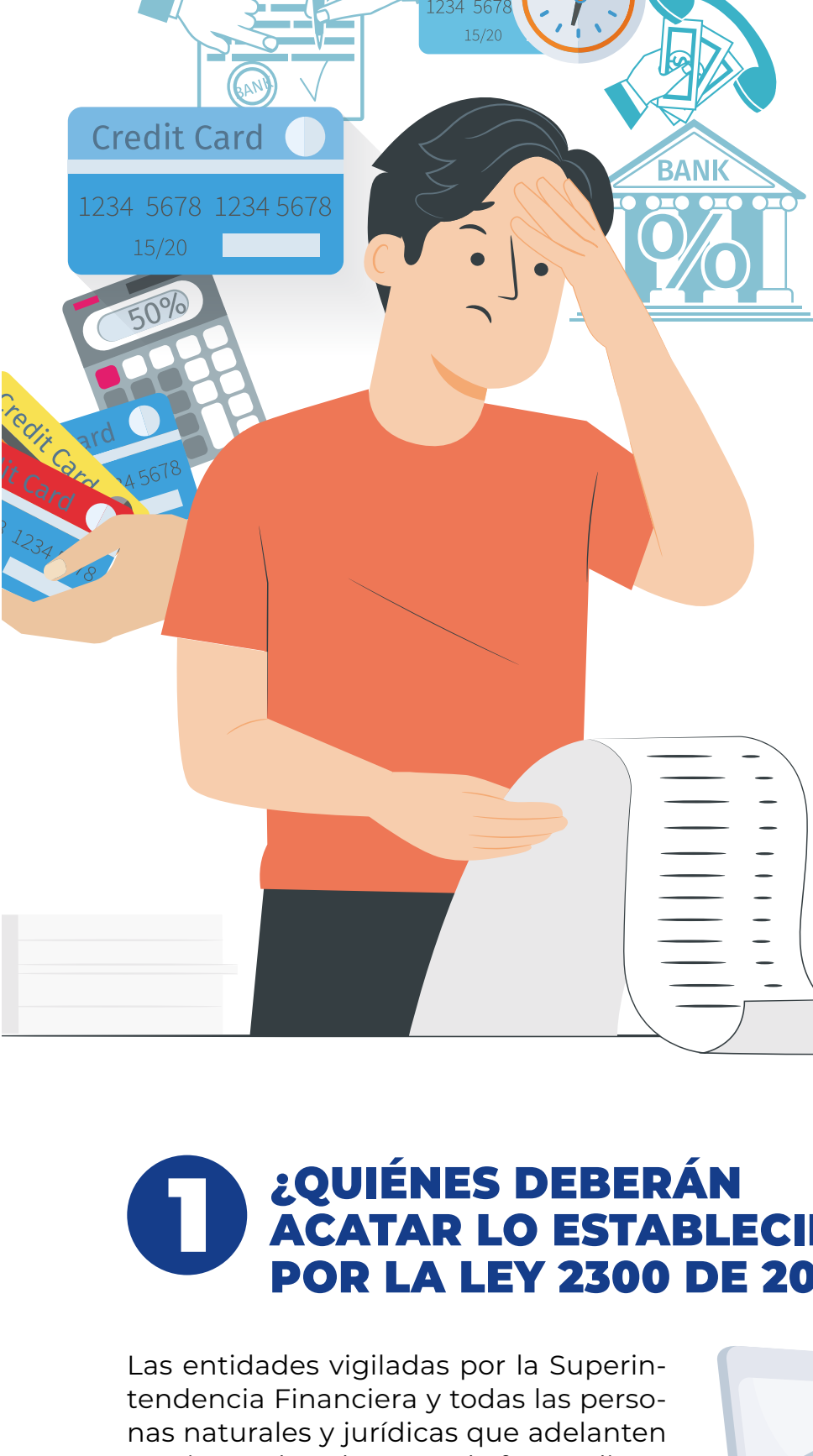


MEDIDAS PARA LA GESTIÓN DE COBRANZA Y EL ENVÍO DE MENSAJES PUBLICITARIOS



Construyendo MÁS+

-Ley 2300 de 2023-



Con el objetivo de proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, la Ley 2300 de 2023 definió los canales, el horario y la periodicidad en los que estos pueden ser contactados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, tercerizada o mediante cesión de la obligación.

