

## Estudios de Protección de Datos: 67% se ha visto obligado a entregar datos personales contra su voluntad

- El estudio cooperativo realizado por ODECU y ACU Nuestro Tiempo reveló que dos de cada tres encuestados se ha visto obligado a entregar datos personales contra su voluntad para poder acceder a un bien o servicio.
- En tanto, un 89% no cree usted que las “Políticas de Privacidad” o de tratamiento de las redes sociales digitales son equilibradas para ambas partes, esto es, personas y empresas, lo que delata las asimetrías de información que benefician a estas últimas.

--

**Santiago. Diciembre 2021.** La [Organización de Consumidores y Usuarios de Chile \(ODECU\)](#) y la [Asociación de Consumidores y Usuarios Nuestro Tiempo \(ACU Nuestro Tiempo\)](#), desarrollaron un proyecto cooperativo titulado “Protección de Datos Personales: ¿Hay espacio para una mayor regulación?”, en el marco de las iniciativas financiadas por el Servicio Nacional del Consumidor, (SERNAC) para asociaciones de consumidores durante 2021.

A partir de esta investigación se logró mapear el estado de conocimiento de la comunidad sobre los alcances del tema relacionado a la protección de datos personales, incluyendo el nivel conceptual, conductual y regulatorio existente.

Para Stefan Larenas Riobó, Presidente de [ODECU](#), organización coautora del estudio, “uno de los resultados contradictorios tenidos a la vista apunta a que la gente sostiene que en general sabe del tema. No obstante, cuando se ahondó en preguntas relacionadas a los tipos de vulnerabilidades que enfrentaban en el día a día, como asimismo, la existencia de leyes que los protejan y las acciones discrecionales tomadas para cautelar la privacidad de sus datos personales, afloró un fuerte desconocimiento del tema”.

La investigación reveló también que un 67% de los encuestados se ha visto obligado a entregar datos personales contra su voluntad para poder acceder a un bien o servicio.

En tanto, un 89% no cree usted que las “Políticas de Privacidad” o de tratamiento de las redes sociales digitales son equilibradas para ambas partes, esto es, personas y empresas, lo que delata las asimetrías de información que benefician a estas últimas.

Particularmente hablando, las vulneraciones más preocupantes para la comunidad son el uso externo de datos personales para actividades desconocidas, el acceso a cuentas y tarjetas bancarias y el usufructo de información almacenada en un computador o dispositivo móvil causados a partir del robo de esos aparatos.

En ese sentido, los informantes destacaron que el principal canal donde se vulnera la privacidad de su información personal es a través de internet, luego el canal telefónico y por último el presencial.

#### **4 de cada 5 personas toman medidas preventivas de seguridad**

Asimismo, los tipos de comercio o sector económico donde se vulneró la privacidad de sus datos personales son: los bancos e instituciones financieras, luego las empresas de telecomunicaciones, grandes tiendas y finalmente cadenas de farmacias. En estos casos, las preguntas más sensibles corresponden al estado de salud del individuo, el origen racial, entre otros.

Por su parte, Iván Valdés, Presidente de [ACU Nuestro Tiempo](#), asociación de consumidores con sede en Talca, y coautora del estudio, señaló que “esta investigación significó para nosotros introducirnos en un tema gris, donde los consumidores hemos estado de brazos cruzados frente a las políticas discrecionales de privacidad definidas unilateralmente por las empresas para el uso de sus sitios webs, como canal de venta, que significa entre otros, el uso de cookies y georreferenciación de los clientes, información que luego es usada para canalizar sus ofertas en contra de nuestra voluntad”.

En otro orden, también se testeó si los encuestados tomaban medidas preventivas de seguridad en plataformas electrónicas, obteniendo como resultado que 4 de cada 5 personas lo hacen.

Asimismo, cuando se les pidió mencionar que acción (o acciones) han ejecutado últimamente para mejorar su privacidad, destacan las siguientes: cancelar su suscripción de email a publicidades o información masiva y eliminar las cookies que registran el rastro de las páginas que va visitando el consumidor y podría develar sus gustos e intereses, lo que es una información sensible.

La discusión respecto a la protección de datos personales es un tema en desarrollo actualmente, considerando la reciente publicación de la ley Pro Consumidor en que se adiciona el nuevo artículo 15 bis, señalado que: “Las disposiciones contenidas en los artículos 2 bis letra b), 58 y 58 bis serán aplicables respecto de los datos personales de los consumidores, en el marco de las relaciones de consumo, salvo que las facultades contenidas en dichos artículos se encuentren en el ámbito de las competencias legales de otro órgano”.

Con esto, cuando entre en vigencia la Ley Pro Consumidor, tanto la ley 19.628 como la demás normativas de protección de datos personales, en el marco de relaciones de consumo, habilitará el ejercicio de las facultades de las Asociaciones de Consumidores y el SERNAC a la utilización del procedimiento de interés colectivo y difuso en favor de los posibles afectados.

Finalmente, cabe destacar que el material recolectado a partir de esta investigación ha sido utilizado para desarrollar una campaña de información al consumidor, y por ende, con aquello se contribuye a educar a la población en la lógica de aprender a cautelar la privacidad de sus datos personales.