



Nueva ley prohíbe las llamadas spam

Ley N° 32323



Conoce aquí los aspectos clave de la norma y nuestras recomendaciones para evitar infracciones.

Nueva Ley Antispam

Entrada en vigencia: 10 de mayo de 2025. Tener en cuenta que algunas disposiciones tendrán una aplicación progresiva.

Hoy se ha publicado la Ley N° 32323 que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante “el Código”). Esta Ley modifica el literal e) del artículo 58.1 del Código en relación con los métodos comerciales agresivos o engañosos referidos a las llamadas SPAM y servicios de Telemarketing para la oferta de bienes y servicios del proveedor al consumidor.

¿Qué implica esta modificación?



Queda expresamente prohibido el uso de llamadas (incluyendo sistemas automatizados), mensajes de texto o correos electrónicos masivos para promover productos y servicios, salvo que el consumidor haya otorgado un consentimiento **libre, previo, informado, expreso e inequívoco**.



Solo si el consumidor o usuario lo solicitan al proveedor, este último podrá ofrecer sus bienes o servicios o ponerse en contacto. Lo contrario implicaría una infracción catalogada como **“Muy Grave”** según la reciente modificación.



El consumidor, en caso brinde su consentimiento, tendrá el derecho de **revocarlo en cualquier momento y con efecto inmediato** sin necesidad de justificar su decisión. El impedir la revocatoria se considera también infracción **“Muy Grave”**.

El Estado emitirá **normativa complementaria** para:



- Asignación de numeración especial a proveedores.
- Métodos de seguridad para identificar llamadas y mensajes SPAM.
- Implementar técnicas de validación de remitentes en las redes de telecomunicaciones.

¿Qué ocurre con la figura del “Primer Contacto” del Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales?



En la práctica, **queda derogada la figura del “Primer Contacto”** que fue recogido por el nuevo Reglamento de la Ley de Protección de Datos Personales que permitía usar una base de datos existente para un primer contacto con los usuarios y solicitar el consentimiento.



Los proveedores no podrán usar la figura del primer contacto para comunicarse con los consumidores. El hacerlo constituirá una infracción al Código. La Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales, en opiniones anteriores, considera que la modificación a través de Ley al Código, impide que se ejecute la figura del primer contacto en nuestro mercado.



¿Cómo debemos proceder?
A continuación, **algunas recomendaciones:**

Recomendaciones para las organizaciones

- ✓ **Modificar procesos** de obtención de consentimiento, eliminar el primer contacto de los procesos de Marketing, prospección comercial y estrategias comerciales.
- ✓ **Revisar contratos** con los encargados del Tratamiento (Telemarketing) y dar instrucciones claras de prohibición.
- ✓ **En el caso de datos sensibles**, considerar las condiciones especiales contenidas en el artículo 8° del Reglamento de la LPDP.

Si tienes alguna consulta sobre el tema o necesitas asesoría, contacta a nuestros expertos:



Arturo Tello
atello@osterlingfirm.com



Ximena Souza Ferreira
xsouza@osterlingfirm.com



Fernando Allasi
fallasi@osterlingfirm.com



Diego Cervantes
dcervantes@osterlingfirm.com