Lo dispuesto en la 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 continuación, se presentan los principales aspectos abordados por la ley.

1 ¿QUIÉNES DEBERÁN ACATAR LO ESTABLECIDO POR LA LEY 2300 DE 2023?

Las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranza de forma directa, por medio de terceros o por cesión de la obligación (financiera o crediticia).

Además, los productores y proveedores de bienes y servicios, tanto del sector público como privado, deberán aplicar lo establecido en la Ley 2300 de 2023 en relación al envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería POI- aplicaciones o web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario.



2 CANALES AUTORIZADOS PARA CONTACTAR A LOS CONSUMIDORES

Las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranza y los productores y proveedores de bienes y servicios que pretendan enviar mensaje publicitarios, solo podrán contactar a los consumidores a través de los canales que estos autoricen, para lo cual, deberán informar y socializarse aquellos canales habilitados para que sean estos quienes definan los medios de contacto.



3 HORARIOS PARA ADELANTAR LAS PRÁCTICAS DE COBRANZA Y EL ENVÍO DE MENSAJES PUBLICITARIOS

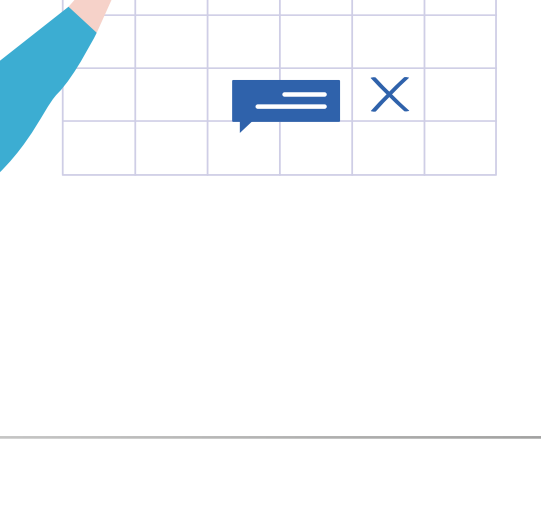


Las prácticas de cobranza y el envío de mensajes publicitarios deberán realizarse dentro del horario de lunes a viernes de 7:00 am a 7:00 pm, y los sábados de 8:00 am a 3:00 pm. No será posible contactar a los consumidores los domingos y días festivos.

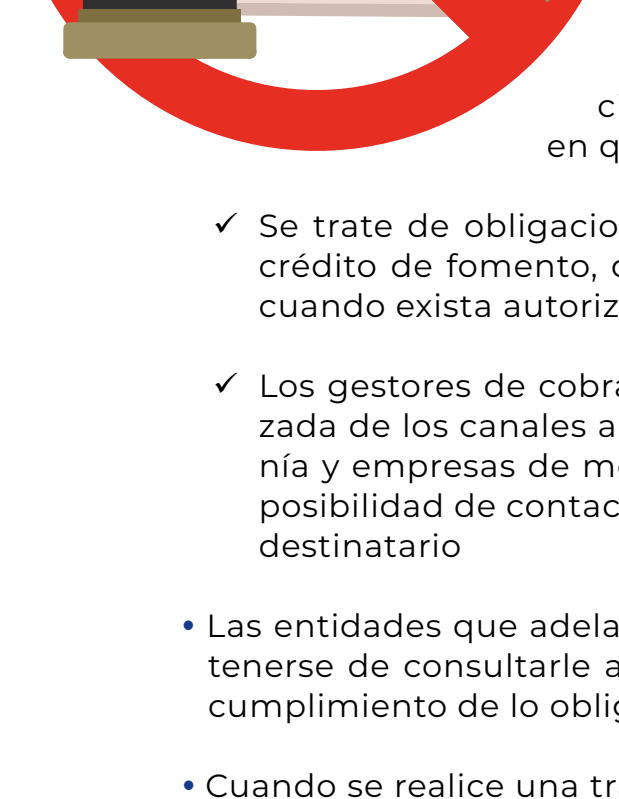
Respecto a la práctica de cobranza, en caso de que el consumidor requiera ser contactado en horarios distintos a los definidos, deberá manifestarlo expresamente a través de un instrumento distinto al contrato o acto que rige la relación jurídica con el gestor de cobranza.

