

LEY 21.719 · DATOS PERSONALES

Deja de pedir el **RUT**

Lo que un director de marketing debería saber sobre
datos sin tener que convertirse en abogado ni técnico.

Francisco Ordenes · Director Ejecutivo
MEAT Group · meat.cl · meatcode.cl

JUEVES 13 DE AGOSTO DE 2026

A large group of approximately 170 people, mostly young adults, are posing for a group photo in a nightclub. They are arranged in several rows, with some people in the front row kneeling or sitting. Many are making peace signs or holding up their phones. The background features a bar area with a neon sign that says "Tanqueray", a disco ball, and colorful stage lighting in shades of blue, purple, and red. The overall atmosphere is festive and energetic.

170

personas en el grupo.

Todos los días alguien de este equipo toca datos de clientes de nuestros clientes.

UNA REALIDAD INCÓMODA

**El marketing no
puede funcionar sin
datos.**

EL NEGOCIO NECESITA DEMANDA

**Sin demanda,
Comercial vende
con una mano
atada.**

UNA REALIDAD AÚN MÁS INCÓMODA

**Y si no
vendemos, no
hay negocio.**

**Necesitamos
los datos.**

EL VERDADERO CAMBIO

El problema es qué hacemos con ellos después.

El dato dejó de ser sólo combustible para marketing. También se convirtió en una responsabilidad.

COMPLETA TUS DATOS PARA DESCARGAR

Nombre

Apellido

Email

Teléfono

Empresa

Cargo

RUT

Región

Industria

Tamaño de empresa

¿Cómo nos conociste?

Descargar

01 / CAPTURA

¿Para qué estamos pidiendo este dato?

Quiero descargar un PDF de
8 páginas.

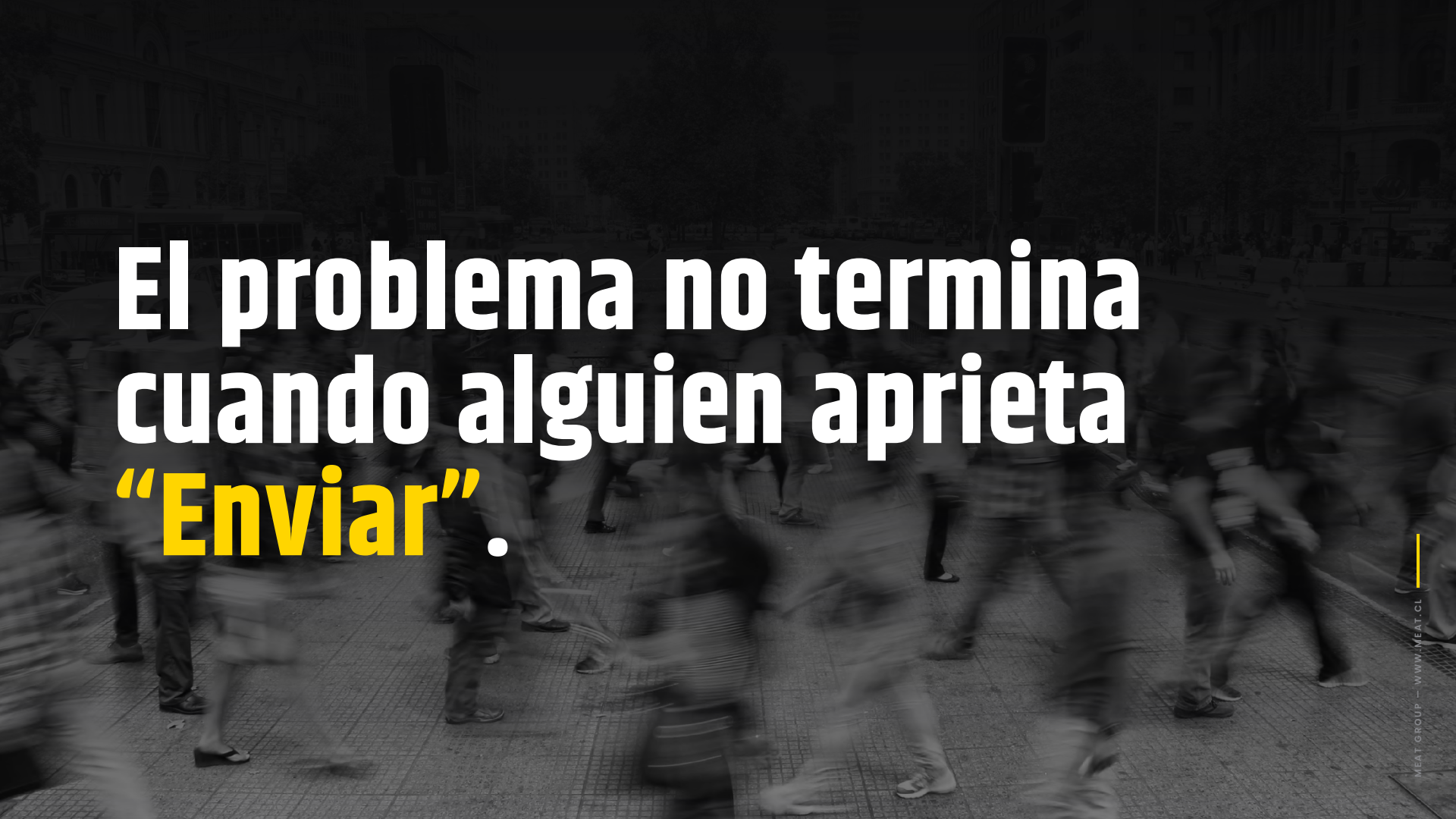
¿Cuántos de estos campos necesito realmente para hacer eso?

