

## PROYECTO DE LEY NO. 384 DE 2022 SENADO – 017 DE 2021 CÁMARA. “POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN MEDIDAS QUE PROTEJAN EL DERECHO A LA INTIMIDAD DE LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS”

Colcob, ha identificado desde un inicio las iniciativas legislativas que pueden afectar de forma directa o indirecta, positiva o negativamente al sector y por ende a los consumidores crediticios. Dentro de los proyectos de ley en seguimiento, inmediatamente se radicó, se iniciaron las actividades con el proyecto de ley de la referencia.

En el transcurso de su proceso legislativo, Colcob ha venido desarrollando diversas acciones que permitan salvaguardar y proteger el desarrollo de las actividades que conforman el sector de la cobranza, entre las cuales se encuentra la presentación de conceptos técnicos radicados al autor, a los ponentes de la iniciativa y a las comisiones primeras de senado y cámara.

Dentro de estos documentos se advirtió los efectos adversos y limitaciones excesivas que se podrían materializar con la aprobación del proyecto de ley, entre los cuales se resaltaron: **i)** Impacto laboral y económico del proyecto. **ii)** Consideraciones Constitucionales, normativas y de la función social bajo el interés común sobre el particular. **iii)** Se resalta el papel del crédito como motor de progreso. **iv)** Se resalta la inconveniencia y efecto directo en la gestión de la cobranza, **v)** Impacto negativo en el microcrédito y en el sector rural, entre otros aspectos que dificultarían la gestión y recuperación de cartera y el desarrollo de la industria en general, sin dejar de lado el fomento al hábito de no pago que finalmente afecta en mayor medida al consumidor crediticio y lleva al colapso del sistema judicial, al limitar el contacto preventivo y el ofrecimiento de alternativas.

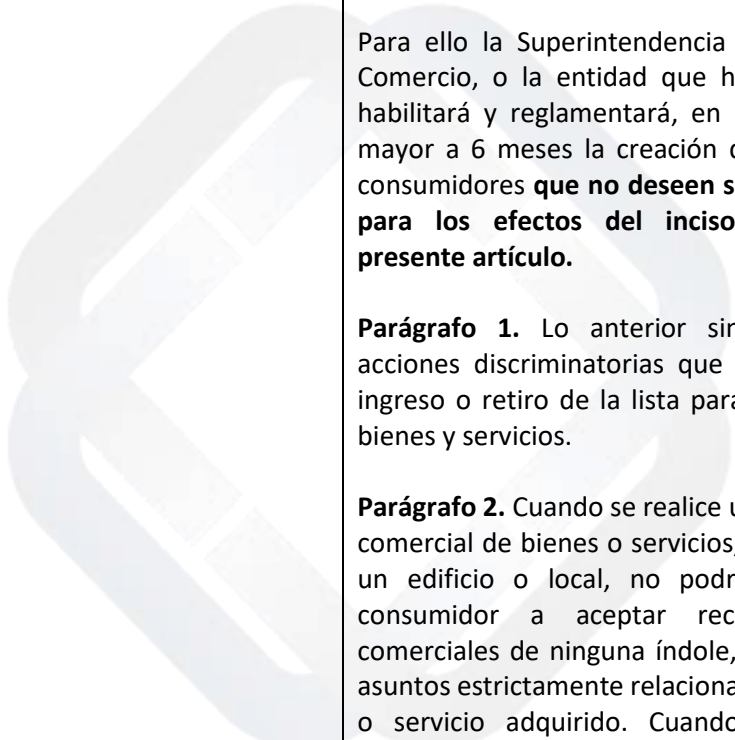
Adicionalmente COLCOB ha generado espacios de discusión con los ponentes y autores de la iniciativa legislativa, unidades de trabajo legislativo y otros congresistas, con la finalidad de poner sobre la mesa la realidad del ecosistema crediticio y BPO, su impacto social, los efectos negativos y económicos que generaría el proyecto bajo la mirada de quienes llevan su vocería.

Actualmente, el proyecto ha cursado 3 debates de 4, para convertirse en Ley y quedo para la próxima legislatura - 2023 su entrada a último debate en la plenaria de Senado. Se ha logrado la modulación y corrección de algunos aspectos de la iniciativa, sin embargo; Colcob sigue trabajando con el apoyo de sus asociados, entre otros, la Mesa Jurídica, y desde el conocimiento técnico y especializado que reúne el gremio, para re direccionar y salvaguardar al sector y su ecosistema que se ha caracterizado por velar por un trato digno y respetuoso a los usuarios.

A continuación, presentamos los cambios de la iniciativa en cuadro comparado desde su radicación, hasta el informe de ponencia que será puesto a consideración en la plenaria de Senado; es importante resaltar que el proyecto sigue siendo lesivo para el sector y continúan los esfuerzos de la asociación para lograr mitigar su impacto, por ello con \* algunas de las proposiciones que esperamos presentar en la plenaria y que confiamos sean aceptadas:

- En negrilla los últimos cambios generados al proyecto.
- \*Artículos en los que se les presentarán proposiciones sugeridas por Colcob.

