughtful of us. Visit Site Junior High Navy Crop Top Camden Floral Cropp... | 1 ago. |
| | LATAM Pass | Recibidos ¡Canjea con tus millas la nueva Gift Travel Card - obtén descuentos en tu próximo viaje! - Un nuevo mundo. Una nueva forma de volar. A... | 1 ago. |
| | Tobi | Recibidos Weekend Vibes Casual Maxis - Cute dresses inside. Visit Site TOBI Cute & Casual Maxis The best maxis for weekend. Perfect for so... | 1 ago. |

Ejemplo de publicidades que llegan a una bandeja de entrada

(Elaboración personal)



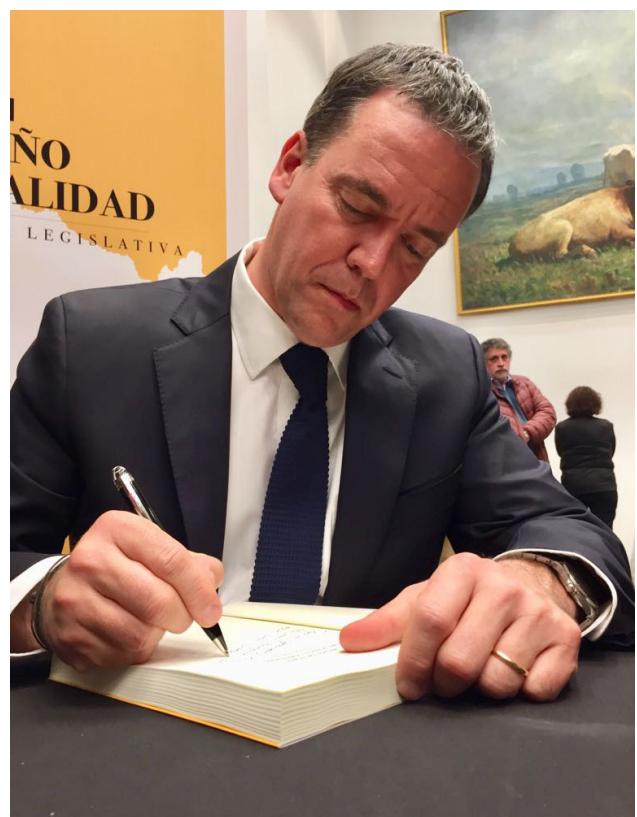
Empresas, el que pestaña pierde

Héctor Contreras Moraga (40), al igual que Angélica, es bombardeado a diario por publicidad y ofertas de empresas a las que nunca entregó sus datos. Asegura no tener idea desde dónde estas instituciones obtuvieron su mail personal y culpa a aquellas a las que sí se los dio. “A mí nunca me dijeron que harían con mis datos y jamás esperé que los compartieran”, dice Héctor.

Como ellos, muchas otras personas se ven expuestas a este aprovechamiento empresarial por la entrega normalizada de datos. Como lo explica el comisario de la brigada de Ciber Seguridad de la Policía de Investigaciones (PDI), Danic Maldonado, la información personal la entregan todos y de una forma bastante normalizada. El mismo rut, explica, es un buen ejemplo, ya que lo entregan al comercio por un par de puntos que quizás nadie va a cobrar. Lo mismo pasa con las farmacias o supermercados e incluso en la conserjería de un edificio al momento de registrarse. “Estamos muy mal acostumbrados a entregar nuestra

información”, dice.

Felipe Harboe, senador y principal impulsor de los proyectos de mejora de la Ley de protección de datos, concuerda con Maldonado. Considera que no hay educación respecto de la importancia de nuestros datos personales y por eso simplemente se entregan sin leer los contratos de consentimiento. Cuenta que muchas veces es, en estos contratos, donde nosotros mismos autorizamos que se compartan nuestros datos con distintas empresas.



Felipe Harboe, Senador de la República
(Imagen por Facebook)



“Lo que no sabemos todavía es que si esos datos que ellos almacenan los venden o no... y eso empieza a generar un impacto negativo en la capacidad de contratación”

(Felipe Harboe, senador de la República)

Pero, los datos deben utilizarse sólo para al fin por el cual fueron recolectados, según la Ley y en algunos casos esto puede no cumplirse. Un ejemplo de ello son las farmacias. “Lo que no sabemos todavía es que, si esos datos que ellos almacenan los venden o no a las compañías de seguros, a las ISAPRES etc. y eso empieza a generar un impacto negativo en la capacidad de contratación de las personas”, dice Harboe.

