



ISABEL CHARLÍN REYES
 icharlin@ladiscusion.cl
 FOTO: AGENCIAS

DEBATE SE CRUZA CON LA ENTRADA EN VIGENCIA DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS

Senado evaluará veto a llamadas sin consentimiento expreso

Comisión de Economía revisará iniciativa que refuerza el derecho a no ser contactado con fines comerciales sin autorización previa. Propuesta, que nació en la Cámara y hoy cumple su segundo trámite, busca cerrar la puerta a la publicidad invasiva.

El teléfono suena y al otro lado no hay un familiar ni un contacto conocido, sino una oferta de crédito, un cambio de plan o una promoción "irrepetible".

La escena se repite a diario en miles de hogares. Frente a esta realidad, el Senado analizará a la vuelta del receso un proyecto que pretende dar un giro radical: prohibir llamadas y mensajes publicitarios cuando no exista consentimiento previo, expreso y específico del consumidor.

La iniciativa -originada en mociones ingresadas en la Cámara de Diputados y Diputados y refundida en los boletines 15.610 y 16.041- se encuentra en segundo trámite constitucional en la Comisión de Economía del Senado, donde se discute en general la idea de legislar.

La propuesta apunta a fortalecer el derecho a la privacidad y actualizar la normativa ante el aumento sostenido del telemarketing y la mensajería masiva.

Las cifras oficiales reflejan la magnitud del fenómeno. De acuerdo con datos del Servicio Nacional del Consumidor, entre 2020 y 2023 las solicitudes para incorporarse a la plataforma "No Molestar" crecieron desde más de 84 mil a más de 1,2 millones. Este mecanismo permite exigir a las empresas que eliminen los datos de contacto de sus bases, pero el volumen de reclamos evidencia que el problema persiste.

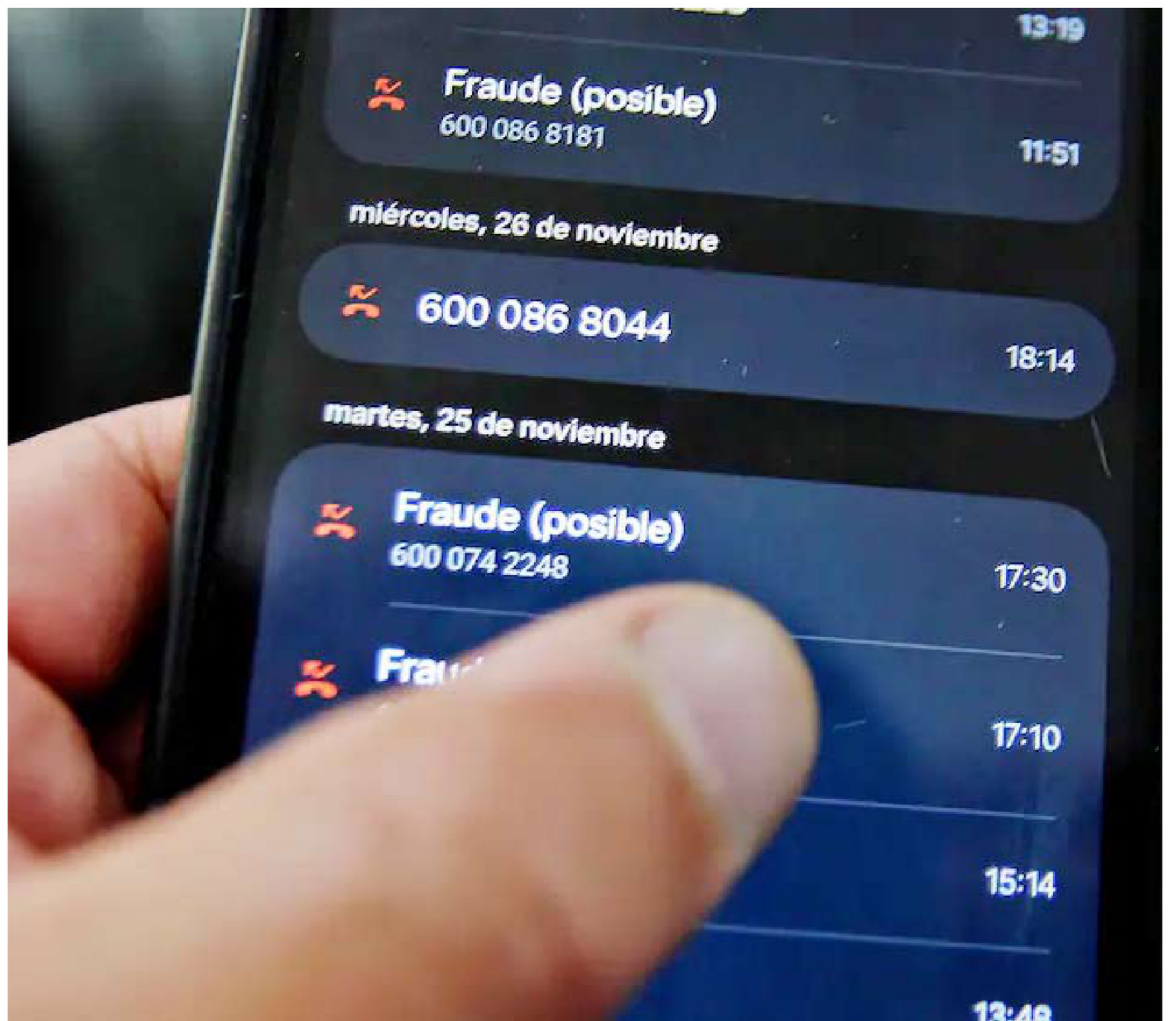
A ello se suma la implementación, desde agosto de 2025, de prefijos diferenciados para llamadas comerciales: 600 para aquellas solicitadas y 809 para las no requeridas. La medida -informada en su momento por la Cámara y el Senado- busca entregar mayor transparencia al usuario y facilitar la fiscalización por parte de la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Sin embargo, parlamentarios estiman que la identificación no basta si no existe una prohibición clara sin consentimiento.