TEXTO RADICADO	INFORME DE PONENCIA PARA ULTIMO DEBATE EN PLENARIA SENADO
<p><b>Artículo 1. Objeto.</b> La presente ley tiene por objeto proteger el derecho a la intimidad de los consumidores financieros, durante las horas inhábiles, los fines de semana y días festivos, restringiendo los contactos a través de mensajes de texto, mensajes de datos, llamadas telefónicas, correos electrónicos y similares, provenientes de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera.</p>	<p><b>Artículo 1. Objeto.</b> La presente ley tiene por objeto proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, por fuera de los horarios establecidos en la presente ley, limitando los contactos a través de mensajes de texto, mensajes de datos, llamadas telefónicas, correos electrónicos y similares, provenientes de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las entidades que adelanten gestiones de cobranzas de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación.</p> <p><b>Parágrafo.</b> Las disposiciones aquí señaladas serán aplicadas por todas las entidades y <b>personas naturales</b> que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por tercerización o por cesión de la obligación financiera o <b>crediticia</b>.</p>
<p><b>Artículo 2.</b> Las entidades vigiladas usarán para los contactos exclusivamente el canal suministrado al efecto por el consumidor financiero</p>	<p><b>Artículo 2. Canales autorizados.</b> Las entidades <b>vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las entidades y personas naturales</b> que ejerzan actividades de cobranza, sólo podrán contactar a los consumidores mediante los canales suministrados para tal efecto; los cuales deberán ser informados y socializados previamente con el <b>mismo</b>. *</p>
<p><b>Artículo 3.</b> En ningún caso, el consumidor financiero será contactado por más de dos canales durante una misma semana.</p> <p><b>Artículo 4.</b> En ningún caso, el consumidor financiero será contactado en más de una ocasión durante el mismo día.</p> <p><b>Artículo 6.</b> Las entidades vigiladas por la Superintendencia financiera deberán contactar al consumidor financiero únicamente los días hábiles, de lunes a viernes, de 8 am a 6 pm.</p>	<p><b>Artículo 3. Horarios y periodicidad.</b> Una vez establecido un contacto directo con el consumidor, este no podrá ser contactado por parte de gestores de cobranza mediante varios canales dentro de una misma semana ni en más de una ocasión durante el mismo día.</p> <p>Las prácticas de cobranza deberán realizarse de manera respetuosa y sin afectar la intimidad personal ni familiar del <b>consumidor</b>, dentro del horario de lunes a viernes y de 7:00 am a 7:00 pm, y sábados de 8:00 am a 3:00 pm, excluyendo cualquier tipo de contacto con el consumidor los domingos y días festivos. *</p>
<p><b>Artículo 5.</b> En ningún caso, las entidades vigiladas por la Superintendencia financiera podrán</p>	<p><b>Artículo 4.</b> En ningún caso, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y <b>todas las entidades que adelanten gestiones</b></p>

<p>contactar a las referencias, avalista, codeudor y deudor solidario hasta pasados 30 días hábiles desde entrada de la obligación en mora, y el contacto se hará en las mismas condiciones que establece la presente ley</p>	<p><b>de cobranza de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación incluyendo a las personas naturales;</b> podrán contactar a las referencias personales o de otra índole. Al avalista, codeudor o deudor solidario se le contactará en la misma condición que establece la presente Ley.</p>
	<p><b>Artículo 5.</b> Lo dispuesto en la presente ley se aplicará en los mismos términos a las relaciones comerciales entre los productores y proveedores de bienes y servicios y el consumidor comercial.</p> <p>Para ello la Superintendencia de Industria y Comercio, o la entidad que haga sus veces, habilitará y reglamentará, en un término no mayor a 6 meses la creación de una lista de consumidores <b>que no deseen ser contactados para los efectos del inciso primero del presente artículo.</b></p> <p><b>Parágrafo 1.</b> Lo anterior sin perjuicio de acciones discriminatorias que condicionen el ingreso o retiro de la lista para acceder a los bienes y servicios.</p> <p><b>Parágrafo 2.</b> Cuando se realice una transacción comercial de bienes o servicios, o se ingrese a un edificio o local, no podrá obligarse al consumidor a aceptar recibir mensajes comerciales de ninguna índole, salvo aquellos asuntos estrictamente relacionados con el bien o servicio adquirido. Cuando se trate de promociones para alimentar bases de datos, el consumidor deberá saberlo y aceptarlo de manera explícita. El emisor del mensaje deberá habilitar y disponer de un mecanismo ágil, sencillo y eficiente para cancelar en cualquier momento la recepción de mensajes y correos.*</p>
<p><b>Artículo 7.</b> Las entidades vigiladas por la Superintendencia financiera deberán abstenerse, salvo autorización escrita, de hacer visitas al domicilio o al lugar de trabajo del consumidor financiero.</p>	<p><b>Artículo 6.</b> No se podrán adelantar gestiones de cobranza mediante visitas al domicilio o lugar de trabajo del consumidor financiero o de servicios.</p> <p><b>Parágrafo.</b> Lo previsto en el presente artículo, no será aplicable cuando se trate de las obligaciones adquiridas a través de</p>

