

## LEY 2300 DE 2023 – LEY DEJEN DE FREGAR

Teniendo en cuenta que algunas personas dedicadas a la cobranza realizaban llamadas a los deudores en horas no laborales, varios usuarios se quejaban por recibir dichas llamadas en las madrugadas, altas horas de la noche, incluso los domingos y días festivos, afectando así el derecho fundamental a la intimidad.

En virtud de lo anterior y con el ánimo de frenar los anteriores abusos, en la Cámara de Representantes fue radicado un proyecto de Ley que buscaba:

*“Implementar mecanismos eficaces para la protección del derecho fundamental a la intimidad de los usuarios del sector financiero, durante los lapsos en que están suspendidas las actividades productivas, como las horas inhábiles, los fines de semana y los días festivos, buscando proteger el ámbito privado del individuo y su familia, de la injerencia externa e invasiva, durante las horas reservadas a la intimidad individual y familiar, particularmente de la actividad de los acreedores financieros, casas de cobranza, agencias externas, que alteran e interfieren el ejercicio de ese derecho a través de mecanismos como llamadas, mensajes de texto, mensajes de datos, correos electrónicos y similares.”*

Dicho proyecto de ley recibió el nombre de la “Ley dejen de fregar” y terminó con la expedición de la Ley 2300 de 2023 publicada en el Diario Oficial No. 52452 del 10 de Julio de 2023, la cual 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. Igualmente, esta ley dispuso que se aplicaría a todas 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 web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario.

### **¿Cuál es el ámbito de aplicación de la Ley?**

El párrafo del artículo primero de esta ley señala de forma general los sujetos a los cuales les resulta aplicable la misma, como se enuncia a continuación:

*“Artículo 1. (...) 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.”*

A su vez, el artículo 5º de esta Ley dispone:

*“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 web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario”.*

A pesar de que el objeto establece que los sujetos obligados serían “las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las personas naturales y jurídicas que adelanten gestiones de cobranzas”, el artículo 5 de la Ley extendió su ámbito de aplicación 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”.

En ese sentido, quienes sean entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, ejerzan actividades de cobranza frente a **consumidores**, envíen a consumidores mensajes publicitarios a través de Mensajes Cortos de Texto (SMS), mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos, y hagan llamadas a consumidores de carácter comercial o publicitario, deberán acatar las restricciones impuestas por la ley

### **Relaciones de consumo:**

Resulta importante resaltar que el ámbito de aplicación de esta ley debe ser examinado bajo la óptica de las relaciones de consumo, pues es a éstas a las que se circunscribe la aplicación de las restricciones que contiene la Ley 2300 de 2023.

La norma es enfática en establecer que sus disposiciones serán aplicables en lo que respecta a consumidores y al contacto que entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, quienes ejercen actividades de cobranza, y productores y proveedores de bienes o servicios, puedan tener con estos.

En ese sentido, conforme a una interpretación exegética de la ley, según la cual se interpreta la norma jurídica considerando exclusivamente el sentido literal y gramatical de las palabras, el ámbito de aplicación de la Ley 2300 de 2023 se reduce a las relaciones entre entidades vigiladas de la Superintendencia Financiera con **consumidores financieros**, es decir *“todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas”*<sup>1</sup> y entre quienes ejercen actividades de cobranza con los **consumidores** definidos de conformidad con la Ley 1480 de 2011 *“Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”*, que *“regula los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente”*, y es aplicable *“en general a las relaciones de consumo y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial”*, según la cual **es consumidor “toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario”**.

Por lo anterior, en nuestro entender, la Ley 2300 de 2023 únicamente es de obligatorio cumplimiento para los sujetos obligados en la medida en que medien relaciones de consumo de carácter financieras, o en los términos de la Ley 1480 de 2011, es decir, relaciones para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial, cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica, de un consumidor.

---

<sup>1</sup> Ley 1328 de 2009

Igual apreciación aplica a lo establecido en el artículo 5 de la Ley 2300 de 2023, en la medida en que regula el envío por parte de productores o proveedores de bienes o servicios, de mensajes publicitarios a través de SMS, mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y llamadas telefónicas (comerciales y publicitarias) dirigidos a consumidores, por lo que es necesario traer a colación las disposiciones de la Ley 1480 de 2011, que regula las relaciones en las que actúa un consumidor.