¿En qué consiste el proyecto?

El corazón del proyecto consagra un nuevo derecho del consumidor: no recibir comunicaciones telefónicas ni mensajes instantáneos con fines publicitarios sin haber otorgado autorización previa. Ese consentimiento deberá expresarse mediante declaración escrita, medios electrónicos equivalentes o actos afirmativos inequívocos.

Además, el texto establece que toda comunicación promocional deberá identificar con claridad su asunto, al remitente y ofrecer un mecanismo expedito para solicitar la suspensión de envíos. Una vez ejercido ese derecho, la empresa no podrá insistir. Las infracciones podrían ser sancionadas con multas de hasta mil unidades tributarias mensuales.

Otro punto clave es la revocabilidad: el consumidor podrá retirar su consentimiento en cualquier momento



y sin necesidad de fundamentar su decisión, utilizando canales equivalentes a los empleados para otorgarlo o una plataforma visible en el sitio web del proveedor.

Debate cruzado con la ley de Datos Personales

Durante las audiencias en la Comisión de Economía, diversos actores han planteado reparos. Representantes del sector cooperativo y del comercio han advertido eventuales superposiciones con la nueva Ley de Protección de Datos Personales, cuya entrada en vigor está prevista para diciembre de este año.

Desde la comisión asesora para su implementación se ha señalado que esa normativa ya permitirá a las

personas exigir la eliminación de sus datos y contempla sanciones ante incumplimientos. A juicio de algunos expositores, avanzar paralelamente con otra regulación podría fragmentar el marco legal.

No obstante, senadores han recalcado que el proyecto en estudio no solo aborda el tratamiento de datos, sino el acto mismo del contacto publicitario no consentido, cuestión que -afirman- merece una regla explícita y reforzada.

Tras el receso legislativo, la Comisión retomará la ronda de audiencias antes de votar la idea de legislar.

El debate, que combina derechos digitales, protección al consumidor y actividad económica, promete marcar

Desde agosto de 2025, las llamadas comerciales deben iniciar con numeración especial: 600 u 809.

la agenda en un escenario en el que Chile registra en promedio 28 llamadas no deseadas por persona al mes y una alta tasa de spam telefónico.

Prefijos 600 y 809

Desde agosto de 2025, las llamadas comerciales deben iniciar con numeración especial: 600 si fueron solicitadas por el usuario y 809 si no lo fueron. La medida busca que las personas identifiquen de inmediato el carácter de la comunicación y que la autoridad pueda fiscalizar con trazabilidad. El incumplimiento puede denunciarse ante la Subsecretaría de Telecomunicaciones, lo que abre un canal adicional de control frente a prácticas abusivas.

Multas y derecho a retracto

El proyecto en discusión contempla sanciones de hasta mil unidades tributarias mensuales para las empresas que contacten a consumidores sin consentimiento expreso. Pero no solo fija castigos: también refuerza el derecho a revocar la autorización en cualquier momento y sin dar explicaciones. Esa solicitud deberá poder realizarse por los mismos canales usados para otorgar el consentimiento o mediante una plataforma visible en el sitio web del proveedor, obligándolo a cesar de inmediato los envíos.