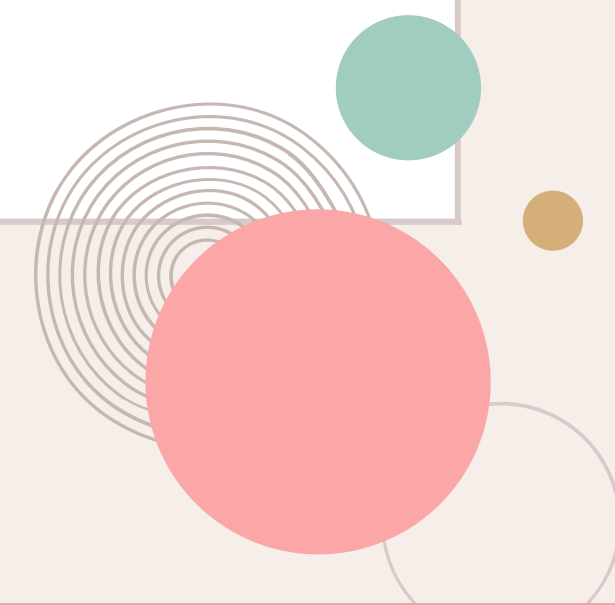




MERCADOS SENSIBLES Y USO DE DATOS PERSONALES

DICIEMBRE 2022



ÍNDICE



1.- INTRODUCCIÓN



2.- OBJETIVOS



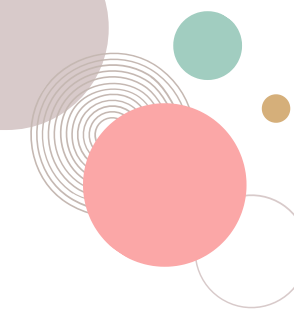
3.- METODOLOGÍA



4.- HALLAZGOS



5.- CONCLUSIONES



1 INTRODUCCIÓN

Los llamados “data brokers” son empresas que recolectan información personal sobre los consumidores de un amplio rango de fuentes y la proveen para una variedad de finalidades, incluyendo productos de verificación de identidad, detección de fraude y marketing, entre otros. Sus clientes abarcan desde aseguradoras hasta gobiernos y, en general, los consumidores no están conscientes de su existencia ni del tratamiento que se les da a sus datos.

El tratamiento que se le da a los datos importa, ya que el comportamiento promedio pasado de las personas permite predecir su comportamiento promedio en el futuro. Es a partir de este problema, es que surge la necesidad de estudiar las políticas de privacidad de las empresas de data brokers en Chile y generar una línea de base, que ponga de manifiesto las asimetrías de información existentes respecto a esta temática.