EL CAMBIO DE CRITERIO

¿Podemos pedirlo?

¿Para qué **necesitamos**
pedirlo?

Cada dato debería tener una razón de existir.



**El problema no termina
cuando alguien aprieta
“Enviar”.**

Un dato rara vez se queda donde nació.

02 / RECORRIDO



Capturar un dato dura cinco segundos. Perderle la pista puede durar años.



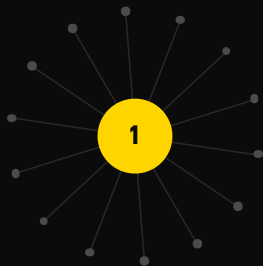
**Tu marca no tiene
un sitio web.**

Tiene

sesenta.

Un ecosistema típico puede verse así.

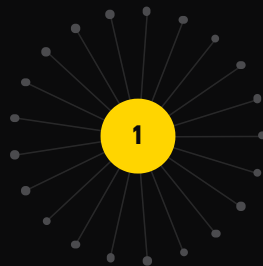
TRES INDUSTRIAS, EL MISMO PROBLEMA



INMOBILIARIA

1 sitio · decenas de puntos de captura

Landing por proyecto · preventa · remate · tablet en sala de ventas · Portal Inmobiliario · Yapo · WhatsApp por proyecto · agenda de visitas · simulador de crédito · CRM de corredores

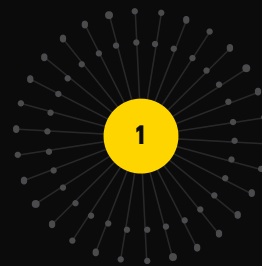


CONCESIONARIA

1 sitio · decenas de puntos de captura

Landing por modelo · cotizador · test drive · servicio técnico · landing Cyber · liquidación · tablet en mall · formulario de reclamos · base del concesionario anterior

Formulario de financiamiento: renta + carga financiera



UNIVERSIDAD

1 sitio · decenas, a veces cientos, de activos y formularios

Sitios por facultad · landings de diplomados y magíster · portal de admisión · postulación · ferias vocacionales · webinars · newsletter de exalumnos · bolsa de empleo