Esto se debe, explica, a que, si el titular de los datos compra, por ejemplo, medicamentos para la presión, lo que puede indicar que es hipertenso, la farmacia vende esta información a la Isapre o a la empresa de seguros y el seguro que no sabe nada de esto, probablemente suba la prima o le

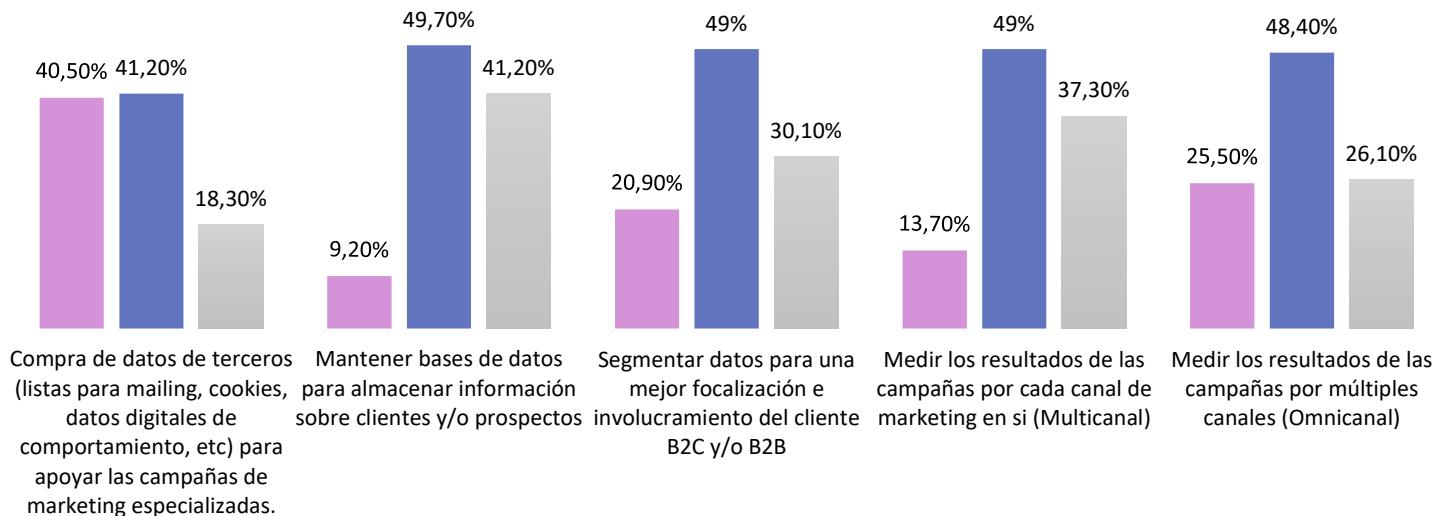
niegue el seguro. Sin embargo, y a pesar de que legalmente eso no debería pasar, hoy no hay capacidad de fiscalizar, recalca.

Por otra parte, comenta que algunas empresas que tienen nuestra información personal no sólo los utilizan para la publicidad que el usuario acepta recibir, sino para determinar qué ofrecerle o no al cliente. En vez de ofrecer la amplia gama de productos que tienen, seleccionan de acuerdo a el patrón de consumo del usuario, por lo tanto “la libertad de elección comienza a reducirse a el consumo tradicional de los usuarios”, revela el senador.

El estudio Data-Driven Marketing 2019 de la Universidad de Chile en el que se encuestaron a más de 200 líderes en marketing, dice que “el 83% de ellos consideran los datos como críticos e importantes para sus actividades de marketing y publicidad”. Además, un 73% de las personas encuestadas asegura que no conoce o no ha escuchado sobre el nuevo proyecto de Ley de protección de datos y que sólo un 30,2% de ellos adopta códigos de ética en el tratamiento de los datos.

Grado en la que la organización hace las siguientes prácticas

- Mi organización hoy no realiza nada de esto
- Mi organización hoy hace algo de esto
- Mi organización hoy es un practicante avanzado de esto





El mismo estudio expuso el grado en que las organizaciones realizan prácticas como la compra de bases de datos a tercero, la mantención de bases de datos para almacenar información sobre clientes, cuántos de ellos segmentan estos datos para tener un mejor involucramiento del cliente y, por último, la medición de los resultados de estas campañas de marketing.

Fernando Lagos Berardi, programador Web concuerda con la normalidad que existe en torno a la entrega de información personal y a los beneficios que obtienen de ellos las empresas. “Con la información de los clientes, la industria sabe cómo dirigir anuncios publicitarios a públicos objetivos, enviar correos o llamadas con ofertas e, incluso, en los casos más extremos, conocer las preferencias de los consumidores y así aumentar de igual forma los precios de productos entre empresas competidoras, llegando a coludirse”, asegura.

