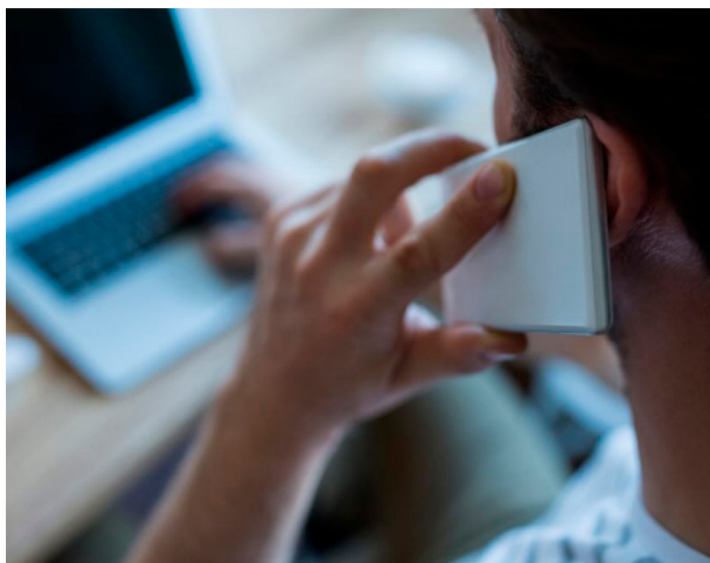


¿Retroceso en la lucha contra el spam? Se abre debate tras eliminación del prefijo en llamadas comerciales

Tras un reciente fallo en marzo de la Corte Suprema que dejó sin efecto la obligación de las empresas a usar los prefijos 600 y 809 para identificar llamadas comerciales, experto advierte que no es un retroceso, sino la oportunidad y el desafío para modernizar las herramientas contra el spam telefónico sin perder el foco en la protección de los consumidores y el derecho a las empresas a ofrecer productos y servicios convenientes para el mercado.



El debate sobre las llamadas comerciales y el spam telefónico volvió a instalarse en Chile luego de que la Corte Suprema dejara sin efecto la obligación de utilizar los prefijos 600 y 809 para identificar este tipo de comunicaciones, medida que había sido implementada en 2025 como parte de la estrategia para combatir las llamadas masivas no deseadas.

La normativa impulsada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones establecía que el prefijo 600 debía utilizarse

para llamadas comerciales solicitadas por el usuario, mientras que el 809 identificaba campañas masivas no solicitadas. La idea era simple: permitir que las personas reconocieran de inmediato el tipo de llamada antes de contestar, facilitando decisiones informadas y reduciendo riesgos de fraude.

Sin embargo, en marzo de 2026 la Tercera Sala de la Corte Suprema acogió un recurso presentado por la Asociación del Retail Financiero y determinó que la autoridad regulatoria había excedido sus competencias al imponer estos

prefijos en llamadas de cobranza extrajudicial, dejando sin efecto esa obligación. Puesto que la gestión de cobranza no es un servicio complementario sino que es la extensión de un servicio ya contratado, a diferencia de la gestión de la venta masiva de productos o servicios.

La decisión abre un nuevo debate público sobre cómo equilibrar la protección de los usuarios con la evolución tecnológica de las comunicaciones.

Para Hernán Leal, fundador y presidente ejecutivo de FASTCO Group, la discusión no debería centrarse únicamente en la existencia o eliminación de un prefijo visible, sino en cómo modernizar las herramientas para enfrentar el spam en un ecosistema digital cada vez más complejo.

“Cuando se implementó el sistema de prefijos, el objetivo era muy claro: permitir que las personas identificaran si una llamada era comercial antes de contestar, pero nos discrimina de las llamadas que provienen de un servicio ya contratado o no”.

SENSIBILIDAD CIUDADANA FRENTE A LAS LLAMADAS MASIVAS

Leal advierte que, desde la perspectiva de los usuarios, la eliminación práctica de estos identificadores podría generar preocupación.

“Existe la preocupación de que muchas personas sientan que estamos retrocediendo y volviendo

al escenario del acoso telefónico. Sin embargo, el cambio que provoca el fallo de la corte suprema permite las llamadas masivas telefónicas de cobranza no a las llamadas comerciales”, señala.

El foco del debate debe ampliarse hacia soluciones más modernas y tecnológicas.

“Más que discutir solo si el prefijo sirve o no, la conversación debería enfocarse en cómo evolucionan las regulaciones junto con la tecnología, sin perder el foco en proteger a las personas y sus datos”, agrega.

HACIA UNA NUEVA GENERACIÓN DE HERRAMIENTAS CONTRA EL SPAM

Según Leal, el crecimiento del spam telefónico y de los fraudes asociados a llamadas obliga a avanzar hacia mecanismos más sofisticados de control y verificación.

Entre ellos menciona herramientas como la autenticación de llamadas, trazabilidad de comunicaciones y sistemas inteligentes de detección de spam, que hoy ya se utilizan en distintos mercados.

“Hoy el desafío no es solo identificar una llamada comercial, sino validar su origen, saber quién está realmente detrás de la comunicación y asegurar que los datos de las personas estén protegidos”, afirma. Porque no se trata de restringir todas las llamadas comerciales, hay que permitir que las personas reciban ofertas comerciales bajo un escenario seguro y controlado.