Bogotá D.C., 11 de mayo de 2023

Presidente

**DAVID RICARDO RACERO MAYORCA**

**Cámara de Representantes**

Congreso de la República

Bogotá D.C.

Presidente

**ROY LEONARDO BARRERAS MONTEALEGRE**

**Senado de la República**

Congreso de la República

Bogotá D.C.

**Asunto: Informe de Conciliación del Proyecto de Ley No. 017 de 2021 Cámara – 384 de 2022 Senado *“Por medio de la cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores”.***

Respetados Presidentes.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 186 de la Ley 5 de 1992 y 161 de la Constitución Política, el cual preceptúa *“Cuando surgieren discrepancias en las Cámaras respecto de un proyecto, ambas integrarán comisiones de conciliadores conformadas por un mismo número de Senadores y Representantes, quienes, reunidos conjuntamente, procurarán conciliar los textos, y en caso de no ser posible, definirán por mayoría”*; los integrantes de la Comisión de Conciliación, procedemos a realizar el estudio comparativo de los textos aprobados en la Plenaria de la Honorable Cámara de Representantes y del Honorable Senado de la República del Proyecto de Ley No. 017 de 2021 Cámara – 384 de 2022 Senado *“Por medio de la cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores”,* con el fin de dar cumplimiento a la designación realizada por las Mesas Directivas de ambas corporaciones.

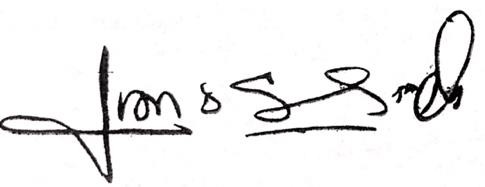
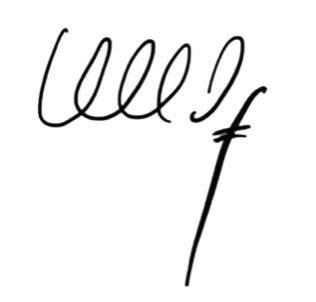
De dicha revisión, se encontraron diferencias entre los textos que fueron aprobados en cada una de las Cámaras, por lo que, una vez analizados ambos textos, decidimos acoger el texto que relacionamos en la siguiente tabla comparativa con el fin de superar las discrepancias que se presentaron.