Cuenta, que las empresas piden la información de los usuarios a diario y luego, “sin ni un esfuerzo, pestaneaste, y tienen

todos tus datos personales para hacer con ellos cosas de las que nunca te vas a enterar”, dice.

Otra forma de uso no reglado de la información personal, es la venta de bases de datos. Sobre esto, Lagos confiesa que a él le han llegado mails ofreciéndole este tipo de servicio y que es “algo mucho más común de lo que uno cree”. Algunas de las páginas web que son conocidas por esta

Tipos de datos

Existen cuatro tipos de datos relativos a las personas de acuerdo a la legislación vigente. Los datos personales, de los que se habla en este reportaje, los datos sensibles, el dato caduco o el estadístico. Los datos personales son cualquier información que haga a una persona ser identificada o identifiable mientras que los sensibles se refieren a características físicas, morales o circunstancias de la vida privada de un individuo. El dato caduco por otra parte, es aquel del que expiró el plazo para su vigencia, o sea, está vencido y no ha sido actualizado. Por último, el dato estadístico es el que no puede ser asociado a una persona identificada o identifiable.



| RUT | REA | D | I | RAZON_SOCIA | NOM | I | EMAIL_EXT | STATU | REGION | COMUNA | DIRECCI | P | INICIO_DE_A | SINDICO | ACTIVIDAD ECONOMICA |
|---------|-----|---|---|----------------------|-----|--------------------------|-----------|-------------------|--------------|------------------|---------|-------------------|--|---------|---------------------|
| 6783845 | 9 | 0 | 0 | MARIA ANGELICA R | S/I | lcofrealmendras@gn | Correcto | Región del Biobío | Tucapel | AVENIDA MA' | S/I | 11/10/01 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 6811780 | 1 | 0 | 0 | EMILIA BAHAMOND | S/I | maderasmillahue@g | Correcto | Región del Biobío | Mulchén | PARCELA 8 | S/I | 24/03/09 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 6905694 | 6 | 0 | 0 | DORIS JUANA MULIS | S/I | s/I muller.meier.doris@l | Correcto | Región del Biobío | Los Angeles | VILLA REGIN | S/I | 04/09/15 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7138528 | 0 | 0 | 0 | ISAIAS VICTOR VIL | S/I | S/I vivillagra@gmail.con | Correcto | Región del Biobío | Santa Juana | TRICAUCO S/I | S/I | 07/05/12 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7424870 | 5 | 0 | 0 | RAUL ORLANDO EC | S/I | S/I raul.echayz@gmail.c | Correcto | Región del Biobío | Cañete | HIJUELA 03 | S/I | 11/06/15 09:54:26 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7424870 | 5 | 0 | 0 | RAUL ORLANDO EC | S/I | S/I raul.echayz@gmail.cc | Correcto | Región del Biobío | Cañete | HIJUELA 03 | S/I | 11/06/15 09:54:26 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7505726 | 8 | 0 | 0 | PABLO HERNAN BA | S/I | S/I aserraderosantajuan | Correcto | Región del Biobío | Santa Juana | KM 44 | S/I | 06/01/14 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7505728 | 8 | 0 | 0 | PABLO HERNAN BA | S/I | S/I phbkan@gmail.com | Correcto | Región del Biobío | Santa Juana | KM 44 | S/I | 06/01/14 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7751498 | 8 | 0 | 0 | ROBERTO OSVALD | S/I | S/I elia.rojas.ruiz@qmai | Correcto | Región del Biobío | Curanilahue | CALLE GUAC | S/I | 30/07/99 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7751498 | 8 | 0 | 0 | ROBERTO OSVALD | S/I | S/I maderalosandes@gr | Correcto | Región del Biobío | Curanilahue | CALLE GUAC | S/I | 30/07/99 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7755453 | K | 0 | 0 | JORGE EDUARDO SS | S/I | jorgesanhueza1956@ | Correcto | Región del Biobío | San Pedro de | SITIO DOS MS | S/I | 14/05/02 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7760775 | 7 | 0 | 0 | EDUARDO SEGUND | S/I | e.neiraortiz@gmail.c | Correcto | Región del Biobío | Tomé | SECTOR NAC | S/I | 26/08/11 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 7839920 | 1 | 0 | 0 | LUIS ARTURO ARRIS | S/I | S/I arriadagadepulveda@ | Correcto | Región del Biobío | Hualqui | CALLE TEGU/S/I | S/I | 23/07/04 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 8017838 | 7 | 0 | 0 | JOSE RENATO LUEN | S/I | S/I jrluengog@gmail.co | Correcto | Región del Biobío | Arauco | FDO LOS MAIS | S/I | 25/07/07 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 8622586 | 7 | 0 | 0 | PEDRO SEGUNDO LS | S/I | S/I roxandurancisterna | Correcto | Región del Biobío | Arauco | CALLE PATRI | S/I | 26/03/14 00:00:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |
| 8607167 | 1 | 0 | 0 | DENTALMEN ENI ADP CT | S/I | S/I unentendimientodeh | Correcto | Región del Biobío | Los Ángeles | UTTICIA A LA LCT | S/I | 26/02/08 12:16:00 | Registro que A serrado y acepillardura de made | | |

