

PREFIJOS: TRANSPARENCIA QUE FORTALECE EL COMERCIO

Señora directora:

La nueva obligación de identificar las llamadas comerciales mediante prefijos no es un obstáculo para las empresas, sino una oportunidad para fortalecer la confianza con sus clientes. Desde ahora, cada vez que suene el teléfono, el usuario podrá saber de antemano si se trata de una comunicación solicitada o de una llamada masiva. Esa

pequeña señal, tan simple como un par de números al inicio, es en realidad un acto de transparencia que protege al consumidor y, al mismo tiempo, distingue a las empresas responsables.

En un contexto donde la saturación de llamadas no deseadas ha desgastado la paciencia, esta medida ofrece algo fundamental: el derecho a elegir. Atender o no atender deja de ser un salto al vacío y pasa a ser una decisión informada. Lejos de prohibir la televenta o restringir el contacto con clientes, los prefijos abren un canal más claro, honesto y seguro para que las compañías puedan llegar a su público sin generar rechazo.

Para las empresas, identificarse correctamente no es una carga, sino una ventaja competitiva. Un prefijo visible es un sello de legitimidad: dice “somos quienes decimos ser” antes incluso de que alguien descuelgue el teléfono. Además, esta práctica ayuda a separar las comunicaciones formales de las prácticas abusivas o fraudulentas, algo que beneficia al conjunto del mercado.

Esta medida no frena la actividad comercial; la ordena. No limita la creatividad ni las oportunidades de negocio; las impulsa bajo un marco de respeto mutuo. La confianza es un activo frágil, pero invaluable. Y si bastan tres dígitos para protegerla y reforzarla, entonces estamos ante un cambio pequeño en la forma, pero enorme en sus efectos.

Luciano Ahumada

*Director de la Escuela de Informática y
Telecomunicaciones
Universidad Diego Portales*