Formulario de becas: situación socioeconómica familiar

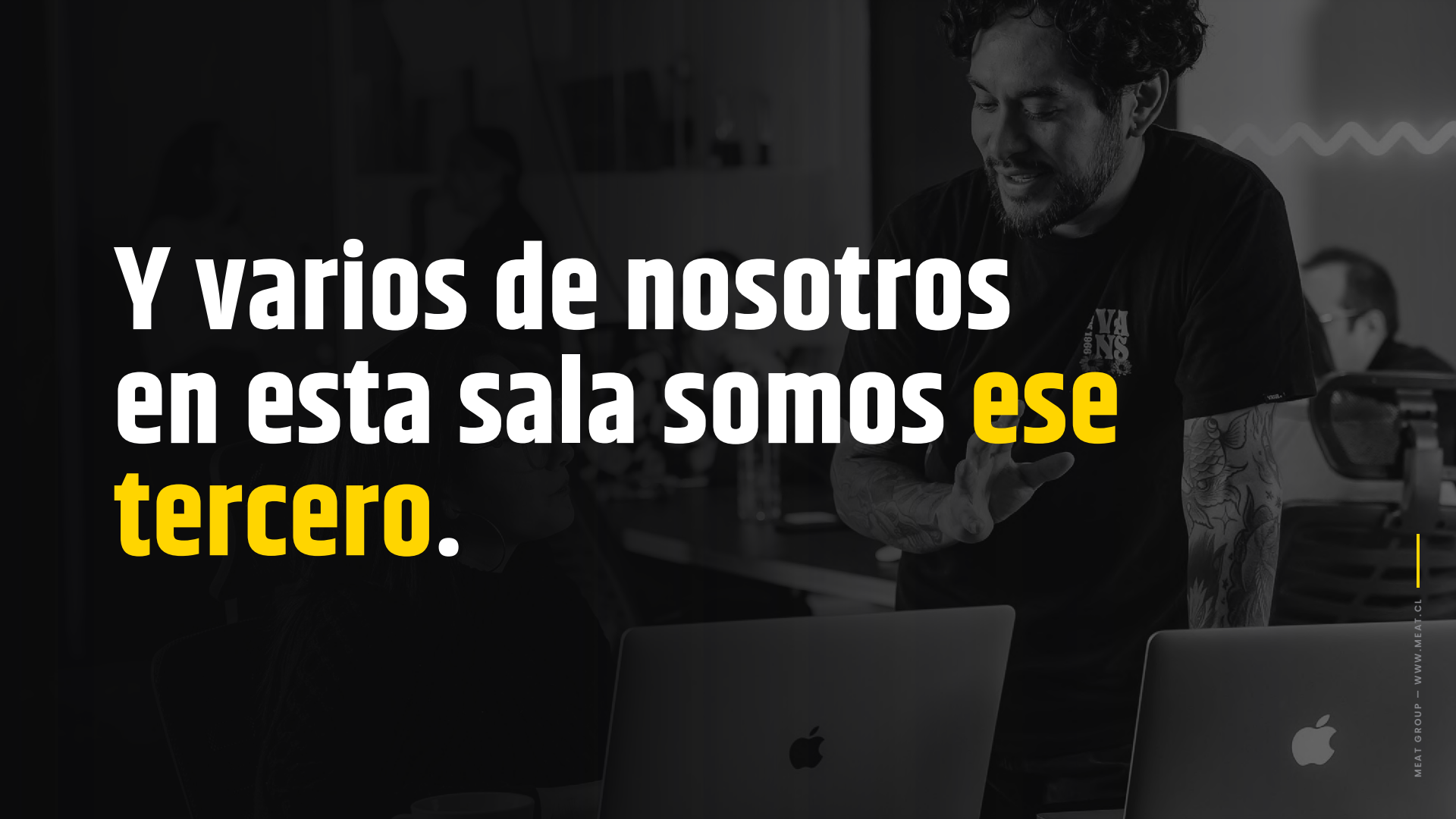
El activo que todos miran suele tener equipo, presupuesto y mantención. Los otros no siempre.

¿Quién más está tocando estos datos?

03 / TERCEROS



La pregunta no es sólo qué proveedores tienen acceso a nuestros datos. También es qué hacemos nosotros con los datos que nuestros clientes nos entregan.



Y varios de nosotros
en esta sala somos **ese**
tercero.

¿Qué estamos haciendo con esos datos?

04 / USO

01 Segmentar

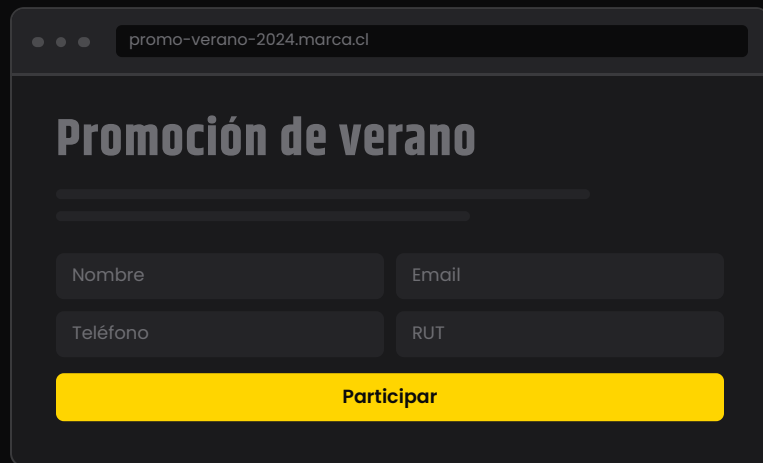
02 Personalizar

03 Predecir

04 Automatizar

IA puede amplificar los cuatro.