(Ejemplo de base de datos enviada por base de datos Chile EIRL.)

transacción son: www.basesdedatoschile.cl y <https://basesdedatos.cl/portafolio/>. Ambas, ofrecen a instituciones y empresas un número significativo información personal por cantidades de dinero que van de los 20 mil pesos a los 200 mil pesos y que incluye información como nombre o razón social, dirección, número de teléfono, e-mail verificado, rubro o sector, mapa, región y país.

Un ex administrador de bases de datos en Ripley Chile, quien no quiso ser identificado en este reportaje por motivos de seguridad laboral, explica cómo es el procedimiento de uso y almacenamiento de estas bases de datos. Él se encargó por cinco años de un software que almacena grandes cantidades de información de los clientes de los retailers y que da una serie de facilidades para manipularla. Según revela, dicha información contiene los datos de, al me-

nos, 3 a 4 millones de personas, que son el número de clientes activos que tiene una empresa de retail como Ripley.

Sin embargo, no sólo son los datos de estos clientes los que permanecen guardados. “Las empresas grandes tienen el registro de los datos de, por lo menos, cinco años de clientes hacia atrás. Las que tienen más dinero para mantener estas bases de datos (es caro hacerlo), guardan la información de 10 o más años hacia atrás”, asegura.

La forma que tienen estos holdings comerciales de adquirir nuestros datos, es a través de las boletas, tarjetas de crédito o el simple consentimiento de palabra. Esta información, nombre, rut, mail, dirección, número de teléfono, etcétera, se digitaliza y se utiliza según las necesidades de la em-



presa, dice el ex administrador de bases de datos de Ripley. Algunos de los usos que le dan, es él envió de propaganda, campañas de marketing dirigidas, ya que saben el patrón de intereses y gustos que tienen los clientes y, además, los comparten también con otras empresas que harán lo mismo.

“Al final, ellos ganan porque saben lo que compras, lo que te gusta y te mandan publicidad dirigida para que les sigas comprando. Uno, ante eso, está indefenso, como ciudadano común, no sabe”, dice el ex administrador. Agrega que en el mercado hay gente que trafica información y la vende, con el fin de que las empresas hagan campañas de marketing.

¿Quién reclama para proteger sus datos?

Angélica y Héctor aseguran que no saben cómo proteger sus datos personales. Angélica consideró hacer un reclamo, pero no sabía dónde y pensó que no valdría la pena porque los organismos públicos no harían nada por ella. Héctor ni siquiera sabía que se podía reclamar, lo que refleja

que parte de la población no tiene claridad respecto de su derecho en torno a los datos.

Hoy en Chile existen tres formas de cómo hacerle saber a las instituciones públicas que la información personal es mal utilizada. A través de la Policía de Investigaciones haciendo una denuncia, la Fiscalía, mediante una demanda o, en caso de que los datos hayan sido vulnerados a través de una compra, el Sernac con un reclamo.

El comisario Maldonado de la brigada de Cibercrimen de la PDI, cuenta que les llegan muchas denuncias relacionadas con vulneraciones cibernéticas, pero que ellos no tienen un mecanismo diferenciador de aquellas que son específicamente relacionadas con el mal uso de datos personales o



(Elaboración personal)



el tratamiento que le dan las empresas.

En cuanto a las acciones legales que toman los titulares de los datos, el juez Roberto Contreras se refiere sólo a los casos que ha visto él en su carrera. “He visto dos casos en que se apela al recurso de amparo, el medio que tiene la víctima del mal uso o vulneración de datos de apelar a su derecho fundamental de protección de datos”. Sin embargo, concuerda con que la desinformación de las personas afectadas y, el tener que contratar un abogado, influye en que no haya tantas demandas o querellas al respecto.