4 PERIODICIDAD PARA ADELANTAR LAS PRÁCTICAS DE COBRANZA Y ENVÍO DE MENSAJES PUBLICITARIOS

Una vez establecido un contacto directo con el consumidor, este no podrá ser contactado mediante varios canales dentro de una misma semana ni en más de una ocasión durante el mismo día.



5 PROHIBICIONES RESPECTO A LAS PRÁCTICAS DE COBRANZA Y EL ENVÍO DE MENSAJES PUBLICITARIOS



• En ningún caso, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y las entidades que adelanten gestiones de cobranza podrán contactar a las referencias personales o de otra índole de los consumidores. Por su parte, el avalista, codeudor o deudor solidario deberá ser contactado en la misma condición establecidas para los consumidores.

• Las personas naturales y jurídicas se abstendrán de adelantar gestiones de cobranza mediante visitas domiciliarias o lugar de trabajo del consumidor financiero o de servicios, salvo en aquellos casos en que:

- ✓ Se trate de obligaciones adquiridas a través de microcréditos, crédito de fomento, desarrollo agropecuario o rural, siempre y cuando exista autorización expresa del consumidor.
 - ✓ Los gestores de cobranza no cuenten con información actualizada de los canales autorizados y que los operadores de telefonía y empresas de mensajería físico o electrónico reporten imposibilidad de contactar o entregar los mensajes al consumidor destinatario
- Las entidades que adelanten gestiones de cobranza deberán abstenerse de consultarle el motivo del incumplimiento de su obligación
- Cuando se realice una transacción comercial de bienes o servicios, o se presente el ingreso a un edificio o local, no podrá obligarse al consumidor a aceptar recibir mensajes comerciales de ninguna índole, salvo cuando estos estén relacionados con los bienes o servicios adquiridos. En todo caso, el emisor del mensaje deberá habilitar y disponer de un mecanismo 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.

6 REGISTRO DE NÚMEROS EXCLUIDOS

El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en un plazo de seis (6) meses, deberá coordinar con la Comisión de Regulación de Comunicaciones la implementación de las medidas técnicas necesarias para adaptar el Registro de Números Excluidos¹ conforme lo establecido por la Ley 2300 de 2023.



7 EXCEPCIONES



Se exceptúan de las medidas definidas por la Ley 2300 de 2023 los contactos que tengan como finalidad informar al consumidor sobre confirmación oportuna de las operaciones monetarias realizadas, sobre ahorros voluntarios y cesantías, enviar información solicitado por el consumidor o generar alertas sobre transacciones fraudulentas, inusuales o sospechosas.

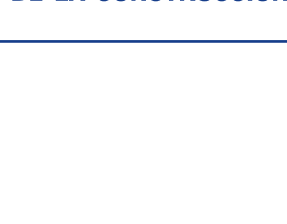
8 SANCIONES

El incumplimiento de las medidas de protección definidas por la Ley 2300 de 2023, darán lugar a sanciones impuestas por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio.



9 VIGENCIA DE LAS MEDIDAS

Las medidas adoptadas por la Ley 2300 de 2023 serán de obligatorio cumplimiento a partir del 10 de octubre de 2023.