**CONCILIACIÓN DE LOS TEXTOS APROBADOS EN PLENARIA DE CÁMARA DE REPRESENTANTES Y SENADO DE LA REPÚBLICA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TEXTO DEFINITIVO PLENARIA CÁMARA** | **TEXTO DEFINITIVO PLENARIA SENADO** | **TEXTO QUE SE ACOGE** |
| “Por medio del cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores financieros”. | “Por medio del cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores” | SENADO |
| **Artículo 1. Objeto.** 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 y todas las entidades que adelanten gestiones de cobranzas de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación.  **Parágrafo.** Las disposiciones aquí señaladas serán aplicadas por todas las entidades que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por tercerización o por cesión de la obligación financiera. | **Artículo 1. Objeto.** La presente ley tiene por objeto proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, estableciendo los canales, el horario y la periodicidad en la que estos pueden ser contactados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranzas de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación.  **Parágrafo.** Las disposiciones aquí señaladas serán aplicadas por todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por tercerización o por cesión de la obligación financiera o crediticia. | SENADO |
| **Artículo 2. Canales autorizados.** Las entidades que ejerzan actividades de cobranza sólo podrán contactar a los consumidores financieros mediante los canales suministrados para tal efecto; los cuales deberán ser informados y socializados previamente con el consumidor financiero. | **Artículo 2. Canales autorizados.** Las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades de cobranza sólo podrán contactar a los consumidores mediante los canales que estos autoricen para tal efecto; los cuales deberán ser informados y socializados previamente por parte de las entidades de cobranza[[1]](#footnote-1) con el fin de que los consumidores elijan cuáles autoriza. | SENADO |
| **Artículo 3. Horarios y periodicidad.** Los consumidores financieros no podrán ser contactados por parte de gestores de cobranza mediante varios canales dentro de una misma semana ni en más de una ocasión durante el mismo día.  Los gestores de cobranza deberán realizar sus prácticas de manera respetuosa y sin afectar la intimidad personal ni familiar del deudor, dentro del horario laboral estándar, esto es, de lunes a viernes y de 8:00 am a 6:00 pm, excluyendo cualquier tipo de contacto con el consumidor los fines de semana y días festivos. | **Artículo 3. Horarios y periodicidad.** 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.  Las prácticas de cobranza deberán realizarse de manera respetuosa y sin afectar la intimidad personal ni familiar del consumidor, 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.  **Parágrafo.** En caso de que el consumidor requiera ser contactado en horarios distintos a los establecidos en el presente artículo, deberá manifestarlo expresamente a través de un instrumento distinto al contrato o acto que rige la relación jurídica entre el consumidor y el gestor de cobranza y posterior a la suscripción del mismo. | SENADO |
| **Artículo 4.** En ningún caso, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera 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. | **Artículo 4.** En ningún caso, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las entidades que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación incluyendo a las personas naturales; 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. | SENADO |
| **Artículo 5.** Lo dispuesto en la presente ley se aplicará en los mismos términos a las relaciones comerciales entre los productores y/o proveedores de bienes y servicios que estén vigilados por una Superintendencia o sus intermediarios y el consumidor comercial.  **Parágrafo.** El emisor del mensaje deberá habilitar y disponer de un canal para que el consumidor pueda cancelar en cualquier momento la recepción de estos mensajes o correos. | **Artículo 5.** 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 privados o públicos y el consumidor comercial frente al envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario.  El Gobierno Nacional a través del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones coordinará con la Comisión de Regulación de Comunicaciones la implementación de las medidas técnicas necesarias para adaptar el Registro de Números Excluidos conforme lo establecido en la presente ley con un plazo de seis meses.  **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, 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, siempre y cuando no exista el deber contractual de permanecer en la respectiva base de datos de cobro.  **Parágrafo 3.** En todo caso el envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y que realicen llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario, solo podrán hacerlo por dentro de los horarios establecidos en el artículo 3. | SENADO |
| **Artículo 6.** Las entidades vigiladas por la Superintendencia financiera no podrán hacer visitas al domicilio o al lugar de trabajo del consumidor financiero. | **Artículo 6.** Las personas naturales y jurídicas se abstendrán de adelantar gestiones de cobranza mediante visitas al domicilio o lugar de trabajo del consumidor financiero o de servicios.  **Parágrafo 1.** Lo previsto en el presente artículo, no será aplicable cuando se trate de las obligaciones adquiridas a través de microcréditos, crédito de fomento, desarrollo agropecuario o rural, siempre y cuando exista autorización expresa del consumidor.  **Parágrafo 2.** Lo previsto en el presente artículo, no será aplicable cuando las personas naturales y jurídicas gestoras de cobranza, no cuenten con información actualizada de los canales autorizados y que los operadores de telefonía y empresas de mensajería física o electrónica reporten imposibilidad de contactar o entregar los mensajes al consumidor destinatario, todo lo cual deberá constar en el registro respectivo. | SENADO |
| **Artículo 7.** Las entidades que adelanten gestiones de cobranza deberán abstenerse de consultar al consumidor financiero el motivo del incumplimiento de la obligación.  **Parágrafo.** Lo dispuesto en este artículo no obsta para que se consulten al deudor alternativas de pago que sean acordes con su situación financiera. | **Artículo 7.** 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, en los términos establecidos en la Ley 1266 de 2008 y las disposiciones que la modifiquen y/o reglamenten. | CÁMARA |
| **Artículo 8.** 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. | **Artículo 8.** 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. | SIN DISCREPANCIA |
| **Artículo 9.** 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. | **Artículo 9.** El incumplimiento de las medidas de protección de que trata la presente ley, se sancionará por la Superintendencia Financiera de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio, de acuerdo con el marco de competencias previsto en la Ley Estatutaria 1266 de 2008 o las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan. | SENADO |
| **Artículo 10.** Vigencia. La presente Ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias. | **Artículo 10. Vigencia.** La presente Ley entrará en vigor en un plazo de 3 meses contados a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias. | SENADO |

**PROPOSICIÓN**

En virtud de las consideraciones anteriormente expuestas, los suscritos conciliadores solicitamos a las Plenarias del Honorable Congreso de la República aprobar el texto conciliado al Proyecto de Ley No. 017 de 2021 Cámara – 384 de 2022 Senado *“Por medio de la cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores”,* según el texto propuesto.

De los Honorables Congresistas,

**JUAN CARLOS WILLS OSPINA ALFREDO DELUQUE ZULETA**

Representante a la Cámara Senador de la República

**TEXTO CONCILIADO DEL PROYECTO DE LEY No. 017 DE 2021 CÁMARA – 384 DE 2022 SENADO *“POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN MEDIDAS QUE PROTEJAN EL DERECHO A LA INTIMIDAD DE LOS CONSUMIDORES”***

**EL CONGRESO DE COLOMBIA**

**DECRETA**

**Artículo 1. Objeto.** La presente ley tiene por objeto proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, estableciendo los canales, el horario y la periodicidad en la que estos pueden ser contactados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranzas de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación.