Esta desinformación sobre cómo protegerse del mal uso de datos y la falta de un ente regulador especializado son factores que para el senador Harboe son definitivos sin duda en la baja cantidad de reclamos que se registran entre 2010 y 2020, por mal uso, vulneración o ventas de datos personales en el Sernac.

Fueron 2.100 los reclamos sólo en el rubro empresarial del retail, donde 1.703 reclamos fueron por personas que indican

Nº de reclamos al SERNAC por vulneración, mal uso o venta de bases de datos en el área del retail

(Elaboración personal)



hostigamiento a través de publicidad no deseada y no saben de donde obtuvieron la información de ellos. Además, en 2019 se registró la cifra más alta de reclamos en los últimos 10 años, llegando 455 reclamos anuales. También se solicitaron al Sernac, los reclamos por vulneración, mal uso o venta de datos a todos los rubros empresariales, sin embargo, está información fue prorrogada.

A pesar de que los reclamos no se traducen en números extraordinarias, el Sernac tiene a disposición de los usuarios una herramienta en su página web llamada “No molestar”, que consiste en bloquear a empresas que están hostigando telefónica-



Daniela Agurto, directora regional Metropolitana
del SERNAC
(Imagen por Sernac)

mente a consumidores ya sea con ofertas o publicidad.

Daniela Agurto, directora Regional Metropolitana del organismo, reconoce que muchas veces puede haber circunstancia en que las empresas manejan inescrupulosamente grandes bases de datos y estas se traspasan a manos que hacen un mal de ellas. Agrega que este tipo de vulneraciones (de datos) es una de las consecuencias para los consumidores cuando sucede esta entrega de datos que no ha sido autorizada

y que probablemente, “tiene origen en algún contrato que alguna vez el consumidor ha tenido con alguna empresa” y que, “se desconoce cuál es el tratamiento que se le da a esos datos”, finaliza.

Admite también que como Sernac no tienen a la mano cifras o estadísticas por mal uso, vulneración o venta de bases de datos. El Servicio Nacional del Consumidor no tiene facultades fiscalizadoras para regular o sancionar a las empresas que cometan esta transgresión de la información. A pesar de esto, la directora explica que trabajan en conjunto con el Ministerio Público, organismo que sí puede llevar estos casos.

La Ley que a nadie Protege

El abogado y ex subsecretario de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), Pedro Huichalaf Roa, asegura que esto se debe a la falta de un órgano fiscalizador que controle, sancione y multe a instituciones públicas y privadas que mal utilizan los

Ley 19.628 de la protección de datos y la vida privada

- Datos deben ser usados solo para los fines para los que los pidieron.
- No se refiere a las intromisiones a la vida privada.
- Acceso, modificación y cancelación de los datos.
- Empresas pueden traspasar información de las personas a otras empresas.



Proyecto de Ley de la protección de datos y la vida privada

Contempla derechos nuevos, reúne estándares internacionales, regula el uso transfronterizo de datos, educa al titular de los datos y sanciona a las empresas que mal utilicen la información personal a través de un órgano especializado en su protección.

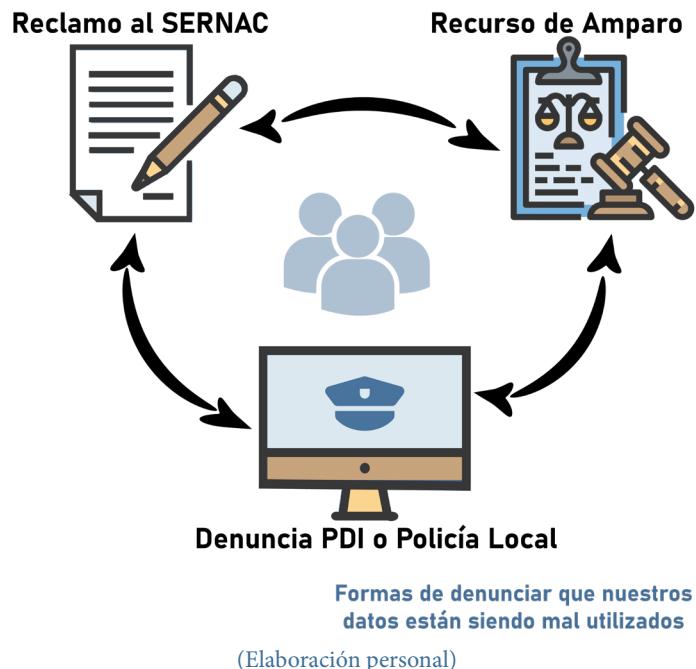


datos de las personas. Cuenta también que tiene que ver con las falencias que presenta hoy la Ley, ya que, esta dicta que los datos personales deben utilizarse solo para los fines para los cuales fueron recolectados, sin embargo, en la práctica esto no se realiza.

