

ESTUDIO · OCTUBRE DE 2026

¿Están listos los sitios web chilenos para la nueva ley de datos?

Revisamos 385 sitios de grandes empresas, salud, educación y comercio electrónico para medir lo que cualquier persona puede ver desde fuera: aviso de consentimiento, política de privacidad y seguimiento antes de aceptar.

78 de cada 100 sitios te rastrean antes de que aceptes nada

La Ley 21.719 fijó su entrada en vigor para el 1 de diciembre de 2026. A semanas de esa fecha, la mayoría de los sitios revisados todavía no muestra las señales básicas que una persona espera ver cuando entrega sus datos.

78 %

activa Google, Meta u otras herramientas de seguimiento antes de que la persona acepte

13 %

muestra un aviso de consentimiento en la primera visita

5 %

tiene una política de privacidad que menciona la Ley 21.719

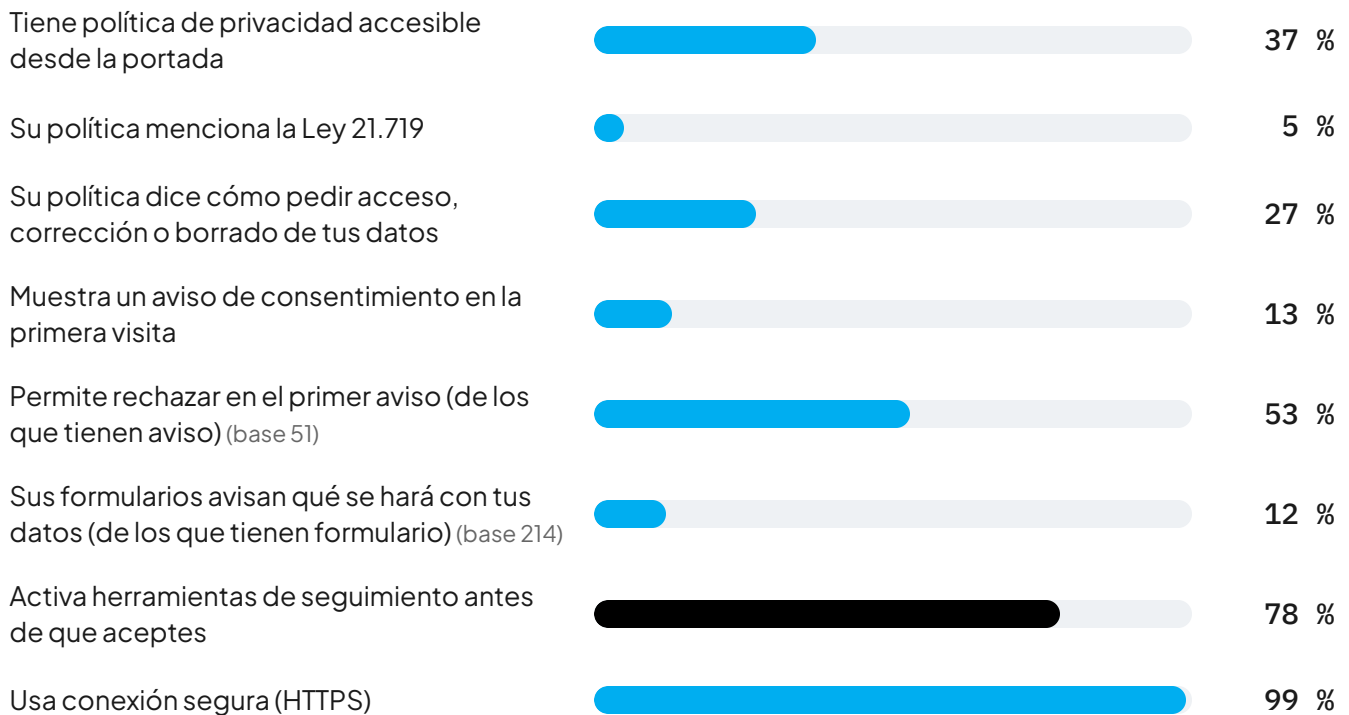
27 %

explica en su política cómo pedir acceso, corrección o borrado de los datos

Base: 385 sitios a los que se pudo acceder, de una muestra de 400 elegida al azar en listados públicos. Revisión automatizada en octubre de 2026. Estas señales no equivalen a cumplir la ley: la ley exige también cosas que no se ven desde fuera.

Lo que vimos en los 385 sitios

Cada barra es el porcentaje de sitios que cumple la señal. En negro, la única que es mejor mientras más baja.

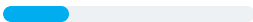
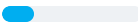


Las herramientas que más se activan antes de aceptar son Google Analytics, Google Ads y el píxel de Meta. Y de las políticas que sí existen, la mayoría todavía cita solo la Ley 19.628: apenas 5 de cada 100 sitios menciona la Ley 21.719.

Seguimiento antes de aceptar: el sitio crea cookies de seguimiento o carga herramientas como el píxel de Meta, TikTok o LinkedIn sin que la persona haya hecho clic en nada. No se cuentan los sitios que solo envían las señales sin cookies del modo de consentimiento de Google (0 % del total).

