

La protección de datos se convierte en un desafío estratégico para las organizaciones

La irrupción de la inteligencia artificial, la automatización y los sistemas hiperconectados está llevando a las organizaciones a replantear cómo gestionan sus datos, riesgos y procesos internos. Lo que antes se entendía principalmente como un desafío técnico o regulatorio, hoy comienza a instalarse como una preocupación estratégica para directores y equipos ejecutivos.

En un escenario donde expertos internacionales advierten que todo dispositivo conectado puede transformarse en un punto vulnerable, las empresas chilenas enfrentan un nuevo desafío: desarrollar capacidades internas para gobernar adecuadamente sus decisiones digitales y el uso de información sensible.

La entrada en vigencia de la nueva Ley de Protección de Datos Personales está acelerando este proceso de transformación al interior de las compañías. Sin embargo, el debate ya no se limita únicamente al cumplimiento normativo o a la actualización de protocolos tecnológicos. El foco comienza a desplazarse hacia la gobernanza digital, la reputación corporativa y la sostenibilidad de los negocios en entornos



Nicolás Casaletti, subdirector de Soluciones Corporativas de Unegocios FEN Universidad de Chile.

cada vez más digitalizados.

“La conversación dejó de centrarse únicamente en compliance. Hoy las empresas entienden que el manejo de datos impacta directamente la confianza, la reputación y la sostenibilidad del negocio”, explica Nicolás Casaletti, subdirector de Soluciones Corporativas de Unegocios FEN Universidad de Chile.

En paralelo, las organizaciones han comenzado a impulsar procesos de formación transversal. Áreas comerciales, recursos humanos, marketing y tecnología están incorporando nuevos criterios frente al uso de datos y herramientas basadas en inteligencia artificial.

Según Casaletti, uno de los principales errores es considerar que la protección de datos corresponde exclusivamente a especialistas legales o tecnológicos. “Muchas vulnerabilidades ocurren por desconocimiento organizacional. Las empresas están entendiendo que necesitan desarrollar criterios internos y capacidades transversales para enfrentar adecuadamente esta nueva realidad”, sostiene.

Los datos dejaron de ser información operativa

para transformarse en un activo estratégico. El avance de plataformas automatizadas, sistemas predictivos y herramientas de inteligencia artificial está generando nuevas oportunidades para las organizaciones, pero también mayores exigencias en materia de gobernanza y resguardo.

“Hoy los datos son un activo estratégico. Y justamente por eso, las organizaciones necesitan avanzar hacia culturas internas más conscientes respecto del uso de información sensible y la toma de decisiones digitales”, agrega.

“La adaptación no pasa solo por incorporar tecnología o actualizar protocolos. El gran desafío es cultural y requiere liderazgos capaces de comprender cómo los datos y la transformación digital impactan hoy el negocio completo”, concluye Casaletti.

Las organizaciones que logren integrar gobernanza digital, cultura y liderazgo tendrán mayores capacidades para competir en entornos cada vez más automatizados, regulados y expuestos a riesgos reputacionales.