**Parágrafo.** Las disposiciones aquí señaladas serán aplicadas por todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por tercerización o por cesión de la obligación financiera o crediticia.

**Artículo 2. Canales autorizados.** Las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades de cobranza sólo podrán contactar a los consumidores mediante los canales que estos autoricen para tal efecto; los cuales deberán ser informados y socializados previamente por parte de las entidades de cobranza con el fin de que los consumidores elijan cuáles autoriza.

**Artículo 3. Horarios y periodicidad.** 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.

Las prácticas de cobranza deberán realizarse de manera respetuosa y sin afectar la intimidad personal ni familiar del consumidor, 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.

**Parágrafo.** En caso de que el consumidor requiera ser contactado en horarios distintos a los establecidos en el presente artículo, deberá manifestarlo expresamente a través de un instrumento distinto al contrato o acto que rige la relación jurídica entre el consumidor y el gestor de cobranza y posterior a la suscripción del mismo.

**Artículo 4.** En ningún caso, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las entidades que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación incluyendo a las personas naturales; 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.

**Artículo 5.** 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 privados o públicos y el consumidor comercial frente al envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario.

El Gobierno Nacional a través del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones coordinará con la Comisión de Regulación de Comunicaciones la implementación de las medidas técnicas necesarias para adaptar el Registro de Números Excluidos conforme lo establecido en la presente ley con un plazo de seis meses.

**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, 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, siempre y cuando no exista el deber contractual de permanecer en la respectiva base de datos de cobro.

**Parágrafo 3.** En todo caso el envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y que realicen llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario, solo podrán hacerlo por dentro de los horarios establecidos en el artículo 3.

**Artículo 6.** Las personas naturales y jurídicas se abstendrán de adelantar gestiones de cobranza mediante visitas al domicilio o lugar de trabajo del consumidor financiero o de servicios.

**Parágrafo 1.** Lo previsto en el presente artículo, no será aplicable cuando se trate de las obligaciones adquiridas a través de microcréditos, crédito de fomento, desarrollo agropecuario o rural, siempre y cuando exista autorización expresa del consumidor.

**Parágrafo 2.** Lo previsto en el presente artículo, no será aplicable cuando las personas naturales y jurídicas gestoras de cobranza, no cuenten con información actualizada de los canales autorizados y que los operadores de telefonía y empresas de mensajería física o electrónica reporten imposibilidad de contactar o entregar los mensajes al consumidor destinatario, todo lo cual deberá constar en el registro respectivo.

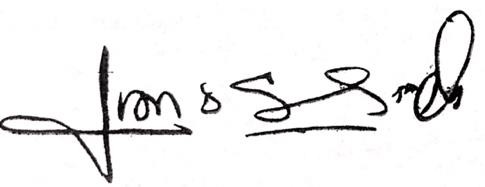
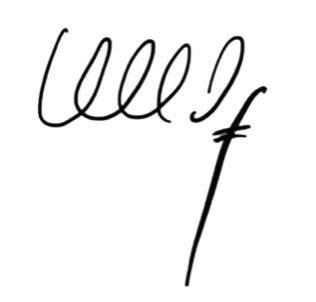
**Artículo 7.** Las entidades que adelanten gestiones de cobranza deberán abstenerse de consultar al consumidor financiero el motivo del incumplimiento de la obligación.

**Parágrafo.** Lo dispuesto en este artículo no obsta para que se consulten al deudor alternativas de pago que sean acordes con su situación financiera.

**Artículo 8.** 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.

**Artículo 9.** El incumplimiento de las medidas de protección de que trata la presente ley, se sancionará por la Superintendencia Financiera de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio, de acuerdo con el marco de competencias previsto en la Ley Estatutaria 1266 de 2008 o las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan.

**Artículo 10. Vigencia.** La presente Ley entrará en vigor en un plazo de 3 meses contados a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

De los Honorables Congresistas,

**JUAN CARLOS WILLS OSPINA ALFREDO DELUQUE ZULETA**

Representante a la Cámara Senador de la República

1. El objetivo de este artículo es restringir los canales de comunicación a través de los cuales se contactará a los consumidores para ejercer actividades de cobranza, y, en virtud de lo dispuesto en el artículo 5 para el ejercicio publicitario o comercial, exclusivamente a aquellos canales que el consumidor autorice. En ese sentido, ha de entenderse que la obligación de informar y socializar a los consumidores las alternativas de canales para que éste autorice por medio de cuál desea ser contactado, radica en todas las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia y personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades de cobranza, así como en los productores o proveedores de bienes y servicios conforme lo dispuesto en el artículo 5. [↑](#footnote-ref-1)