Así las cosas, cuando exista de por medio una relación de consumo, el proveedor del bien o servicio deberá tener en cuenta lo dispuesto en los parágrafos 2 y 3 del artículo 5 de la ley, que dispone:

***“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.***”(…) (Subrayado y con negrilla fuera de texto)

### **Restricciones:**

Bajo este escenario, entramos entonces en detalle sobre las restricciones que se imponen con la entrada en vigencia de la ley *dejen de fregar*:

#### **➤ Horario y periodicidad:**

La ley 2300 de 2023, cumpliendo su finalidad de establecer límites al contacto con el cliente, estableció los horarios y la periodicidad en el cual puede llevarse a cabo este contacto así:

***“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.***”(Subrayado y negrillas fuera de texto.)

De conformidad con lo dispuesto en esta norma, se extraen 4 límites concretos que pasamos a explicar:

**a. Horario:**

Las prácticas de cobranza y los mensajes o contactos que se dan en el marco de las relaciones comerciales, solo podrán 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, excluyendo cualquier tipo de contacto con el consumidor los domingos y días festivos.

**b. Periodicidad:**

El usuario no podrá ser contactado en más de una ocasión durante el mismo día. Adicionalmente, esta Ley dispone que al momento de establecer contacto con fines de cobranza, no se podrá indagar al usuario el motivo del incumplimiento de su obligación. (Art. 7 Ley 2300 de 2023)

**c. Multiplicidad de canales de contacto:**

El usuario no podrá ser contactado por parte de gestores de cobranza mediante varios canales dentro de una misma semana.

**d. Contacto en horarios distintos:**

Es posible el contacto al consumidor en horarios distintos a los establecidos en la Ley siempre y cuando exista manifestación expresa en instrumento distinto al contrato/acto que rige la relación jurídica entre el consumidor, el gestor de cobranza, y debe ser posterior a la suscripción de este último.

También es importante tener en cuenta que a partir de la interpretación exegética de la ley, estas prohibiciones únicamente le son aplicables, al envío de mensajes publicitarios por parte de productores y proveedores de bienes y servicios que se hagan a través de: SMS, mensajería por aplicaciones o web, y correos electrónicos, canales que se definen a continuación:

- a. **SMS:** Mensaje corto de texto de hasta 140 octetos, que es enviado desde y/o hacia un terminal móvil4 . Los SMS funcionan en los canales de señalización de las redes móviles y utilizan la infraestructura ya existente para las llamadas de voz móvil.
- b. **Mensajería por aplicaciones o web:** Conforme a la Ley 527 de 1999, es mensaje de datos "*La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax*". En este caso, se refiere a **(i)** mensajes generados, enviados, recibidos, almacenados o comunicados por aplicaciones (programas informáticos diseñados para realizar una tarea específica que pueden estar disponibles mediante un navegador web o desde un dispositivo móvil) o a **(ii)** mensajes generados, enviados, recibidos, almacenados o comunicados mediante páginas web.
- c. **Correos electrónicos:** Método de intercambio de mensajes electrónicos de un ordenador a otro a través de una red informática. Los mensajes de correo electrónico suelen componerse, enviarse y recibirse utilizando un programa cliente de correo electrónico o un servicio de correo web

### Otros aspectos relevantes:

- **Canales autorizados:** Adicionalmente, quien ejerza actividades de cobranza sólo podrán contactar a los consumidores mediante los canales que los mismos consumidores elijan y autoricen para tal efecto.
- **Registro de números excluidos (RNE):** Es una alternativa que tienen los usuarios para evitar la recepción de mensajes cortos de texto -SMS- y/o mensajes multimedia -MMS-, con fines comerciales y/o publicitarios. Este registro es administrado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).

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 adoptar el Registro de Números Excluidos conforme lo establecido en esta Ley con un plazo de seis (6) meses, lo cual quiere decir que a la fecha no se cuenta con este instrumento y una vez se implemente, se deberá analizar la regulación que expida Mintic al respecto.

- **Excepciones:** Se exceptúan de los medios citados anteriormente 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.
- **Vigencia:** La Ley dispuso que entraría en vigor en un plazo de tres (3) meses contados a partir de su promulgación, lo cual tuvo lugar el 10 de julio de 2023, por lo que entró a regir a partir del 10 de octubre de 2023.

**ADVERTENCIA LEGAL:** Los contenidos publicados tienen una finalidad informativa, didáctica y educativa. La **CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ** no se hace responsables por las interpretaciones que los usuarios o lectores hagan de los contenidos, y advierte que estos **NO** constituyen un concepto legal, consejo, recomendación, **NI** una asesoría jurídica, motivo por el cual no le resultan aplicables las disposiciones ni deberes previstos en la Ley 1123 de 2007.