Las empresas, dice Huichalaf, deberían expresarle al consumidor para qué van a utilizar sus datos, hasta cuando los van a tener en sus bases de datos y a qué otra institución los va a compartir. En resumen, manejar de forma responsable las bases de datos.

Con Huichalaf coincide Roberto Contreras, ministro de la Corte de Apelaciones de San Miguel. El alcance de la legislación, de acuerdo a Contreras, es mucho más restringido que la protección de la vida privada. “Hay que modernizar la legislación. Si lo que quiere el legislador es proteger los datos personales, hay que avanzar en una regulación mucho más profunda, más amplia y con mayores elementos del punto de vista normativo y de control”.

Para el juez, Chile está atrasado en esta



materia a diferencia de otros países, como los de Europa, por ejemplo. Y considera que esto se debe al control difuso que tenemos hoy de lo que es el almacenamiento de datos o uso ilícito de ellos.

Desde 2002 hay 18 intentos de proyectos de Ley que tienen relación con la protección de datos personales según el sitio web del congreso nacional. Sin embargo, ninguno ha llegado a concretarse. El 16 de junio de 2018, como respuesta a la necesidad de mejoras en la protección de la información, se consagra el Derecho a la Protección de los Datos Personales en la Constitución.



Esto quiere decir, que la protección de datos pasa a ser un derecho fundamental, o sea, un derecho que tiene cualquier persona por el hecho de ser persona y este debe ser regulado a través de la ya existente y añeja Ley 19.628.

Los reguladores

Pero, ¿quién tiene las facultades para fiscalizar y sancionar estas conductas? El presidente del Consejo para la Transparencia, Jorge Jaraquemada, explica que, si bien en el año 2018 se ingresa una indicación al proyecto de Ley que establece que el consejo será el órgano encargado de velar por el cumplimiento de la normativa asociada al tratamiento de datos personales, en la práctica “hoy la Ley no establece quién es la autoridad garante y el consejo es una autoridad que no tiene facultades para sancionar el uso indebido o el tratamiento indebido de datos personales”, dice. Agrega que todos los datos que implican un cierto comportamiento de las personas hoy están muy desprotegidos, debido a que la debilidad de



Jorge Jaraquemada, Presidente del Consejo para la Transparencia
(Por Consejo para la Transparencia)

“...el consejo es una autoridad que no tiene facultades para sancionar el uso indebido o el tratamiento indebido de datos personales”

la norma actual hace que el dueño de la información se vea expuesto a que comparten y utilicen sus datos sin su consentimiento.

Cuenta también que, en el último tiempo, como Consejo han insistido mucho a propósito de las aplicaciones que han sur-



gido para teletrabajar, teleestudiar, o entretenerte, porque muchas de ellas no tienen políticas de privacidad o las mismas políticas dicen que al momento de usar la aplicación se está otorgando el consentimiento del titular para que se transfieran sus datos a otras empresas. "Eso es un negocio", dice Jaraquemada.

Una de las formas de llevar a cabo este negocio, explica, se produce cuando se recolecta a través de una aplicación de retención una serie de datos personales de quienes la usan. Se pueden armar bases de datos que son muy atractivas para empresas relacionadas con ese tema y que pueden estar interesados en adquirirlas, lucrativamente, para usarlas también en su propio rubro. Lo mismo ocurre en empresas de las distintas áreas.

Ese "atractivo", dice Claudio Ortiz, vicepresidente y vocero del Gremio del Retail Financiero, viene desde hace bastante tiempo. Explica que, hasta antes de los noventa, las empresas trabajaban con la lógica de fabricar productos lo más estándar posible y gastaban fortunas haciendo estudios

de mercado para adivinar los gustos de las personas. Hoy, con la tecnología de la información, realizan esas mismas campañas utilizando la información personal. "Las empresas se dieron cuenta de que podían fabricar un producto para una persona en particular, ya no un producto para 1 millón de individuos, sino que, gracias a la posibilidad de tener tanta información a costos muy bajos, podían impactar a ese consumidor", afirma.