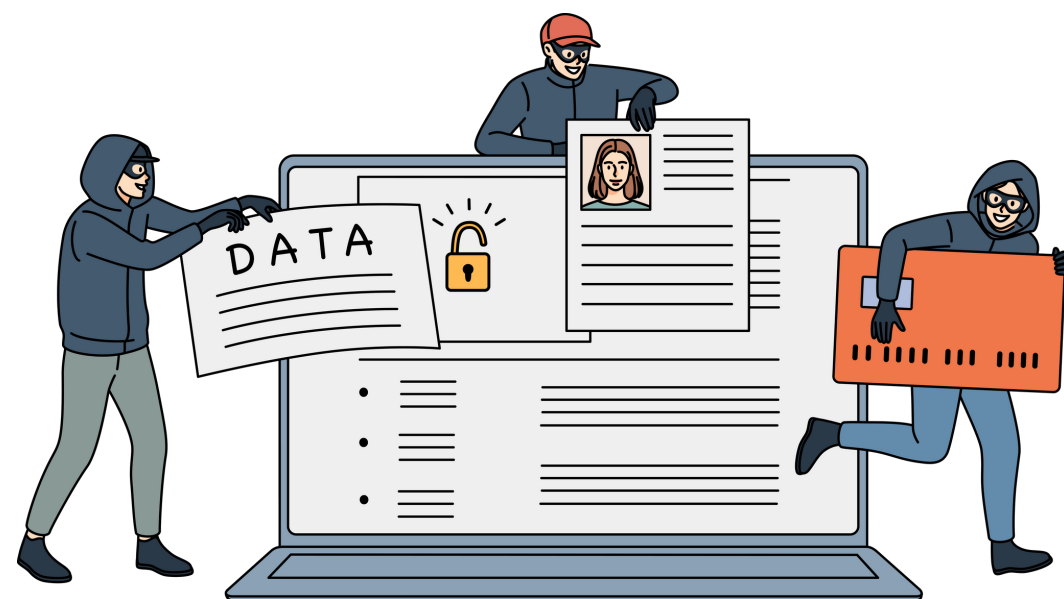




2 OBJETIVOS

El objetivo general de este estudio, es conocer el tratamiento de los datos personales de las empresas que entregan servicios de data brokers en Chile.

En específico, se busca:

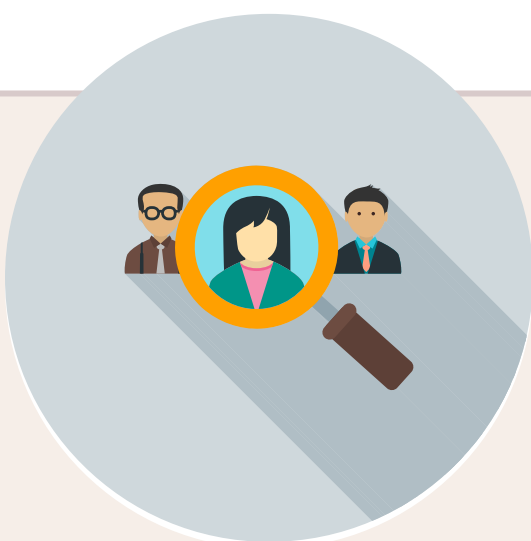


- Identificar a las principales empresas de data brokers que actualmente operan en Chile.
- Describir el mercado de las empresas de data brokers.
- Estudiar y analizar las políticas de privacidad de dichas empresas respecto de los datos personales.
- Identificar si existen o no diferencias entre las empresas chilenas y las extranjeras, relacionadas a los datos personales.
- Comprender el alcance de la regulación legal en el país.
- Indagar el comportamiento de estas empresas sobre los consumidores finales.

3 METODOLOGÍA

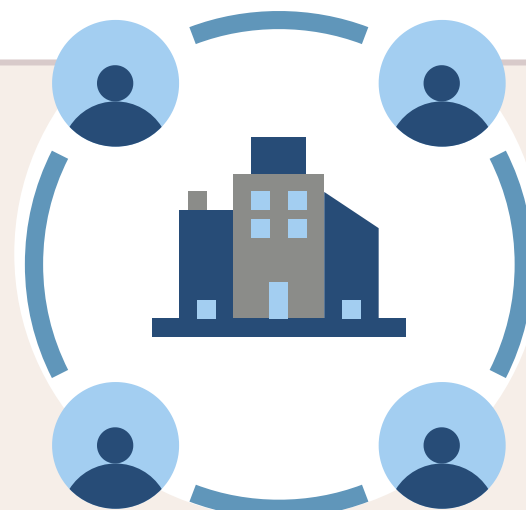
Se realizó un levantamiento de información de las “Políticas de Privacidad” y los “Términos y Condiciones” de datos personales de las empresas que operan en este mercado en Chile.

Se diseñó una encuesta con 20 variables como base para estudiar a las empresas que forman parte del mercado de data brokers en Chile utilizando preguntas cerradas.



Selección de las empresas

Se seleccionó a aquellas empresas que ofrecieron a través de la red LinkedIn entre los meses de julio y septiembre de 2022, puestos de trabajo para el título de data scientist, y que además cumplían con publicar algún producto o servicio relacionado a big data.



Muestra de empresas

Siguiendo el método antes descrito, se construyó una lista de 38 empresas que operan en Chile y que ofrecen al menos algún servicio relacionado al big data. De estas, 18 (poco menos de la mitad) son de origen chileno, siendo varias de ellas relativamente jóvenes, algunas incluso menores a un año desde que iniciaron actividades en el Servicio de Impuestos Internos. El siguiente país de origen más frecuente es Estados Unidos con 10, seguido de España con solo dos.