¿Qué estamos decidiendo con esto?



promo-verano-2024.marca.cl

Promoción de verano

Nombre Email

Teléfono RUT

Participar

Nadie la apagó
porque **nadie era**
dueño de ella.

- Formulario todavía activo
- Correo de destino eliminado
- Plugin desactualizado
- Nadie recuerda quién la administra

¿Qué le faltaba?

Propósito

¿Sigue existiendo?

Responsable

¿Quién responde?

Tecnología

¿Dónde vive?

Vencimiento

¿Cuándo debía dejar de existir?

TODOS ESTÁN HACIENDO BIEN SU TRABAJO

Cada área optimiza algo distinto.

MARKETING

Generar demanda y conversiones.

campañas

landings

formularios

pixels

COMERCIAL

Vender más y acelerar oportunidades.

exports

planillas

CRM

WhatsApp

TECNOLOGÍA

Habilitar y conectar el negocio.

APIs

integraciones

accesos

plataformas

EXPERIENCIA

Atender mejor y reducir fricción.

chatbots

tickets

encuestas

portales

AGENCIAS Y PROVEEDORES

Ejecutar, medir y optimizar.

audiencias

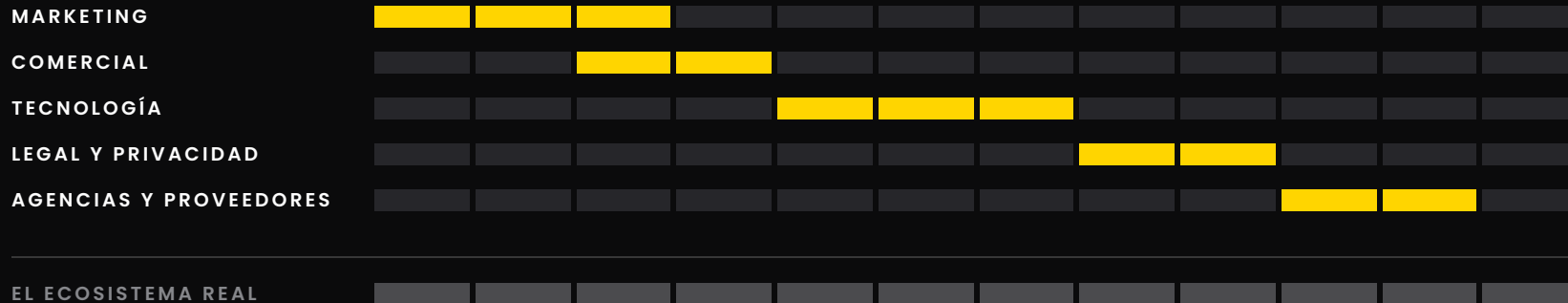
exports

dashboards

accesos

Cada área ve su objetivo. Alguien tiene que ver el ecosistema.

Ningún área ve el mapa completo.



Cada uno ve una parte. Alguien tiene que ver el sistema.

El traspaso revela lo que nadie gobernó.

LA NUEVA AGENCIA PIDE

- accesos
- inventario de plataformas
- responsables
- cuentas activas
- histórico
- medición vigente

Y RECIBE

- usuarios heredados
- propiedades sin dueño
- nomenclaturas distintas
- cuentas duplicadas
- etiquetas viejas
- «creo que eso ya no se usa»

Le pasa a las marcas, a las agencias, a los proveedores y a los equipos internos.

EL CAOS NO SIEMPRE SE VE. A VECES SE HEREDA.

Múltiples contenedores de GTM. Propiedades de Analytics duplicadas. Proyectos de Clarity heredados.

Nadie sabe cuáles siguen vivos.

El problema no es migrar una plataforma. El problema es
no saber qué estás migrando.

No necesitas crear otra área. Necesitas asignar la responsabilidad.