Ortiz concuerda con la necesidad de un organismo que regule la protección de datos en Chile, ya que a pesar de que la Ley sí



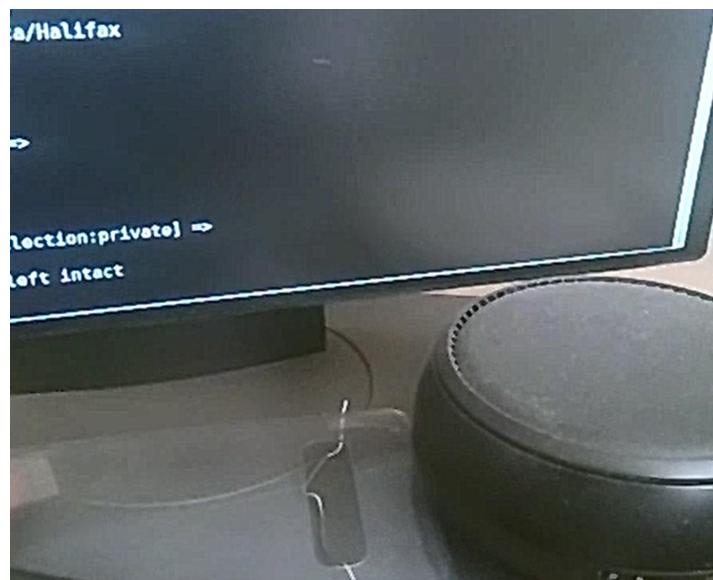
Claudio Ortiz, vicepresidente del Gremio del Retail Financiero
(Imagen por Gremio del Retail Financiero)



protege algunos parámetros, no hay quien eduque, regule y fiscalice al respecto. “Si me preguntas las 10 cosas que más se necesitan ahora en cuanto a protección de datos, diría 9 veces Agencia de Protección de Datos”, afirma.

Acerca de si las empresas tienen el consentimiento para tener los datos, asegura categóricamente, que las empresas de retail cumplen fielmente y en un 100% con la regulación y se preocupan que la persona consienta el uso de sus datos. “Pero” -dice enseguida- “la cumplen estrictamente de acuerdo a la Ley”. Además, explica que las empresas no pueden pedir un consentimiento abierto, lo que quiere decir que, si bien los datos se pueden compartir con empresas del mismo holding, estas no pueden utilizarlos para lo que quieran. “El consentimiento tú lo entregas de acuerdo a la finalidad que te expone el proveedor y lo puede usar única y exclusivamente a para esa finalidad”, afirma.

Acerca de los dos mil reclamos por vulneración, mal uso o venta de bases de datos en el sector del retail que se registran en el



(Elaboración personal vía Zoom)

Sernac, dice que considera que dicho organismo es poco riguroso en sus estadísticas y que probablemente estos reclamos sean por llamadas de hostigamiento. “Sí, hay reclamos y nosotros los reconocemos (...) pero una cosa son delitos que puedan hacer personas y otra, delitos que pueda hacer una empresa”, dice Ortiz, refiriéndose a que dentro de la empresa existan personas naturales que puedan robar estos datos y compartirlos con vendedores ilícitos. Dice también que los datos personales tienen gran importancia para la industria del retail y que no arriesgarían la reputación de la empresa, haciendo un traspaso de datos.



“El gran activo no es el producto de sus tiendas, hoy el gran activo de la empresa son sus bases de datos”, concluye.

Thamar Jaramillo, gerente de asuntos públicos de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), por su parte explica que el Código de Buenas Prácticas al que se adhieren las empresas que son parte del gremio, contiene principios orientadores generales; y que el nuevo código de ética que se está construyendo considera toda la legislación vigente y mejores prácticas en materia de protección de datos personales. Además, agrega que La CCS no regula ni fiscaliza a sus empresas asociadas en ningún aspecto de sus operaciones y cuando las empresas ingresan al Comité de Comercio Electrónico de la Cámara deben aprobar la auditoría que se les hace y cuyos elementos auditados se basan en el Código de Buenas Prácticas, el mismo código que no está actualizado. “Si no cumplen en algún aspecto, no pueden ingresar”, dice.

Sobre los casos de incumplimiento legislativo de sus empresas en cuanto a protección de datos asegura que no conocen nin-

“El gran activo no es producto de sus tiendas, hoy el gran activo de la empresa son sus bases de datos”

(Claudio Ortiz, Vicepresidente del gremio del Retail financiero)

gún caso y que, además, como Cámara de Santiago no conocen el proyecto de Ley que convierte a el Consejo Para la Transparencia en el futuro ente regulador de los datos y de su protección. Tampoco hacen ningún tipo de estudio o análisis que refleje cómo las empresas tratan los datos y, cuando se le insiste preguntando sobre parámetros internacionales legislativos en cuanto a protección de datos y las proyecciones a nivel país que pueda tener la cámara al respecto, responde “por ahora, no tengo respuestas”.