Levantamiento de la información

Se ingresó a los sitios web oficiales de cada una de las 38 empresas seleccionadas para el estudio. En estos, se buscaron las políticas de privacidad de datos personales y se contestó el cuestionario diseñado para este efecto. De la muestra estudiada, solo 22 empresas tenían estas políticas publicadas.

3 METODOLOGÍA



Muestra de empresas

En la siguiente tabla, se presenta el listado de empresas estudiadas junto con sus países de origen.

CHILE

- APIUX
- TECNOLOGÍA
- BSALE
- ENTEL OCEAN
- FORMULISA
- INSTANCE
- KIWOX
- MAS ANALYTICS
- NEURALWORKS
- NEURONET
- NEXUS CHILE
- OPTIMISA
- PHILAXMED
- SAWA
- SONDA
- TOKU
- UNHOLSTER
- WHOLEMEANIN
- G
- ZENTA GROUP

ESTADOS UNIDOS

- BCG GAMMA
- COMSCORE
- EQUIFAX
- FUSEMACHINES
- GLOBANT
- GOOGLE CLOUD
- IBM
- MICROSOFT
- NEORIS
- ORACLE

ESPAÑA

- MANAGEMENT SOLUTIONS
- MOVISTAR EMPRESAS

REINO UNIDO

- EY (ERNST & YOUNG)

ARGENTINA

- BESMART

COLOMBIA

- TRUORA

MÉXICO

- AXITY

TCS

- EVALUESERVE

ALEMANIA

- ADVENDIO

CANADÁ

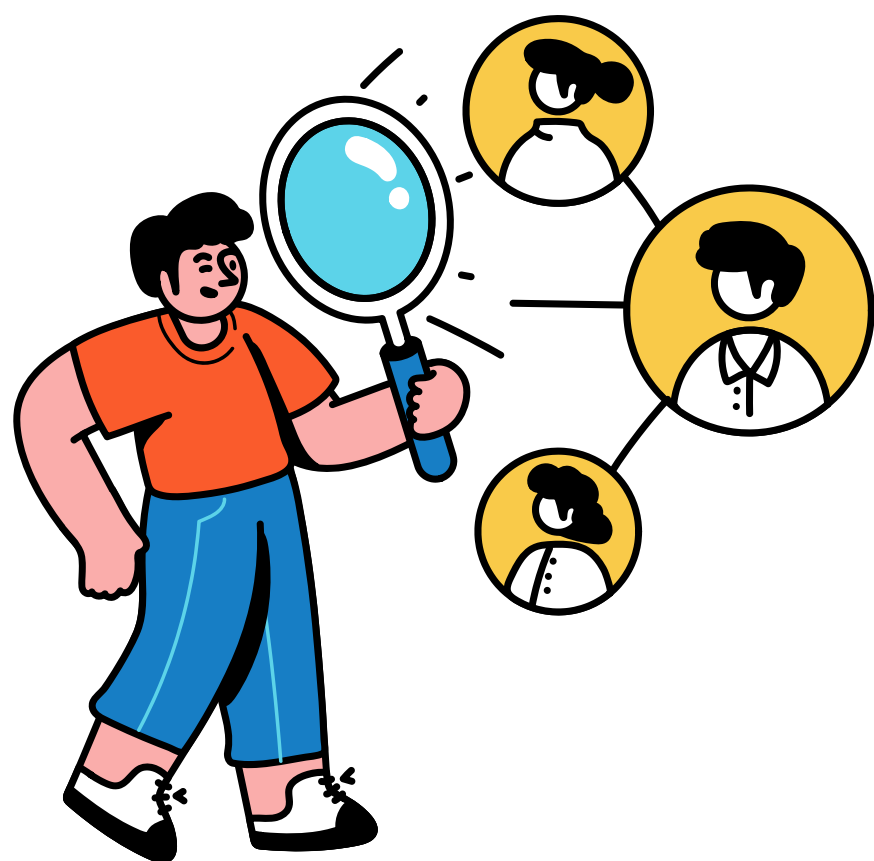
- EQUISOFT

INDIA

- TCS

4 HALLAZGOS

De lo visto en los resultados de este estudio exploratorio sobre el tratamiento de los datos personales de las empresas en Chile, destacan los siguientes resultados.