Ningún sector llega preparado

En salud, donde se tratan datos sensibles, solo 17 de cada 100 sitios enlaza una política de privacidad. El comercio electrónico es el que más informa, pero también el que más rastrea: 97 de cada 100 tiendas activan seguimiento antes de que la persona acepte.

	Grandes empresas n=92	Salud n=98	Educación n=97	Comercio electrónico n=98
Tiene política de privacidad accesible desde la portada	26 % 	17 % 	23 % 	80 % 
Su política menciona la Ley 21.719	2 % 	5 % 	4 % 	7 % 
Su política dice cómo pedir acceso, corrección o borrado de tus datos	15 % 	13 % 	14 % 	65 % 
Muestra un aviso de consentimiento en la primera visita	18 % 	9 % 	4 % 	21 % 
Permite rechazar en el primer aviso (de los que tienen aviso)	47 % 	44 % 	75 % 	57 % 
Sus formularios avisan qué se hará con tus datos (de los que tienen formulario)	21 % 	7 % 	3 % 	14 % 
Activa herramientas de seguimiento antes de que aceptes	67 % 	70 % 	77 % 	97 % 
Usa conexión segura (HTTPS)	100 % 	98 % 	98 % 	100 % 

Lo que se ve desde fuera es lo primero que se revisa

La Ley 21.719 modifica la Ley 19.628 y crea la Agencia de Protección de Datos Personales, que podrá fiscalizar y sancionar con multas de hasta 20.000 UTM por infracciones gravísimas. La ley exige que todo tratamiento de datos tenga una base legal, que las personas sean informadas de forma clara y que puedan ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad y bloqueo.

Un sitio web es la vitrina de esas obligaciones. Una política de privacidad desactualizada o un formulario que no informa la finalidad son señales visibles para cualquier persona y para la autoridad. La activación de herramientas de seguimiento antes del consentimiento es, en nuestra lectura, un riesgo que conviene corregir: la ley no regula las cookies de forma específica, pero sí exige que el consentimiento, cuando es la base del tratamiento, sea libre, informado, específico e inequívoco, y una herramienta que ya está midiendo cuando la persona recién llega difícilmente cumple con eso.

Estas señales no permiten concluir si una empresa cumple o no la ley. Hay obligaciones que no se ven desde fuera, como el registro de actividades de tratamiento, las medidas de seguridad o las evaluaciones de impacto. Lo que el estudio muestra es cuánto trabajo visible queda pendiente.

Lectura legal: Consuelo Salinas, abogada · MM Abogados

Cinco cambios que se ven en tu sitio y se pueden hacer este mes

- 1 Publica una política de privacidad actualizada** a la Ley 21.719, enlazada desde el pie de todas las páginas, con la finalidad de cada dato y por cuánto tiempo lo guardas.
- 2 Indica un canal para los derechos:** un correo o formulario donde una persona pueda pedir acceso, corrección o borrado de sus datos, con alguien a cargo de responder.
- 3 Pon un aviso de consentimiento con «rechazar» en la primera capa,** tan visible como «aceptar».
- 4 Configura tus herramientas de medición para que esperen el consentimiento:** Google Analytics, Google Ads y el píxel de Meta no deberían crear cookies antes de que la persona acepte.
- 5 Revisa tus formularios:** cada uno debe decir para qué usarás los datos y enlazar a la política, y guardar cuándo y a qué aceptó cada persona.

¿Quieres saber cómo salió tu sitio?

Escríbenos y te enviamos el resultado de los 8 indicadores para tu empresa, sin costo:
morgansmedia.cl/ley-21719

Metodología y límites

Muestra

400 sitios en cuatro grupos de 100, elegidos al azar (semilla fija) dentro de listados públicos: emisores inscritos en la CMF (sin fondos, clubes ni colegios), prestadores privados del Registro de Prestadores Acreditados de la Superintendencia de Salud, instituciones de educación superior y colegios particulares pagados del MINEDUC, y marcas del Cyber de la Cámara de Comercio de Santiago. Las entidades sin sitio propio se reemplazaron por la siguiente del sorteo.

Revisión

Un navegador automatizado visitó cada sitio una vez, identificado como «MorgansMedia-Estudio21719», respetando robots.txt. Revisó como máximo tres páginas (inicio, política de privacidad y contacto), sin aceptar ni rechazar el aviso, sin enviar formularios y sin crear cuentas. Se excluyeron 15 sitios que bloquearon el acceso o no respondieron.

Límites

Las señales medidas son las visibles desde fuera y no equivalen a cumplir la ley. La detección automatizada puede fallar en sitios con diseños poco comunes; una revisión manual de 40 sitios (10 % de la muestra) coincidió en el 97,5 % de los casos para el aviso y para la política, y el único caso corregido se ajustó a mano. La muestra representa a entidades con sitio web, no a todas las empresas de cada sector.

Qué no publicamos

Solo se publican porcentajes. Ningún nombre de empresa ni captura que la identifique. La evidencia de cada sitio se guarda seis meses por si una empresa pide revisar su resultado.

MORGANSMEDIA

Andrés Radrigán Martínez

Founder & CEO · MorgansMedia

Método y datos

[mm] abogados.

Consuelo Salinas

Abogada · MM Abogados

Lectura legal