Los casi desarrollados

En América Latina, Chile, es uno de los países con el nivel de desarrollo más alto, de acuerdo con el Informe sobre Desarrollo Humano realizado por las Naciones Unidas



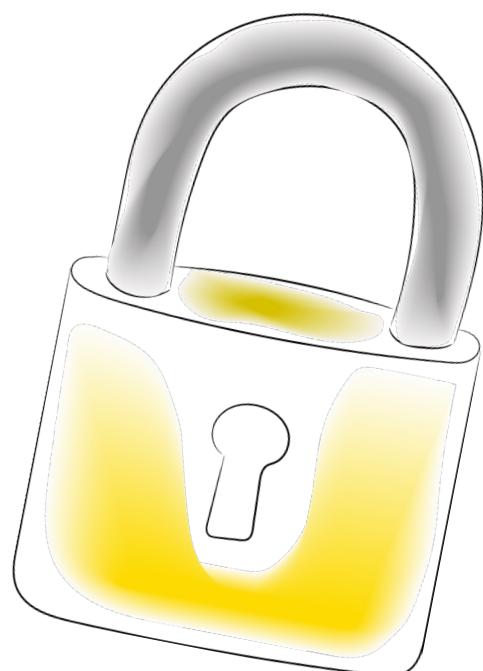
en 2019. También forma parte de la Organización para Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) desde 2010 y, sin embargo, aún tenemos muchas promesas incumplidas con el organismo. Una de ellas es la protección de datos de las personas.

¿Qué es GDPR o General Data Protection Regulation?

El reglamento europeo instaurado en 2018, tiene tres grandes principios. Primero, busca equilibrar las leyes nacionales de protección de datos de todos los estados miembros de la Unión Europea. Luego, se encarga de que todas las organizaciones y empresas que contengan datos personales, los identifiquen especifiquen cómo son protegidos, demostrando así, el buen uso y tratamiento de ellos. Por último, crea un nuevo derecho de privacidad para los titulares de los datos y genera mayor control y fiscalización para las empresas que los utilicen. Lo anterior se traduce en una multa que puede llegar hasta el cuatro por ciento de la facturación global de una organización o hasta 20 millones de euros.

Luego de su ingreso a la organización, Chile se comprometió a adecuar normativas y modificar parámetros en materias legales en los que somos débiles. Entre ellos, la privacidad y protección de los datos. Para ello, aclara el abogado Rodrigo Monardes, quién trabaja hace 13 años en la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, teníamos de dos a tres años.

Luego de un extenuante proceso de ingreso a la organización, la OCDE establece una “hoja de ruta” donde se hace un cronograma de trabajo que el nuevo integran-



(Elaboración personal)



te (Chile) debe implementar. Una serie de obligaciones y recomendaciones que son propias de la institución. “Todas las decisiones que adopta el consejo de la OCDE son vinculantes para Chile. Esto quiere decir, en la práctica, que son obligaciones”, asegura. No obstante, agrega que la entidad no tiene un mecanismo de solución de controversias, por lo que no hay cómo hacer exigible la obligación de parte de los países y es por esta misma razón que Chile aún no modifica la Ley.

Pero la OCDE no es la única entidad internacional a la que Chile no está adherido en parámetros de protección de datos. El senador Harboe cuenta que la comunidad europea le ha manifestado a Chile que una condición para la actualización del acuerdo económico entre Chile y la Unión Europea es que tengamos una Ley de protección de datos que sea adecuada, lo que quiere decir que estamos perdiendo tratados y muchos negocios, ya que “el estándar europeo en la práctica se ha transformado en el estándar global”, afirma. Lo que está ocurriendo, explica, es que tanto empresas de Europa como americanas que tienen inversiones

“Todas decisiones que adopta el consejo de la OCDE que es el órgano que toma las decisiones, son vinculantes para Chile. Lo que quiere decir en la práctica que son obligaciones”

(Rodrigo Monardes, Delegado de Chile ante la misión de la OCDE)

en Chile, exigen que sus proveedores de servicios cumplan con esos parámetros, llamados GDTR (General Data Protection Regulation), la normativa de la Unión Europea vigente.

Harboe asegura que la pandemia ralentizó el proceso de modificación de la Ley en el senado, pero que espera que dentro de los próximos 6 meses ya se pueda contar con una protección de datos que sea igual de fuerte y robusta que la de el GDTR y la OCDE para que casos como los de Angélica, Héctor y los miles de chilenos que hoy están desprotegidos ante las empresas, no se vuelvan a repetir.

Tráfico de datos personales: El negocio sin control que vulnera la privacidad de los consumidores