

MINUTA DE REUNIÓN

COMITÉ: MARKETING			
Tema Convocatoria: LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES • Implicancias de la Nueva Ley • Aspectos relevantes para equipos Marketing			
Fecha	1 de Julio 2026	Hora Inicio	10:00
Modalidad	Online	Hora Fin	11:00

ASISTENCIA

Empresa	Nombre
Artikos	Daniela Bacigalupe
Auto Planet	Francisco Correa
Buffalo Waffles SpA	Ángel Añez
CHILEXPRESS S.A.	María Luisa Ahumada
COMERCIAL LIMAX SPA	Julián Aguilar
COOPEUCH	Soledad Cassini
COPEVAL S. A.	Bárbara Maureira San Martín
DELOITTE	Gabriela Paredes
ECERTCHILE	Macarena Hernandez
EMPRESAS LIPIGAS S. A.	José Pablo Cáceres
FONDO ESPERANZA	Lorena Droppelmann Igor

GATBLAC	Pía Gutiérrez
GL GROUP	Camila Marlene Marchisio Vogt
GRUPO NUESTROS PARQUES	Stefano Cembrano Lasserre
Importadora de Repuestos Brasil Ltda	Roberto Jaraquemada
IPLACEX	Juan Carlos Bacarreza
MONS	Manuel Rodríguez
PEDIDOSYA	Gustavo Rosenthal
Rentokil Initial Chile SpA	Gabriela Villarroel
Resolbit	Montserrat Gómez
SALCOBRAND S. A.	María José Ampuero
SAN CAMILO	Marco Hernández
SKECHERS	Sergio Costabal Vicuña
SOUTHBRIDGE	Josefina Humeres
CCS	Cristián Correa
CCS	Ivonne Yáñez Saba
CCS	Romina Salazar

TEMAS TRATADOS

La sesión online del Comité de Marketing se centró en la preparación para la entrada en vigor de la Ley de Protección de Datos el 1 de diciembre. Tabata Torbellino, abogada de la Cámara de Comercio de Santiago, presentó dos herramientas desarrolladas por la CCS: una guía abierta para pequeñas y medianas empresas y un kit de cumplimiento exclusivo para socios, que incluye dieciséis documentos basados en los cinco pilares de la ley.

Posteriormente, Oliver Ortiz, Gerente Senior y Líder Área de Intangibles, Data & Technology de Deloitte Legal, ofreció una presentación detallada sobre los cambios normativos y los principios fundamentales de la ley, las bases de licitud para el tratamiento de datos y sus implicaciones específicas para el marketing, destacando los nuevos requisitos de consentimiento y la transparencia en el manejo de la información.

Se enfatizó la necesidad de realizar evaluaciones de impacto al utilizar inteligencia artificial para el perfilamiento de clientes y se detalló que la ley define datos personales como información que permite identificar a individuos, incluyendo datos de comportamiento web e historiales de compra. Subrayó la importancia de proteger datos sensibles como convicciones religiosas o perfiles biométricos, y explicó principios como la finalidad, la proporcionalidad y la responsabilidad en el tratamiento de datos.

Para el marketing masivo, se requiere un consentimiento específico y claro para cada actividad, invalidando cláusulas genéricas. Se advirtió sobre las sanciones potenciales, que pueden alcanzar los 20 millones de euros o el bloqueo del tratamiento de datos por noventa días.

Las principales conclusiones resaltaron la urgencia de adoptar medidas proactivas para gestionar los datos de manera segura y la necesidad de una revisión exhaustiva de las prácticas actuales para asegurar el cumplimiento normativo.

CONSTANCIA

Se deja constancia que no se registraron intervenciones que contravengan la normativa de libre competencia.

Próxima sesión: Agosto 2026

Cristián Correa
Secretario Ejecutivo

Ivonne Yáñez Saba
Abogada Legislativa