

SENADO

Analizan prohibición de llamadas publicitarias y relación con ley de Datos Personales

La norma iniciada en moción de la Cámara Baja, refunde dos boletines N° 15610 y N° 16041, ambos buscan velar por la privacidad de los usuarios haciendo identificable estas comunicaciones, así como las de cobranzas extrajudiciales.

Diario Concepción
contacto@diarioconcepcion.cl

A diario, miles de chilenas y chilenos reciben decenas de llamadas telefónicas y mensajes publicitarios en sus celulares. Las más variadas compañías de telecomunicaciones, retail, bancos y seguros invaden a los usuarios con ofertas no solicitadas.

Con el fin de poner fin a esta intrusión, se encuentra en la Comisión de Economía del Senado, el proyecto que prohíbe llamadas telefónicas publicitarias de proveedores sin consentimiento del consumidor. La norma en segundo trámite está siendo analizada en general.

La norma iniciada en moción de la Cámara Baja, refunde dos boletines N° 15610 y N° 16041, ambos buscan velar por la privacidad de los usuarios haciendo identificable estas comunicaciones, así como las de cobranzas extrajudiciales.

Según datos del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), las quejas provenientes de usuarios molestos, se ha multiplicado considerablemente en los últimos años. Así, de 2020 a 2023, se pasó de más de 84 mil solici-

tudes para ingresar a la plataforma "No Molestar" -por medio del cual, se obliga a las compañías a borrar contactos de su base de datos-, a más de un millón 200 mil.

Asimismo, desde agosto de 2025, las llamadas comerciales deben utilizar prefijos únicos: 600 para comunicaciones solicitadas y 809 para no solicitadas. Con ello, el usuario identifica de un vistazo qué tipo de llamada recibe y la autoridad puede fiscalizar con trazabilidad y el incumplimiento es denunciante ante la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel).

Chile promedia 28 llamadas no deseadas por persona al mes y un 71% de tasa de spam sobre llamadas desconocidas. De ese universo, un 46% corresponde a telemarketingo cobranzas y un 25% a fraude.

Proyecto

En lo fundamental, el proyecto agrega un nuevo derecho para los consumidores. Este apunta a "no recibir llamadas telefónicas o mensajería instantánea con objetivos publicitarios de proveedores a menos que exista

consentimiento expreso para aquello".

En línea con lo anterior, se determina que toda comunicación promocional o publicitaria realizada mediante llamados telefónicos o mensajería instantánea "deberá contar con el consentimiento previo, expreso y específico del destinatario". Esto se manifestará a través de una declaración escrita o de un medio electrónico equivalente. También por un acto afirmativo que dé cuenta, con claridad, de la voluntad del titular.

El incumplimiento de la mencionada norma se sancionará con una multa de hasta 1000 unidades tributarias mensuales.

A su vez, el consumidor puede revocar el consentimiento otorgado en cualquier momento y sin expresión de causa. Para ello, utilizará medios similares o equivalentes a los empleados para su otorgamiento o en una plataforma digital claramente visible en la página web del proveedor.

Las comunicaciones enviadas por escrito deberán indicar su materia o asunto. También, la identidad del remitente y una forma expedita en la

que el destinatario pueda solicitar la suspensión de estas. Una vez solicitada la suspensión, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido.

Debate

En la sesión del 20 de enero, el presidente de Cooperativas de Ahorro y Crédito Asociadas (COOPERA), Alex Figueroa hizo presente preocupaciones del gremio "Existe una particularidad de las cooperativas porque entregamos crédito a nuestros socios, por lo que no requieren de un consentimiento previo. En cuanto a publicidad ya se considera en la ley de Datos Personales -que rige en diciembre de este año- dicho consentimiento", explicó.

Por su parte, la presidenta de la Comisión Asesora Ministerial, para la implementación de la ley de Protección de Datos Personales, Romina Garrido aclaró que "con la entrada en vigor de esta ley en diciembre de este año, ya se permitirá que los afectados pidan ser retirados de la base de datos y si la empresa no responde a este requerimiento, la agencia respectiva la sancionará

(...) Esta ley no prohíbe el contacto. Avanzar en este proyecto creo que puede fragmentar la legislación, esperaríamos que la ley avance primero".

También aseguró que "este proyecto es bien intencionado y hace bien el diagnóstico, pero la solución es equivocada porque no impide el uso de datos ni ataca el incumplimiento deliberado, para ello se requiere trazabilidad, gestión pruebas y actualización de la información".

La representante de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), María José Rojas, en la misma línea, planteó que "el problema está en el diseño del proyecto, no queremos que haya leyes que operen en paralelo. Ahora creo que también hay que hacer la diferencia con las cobranzas extrajudiciales que se ha visto perjudicada con el uso de prefijo".

De vuelta del receso legislativo, la Comisión de Economía retomará la ronda de audiencias para tener mayores antecedentes antes de votar la idea de legislar.

OPINIONES

X @MediosUdeC
contacto@diarioconcepcion.cl

FOTO: SENADO