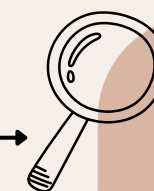
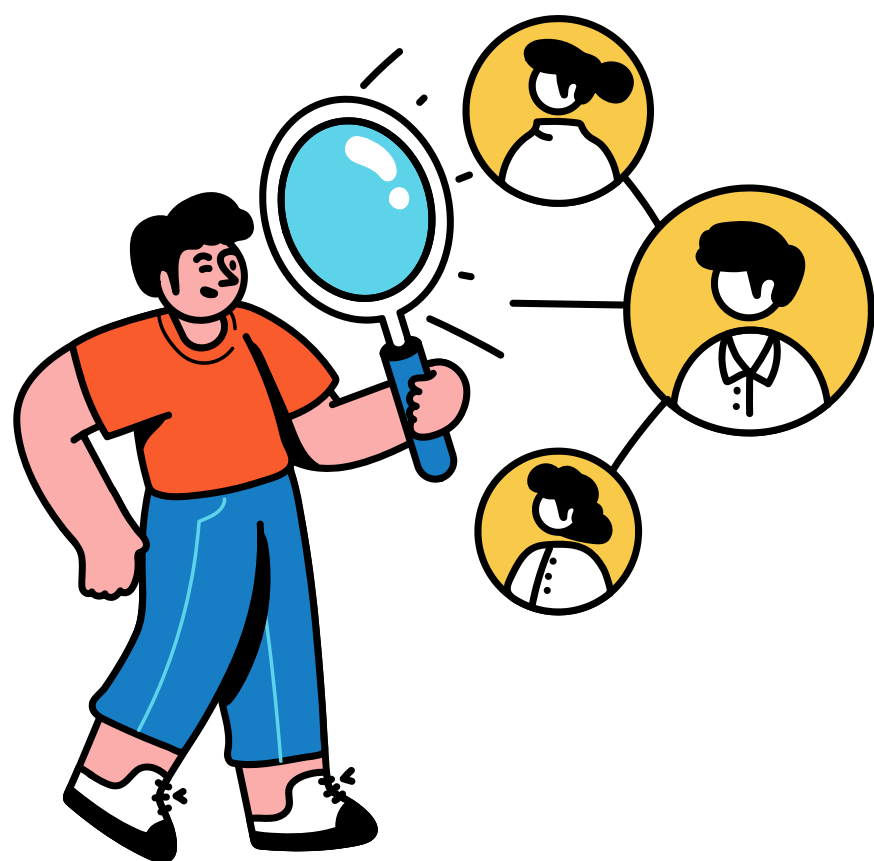


- De la muestra estudiada, 47,4% de las empresas que operan en el país son de origen chileno, seguidas de las de origen estadounidense con un 26,3%.
- Solo un 57,9% de estas empresas tiene políticas de privacidad publicadas en su sitio web.
- De las anteriores, apenas un 13,2% hace mención a la normativa chilena vigente.
- Del total, un 31,6% de las empresas exige el consentimiento de los titulares como requisito para el tratamiento de datos personales, mientras que un 26,3% no lo considera dentro de sus políticas.
- Un 18,4% de las empresas recopila datos solo directamente de los consumidores, mientras que un 36,8% lo hace además de manera indirecta.
- La mitad de las empresas declaran hacer uso de fuentes de acceso público en sus políticas.
- 18,4% de la muestra usa los datos para inferir nuevos datos a partir de ellos.

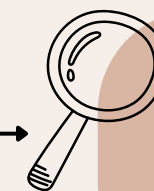


4 HALLAZGOS

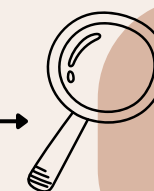
De lo visto en los resultados de este estudio exploratorio sobre el tratamiento de los datos personales de las empresas en Chile, destacan los siguientes resultados.



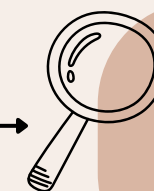
• Entre los datos más recopilados por las empresas se encuentran nombres e emails, mientras que los menos recopilados son raza, altura/peso y afiliación política/religiosa.



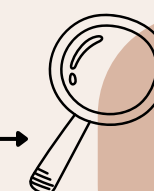
• Como insumo, estos datos son utilizados por las empresas mayoritariamente (en un 81,8%) para herramientas analíticas y listas de contacto (77,3%).