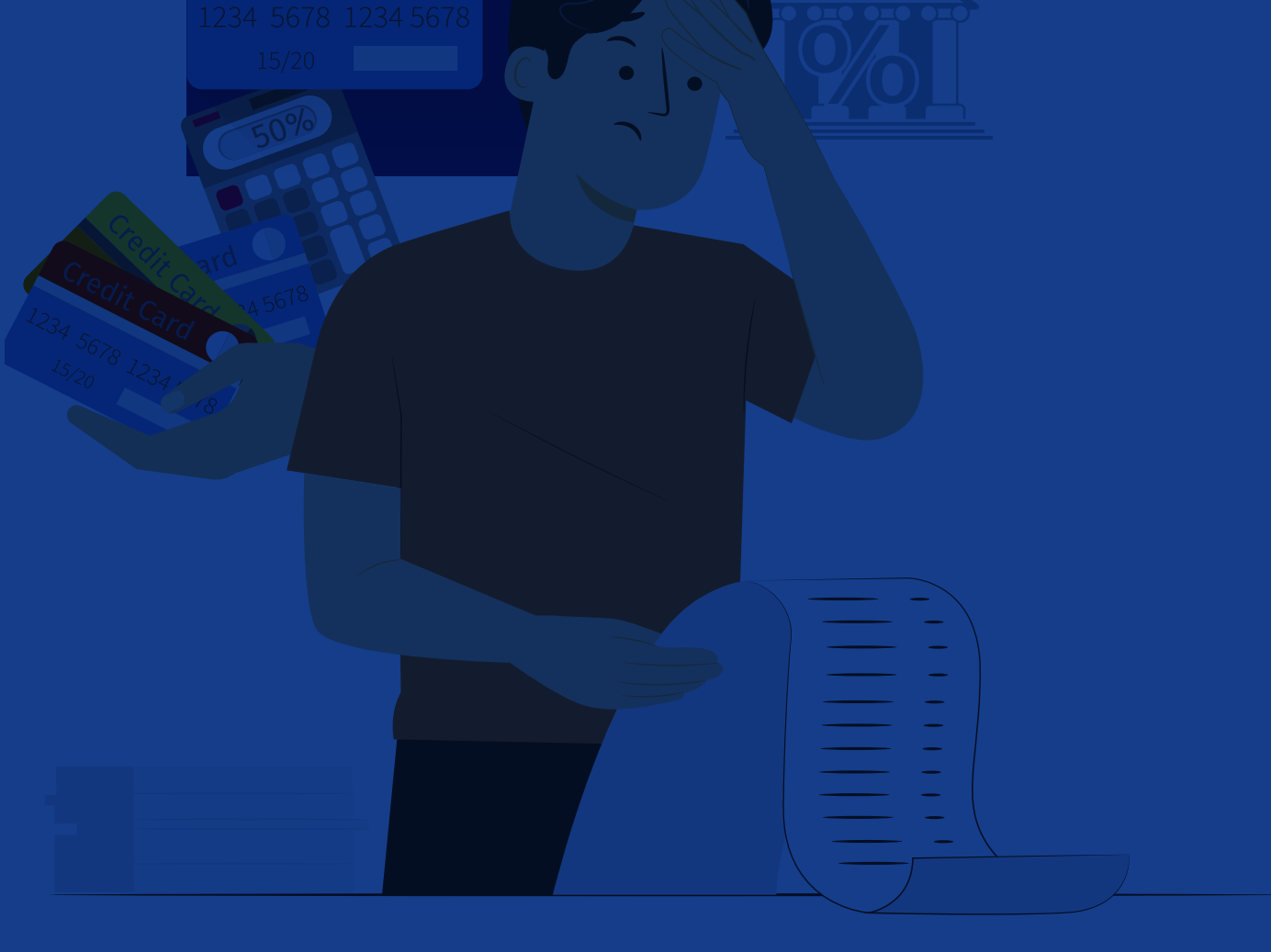
CAMACOL
CÁMARA COLOMBIANA
DE LA CONSTRUCCIÓN

Presidente Ejecutivo:
Guillermo Herrera Castaño

Directora Jurídica
Natalia Robayo Bautista

Coordinación de Estudios Jurídicos:
Camillo Daza Vega

Diseño y diagramación:
Carlos A. Gómez R.



Construyendo MÁS+