	microcréditos, crédito de fomento, desarrollo agropecuario o rural, siempre y cuando exista autorización expresa del consumidor.
<b>Artículo 8.</b> Las entidades vigiladas por la Superintendencia financiera deberán abstenerse de consultar al consumidor financiero el motivo del incumplimiento de la obligación.	<b>Artículo 7.</b> En la gestión de cobro se podrá consultar al consumidor crediticio en mora sobre su situación financiera vigente objeto del incumplimiento de la obligación únicamente para efectos de ofrecimiento de alternativas de solución a su dificultad de pago.
<b>Artículo 9.</b> Se exceptúan de las medidas anteriores los contactos que tengan como finalidad generar alertas sobre transacciones fraudulentas, inusuales o sospechosas.	<b>Artículo 8.</b> Se exceptúan de las medidas anteriores los contactos que tengan como finalidad informar al consumidor sobre confirmación oportuna de las operaciones monetarias realizadas, sobre ahorros voluntarios y cesantías, enviar información solicitada por el consumidor o generar alertas sobre transacciones fraudulentas, inusuales o sospechosas.
<b>Artículo 10.</b> El incumplimiento de las medidas de protección de que trata la presente ley, se considerará práctica abusiva en los términos del artículo 12 de la Ley 1328 de 2009, y se sancionará conforme al Capítulo VIII del Título I de la misma y sus normas complementarias.	<b>Artículo 9.</b> El incumplimiento de las medidas de protección de que trata la presente ley, se considerará práctica abusiva en los términos del artículo 12 de la Ley 1328 de 2009, y una violación directa de las normas sobre protección a los consumidores en los términos del artículo 56 de la Ley 1480 de 2011 y se sancionará conforme a la normatividad correspondiente.
<b>Artículo 11.</b> Vigencia. La presente Ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.	<b>Artículo 10.</b> Vigencia. La presente Ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.*

➤ \* Artículos en los que se les presentaran proposiciones sugeridas por COLCOB.

<b>PROPOSICIONES QUE SE BUSCARÁN SOMETER A DISCUSIÓN.</b>
<b>Artículo 3. Horarios y periodicidad.</b> Una vez establecido un contacto directo con el consumidor, este no podrá ser contactado <del>por parte de gestores de cobranza</del> mediante varios canales dentro de una misma semana ni en más de una ocasión durante el mismo día, <b>salvo que el consumidor se encuentre en mora o se haya acordado algo diferente.</b>
<b>Artículo 5.</b> Lo dispuesto en la presente ley se aplicará en los mismos términos a las relaciones comerciales entre los productores y proveedores de bienes y servicios y el consumidor comercial.  Para ello la Superintendencia de Industria y Comercio, o la entidad que haga sus veces, <del>habilitará y reglamentará,</del> en un término no mayor a 6 meses, <b>reglamentarán lo</b>

**concerniente a las listas de consumidores para cada tipo de establecimiento.** ~~la creación de una lista de consumidores que no deseen ser contactados para los efectos del inciso primero del presente artículo.~~

**Parágrafo 1.** ~~Lo anterior sin perjuicio de acciones discriminatorias que condicionen el ingreso o retiro de la lista para acceder a los bienes y servicios.~~

**Parágrafo 2.** Cuando se realice una transacción comercial de bienes o servicios, o se ingrese a un edificio o local, no podrá obligarse al consumidor a aceptar recibir mensajes comerciales de ninguna índole, salvo aquellos asuntos estrictamente relacionados con el bien o servicio adquirido. Cuando se trate de promociones para alimentar bases de datos, **la información recaudada en cualquier base de datos vaya a ser utilizada para remitir información sobre productos o servicios,** el consumidor deberá saberlo y aceptarlo de manera explícita, **y no será obligatorio.**

El emisor del mensaje deberá habilitar y disponer de un mecanismo ágil, sencillo y eficiente para cancelar en cualquier momento la recepción de mensajes y correos. **Se exceptúa de esta medida aquellos consumidores que tengan una obligación crediticia vigente o en mora.**

**Artículo 10. Vigencia.** La presente Ley **entrará en vigencia en el plazo que establezcan los reguladores que vigilan a las organizaciones sujetas a esta regulación después** de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.