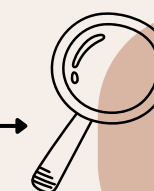
• Solo dos empresas en la muestra establecen un límite de tiempo específico para hacer uso de los datos recopilados. La gran mayoría no define esto.



• Un 86% de las empresas con políticas de privacidad reconocen “derechos ARCO” y especifican procedimientos de reclamación sin cobros para los consumidores que desean ejercerlos.



• Un 42,1% de las empresas estudiadas requiere que se acepte la transferencia de datos a terceros para hacer uso de los servicios ofrecidos.



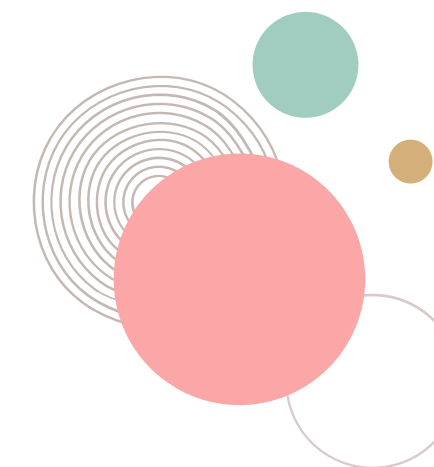
• Solo un 34,2% de la muestra establece límites para el tratamiento de datos de menores de edad.

5 CONCLUSIONES

El mercado de datos personales en Chile corresponde todavía a un vasto terreno sin explorar. Esta investigación hizo uso de las políticas de privacidad que las empresas publican para comenzar a entender de mejor manera este mercado, clasificándolas por medio de un cuestionario con 20 variables relevantes. Para ello, se listaron las empresas que contratan profesionales de data scientist y que, al mismo tiempo, ofrecen servicios que utilizan o publicitan herramientas de IA o big data.

Este levantamiento de información permite caracterizar parte de la realidad del mercado de datos en el país. En primer lugar, muestra que la mayoría de las empresas que operan en el mercado nacional son de origen chileno, seguidas de las estadounidenses. Además, solo un 57,9% de estas empresas tiene políticas de privacidad publicadas, y apenas un 13,2% hace mención a la normativa chilena vigente.

Un análisis más detallado de los datos muestra que la legislación chilena tiene, de hecho, espacio para actualizarse y mejorar. Los resultados del estudio indican que las empresas chilenas parecen tener un menor interés en tener políticas de privacidad disponibles para los consumidores, y que cuando las tienen, estas son más difíciles de encontrar. Por otro lado, se encontró que las empresas que recolectan datos de manera indirecta también tienen una menor probabilidad de publicar estas políticas.





5 CONCLUSIONES



Como se ha visto en el desarrollo de la investigación, hay datos personales que son más sensibles que otros, y no todas las empresas hacen uso del mismo tipo de datos. Algunas tienden a recopilar información más sensible que otras. Es importante que la legislación regule el uso de datos personales precisamente en mercados como la salud, los seguros, el financiero y el de marketing, entre otros.

Otro aspecto que debe ser abordado por la legislación es el tratamiento transfronterizo de datos. Actualmente, una empresa de origen extranjero que opera en Chile, puede recolectar información de sus clientes en el país donde opera, pero estando sujeta a la legislación del país de origen. Esto deja a los consumidores nacionales en una posición en la cual no pueden recurrir al Sernac para que este actúe como intermediario con la empresa fuera del país. Las filiales en Chile de empresas extranjeras deberían estar también sujetas a la legislación nacional.

Es importante señalar que no es solo responsabilidad de los consumidores ser conscientes de la importancia de sus datos personales, sino que las empresas deben generar políticas de privacidad que sean transparentes respecto de la información que manejan y cómo la tratan y utilizan.

Lo anterior abre espacios de reflexión y desafíos para la legislación chilena en esta materia. El proyecto que busca reemplazar la Ley 19.628, vigente desde 1999, se encuentra todavía en trámite en el congreso. Sujeto a su aprobación y publicación, se sugiere replicar el levantamiento de datos realizado con el objetivo de comparar y estudiar la evolución de las empresas de datos en los aspectos ya vistos.



SERNAC



Servicio Nacional del Consumidor