OPCIÓN A

Un responsable

Una persona que mantiene el mapa actualizado, coordina y escala lo que no puede resolver sola.

OPCIÓN B

Una mesa de gobernanza

Marketing

Comercial

Tecnología

Legal y privacidad

Recomendación operativa, no una estructura obligatoria: lo que importa es que la responsabilidad no quede vacante.

Gobernanza no es pedir permiso. Es evitar operar a ciegas.

QUÉ ENTRA AL ECOSISTEMA	OWNER OPERATIVO	HASTA CUÁNDO
nueva landing	Marketing	fin de campaña
nuevo formulario	Marketing	12 meses
nuevo proveedor	Área solicitante + Legal	vigencia del contrato
nuevo pixel o tag	Tecnología	revisión trimestral
nueva automatización	Data / área responsable	6 meses

Nadie debería lanzar algo nuevo sin que el mapa se entere.

**No necesitas saber hacerlo.
Necesitas saber qué
preguntar.**

MARKETING • TECNOLOGÍA • LEGAL • AGENCIAS

Las cinco preguntas que deberían acompañar cualquier iniciativa con datos.

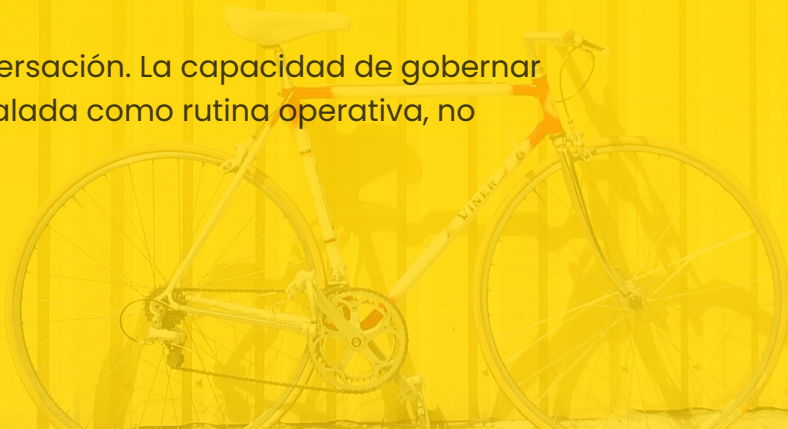
- 01 ¿Qué propósito justifica estos datos?
- 02 **¿Cuál es su recorrido completo?**
- 03 ¿Qué actores participan en ese recorrido?
- 04 ¿Qué decisiones o acciones estamos tomando con ellos?
- 05 ¿Quién mantiene esto visible y actualizado?

Sirven igual para una marca, una agencia, un proveedor o un equipo técnico.

LA TESIS

Cumplir no es un hito. Es una rutina.

La ley puede gatillar la conversación. La capacidad de gobernar datos tiene que quedar instalada como rutina operativa, no como proyecto puntual.



ENTRADA EN VIGENCIA

01

diciembre 2026

Esa sigue siendo la fecha oficial de entrada en vigencia.

Aunque existan propuestas de ajuste, discusión política o incluso ruido sobre una eventual postergación.

No conviene gestionar una organización apostando a que la fecha se mueva.

La fecha puede moverse.
El trabajo no.

Si diciembre llega mañana, ¿tu organización sabe dónde terminan sus datos?

No necesitamos tener todo resuelto hoy. Pero sí tener el mapa, responsables y prioridades claras antes de diciembre.

Llévate las
cinco.



Checklist ejecutivo para revisar
con tu equipo y tus
proveedores.



meat. group

Somos un grupo de 5 agencias especializadas, un solo estándar de excelencia. Al trabajar con una de ellas, accedes a toda la capacidad del grupo.

MEAT.CL
SANTIAGO, CHILE

LAS CINCO UNIDADES

Conoce más en www.meat.cl

01

**me
at.**
agency

Marketing 360°, creatividad, branding y comunicación.

www.meatagency.cl

02

C CODE

Diseño UX/UI y desarrollo de plataformas digitales.

www.meatcode.cl

03

GRILL

Estrategias y campañas de medios y performance.

www.digitalgrill.cl

04

STEAK

Producción audiovisual y contenidos.

www.steak.cl

05

BlackDoor

Ciberseguridad: monitoreo, ethical hacking y pentesting.

www.blackdoor.cl

Venimos desde MEAT Code, la unidad digital del grupo.