

PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD DEL CONSUMIDOR: UNA NUEVA LEY QUE REGULA EL CONTACTO EN COBRANZAS Y PUBLICIDAD

Recientemente, ha sido promulgada una ley que busca salvaguardar el derecho a la intimidad de los consumidores en relación con las gestiones de cobranza y la publicidad, la ley 2300 del 10 de julio 2023 “*por medio de la cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores*”. Esta ley establece regulaciones específicas sobre los canales de contacto, horarios y periodicidad permitidos, así como también prohíbe prácticas invasivas y no autorizadas. A continuación, resumiremos los puntos clave de esta legislación, considerando los horarios establecidos, y reflexionaremos sobre la necesidad de esta ley para garantizar una comunicación más respetuosa con los consumidores. La ley se enfoca en proteger el derecho a la intimidad de los consumidores y establece las siguientes disposiciones fundamentales:

1. **Canales autorizados:** Las entidades de cobranza y los responsables de publicidad solo pueden contactar a los consumidores a través de los canales que estos autoricen previamente. Esta disposición tiene como objetivo principal otorgar a los consumidores el poder de decidir cómo y a través de qué medios desean ser contactados. Ya no se permitirá el contacto no solicitado o no autorizado, lo que brinda mayor control sobre la privacidad y reduce la interrupción no deseada en la vida diaria de las personas.
2. **Horarios y periodicidad:** Las prácticas de cobranza y publicidad deben llevarse a cabo dentro del horario establecido, de lunes a viernes de 7:00 am a 7:00 pm, y los sábados de 8:00 am a 3:00 pm. No se permite el contacto los domingos ni en días festivos. Además, no se puede contactar a un consumidor más de una vez al día ni a través de varios canales en una misma semana.
3. **Publicidad y comercio:** La ley también se aplica a las relaciones comerciales entre productores, proveedores de bienes y servicios, y consumidores comerciales, regulando el envío de mensajes publicitarios a través de diferentes medios.
4. **Prohibición de visitas no autorizadas:** Se prohíbe realizar visitas al domicilio o lugar de trabajo del consumidor para fines de cobranza, excepto en casos específicos donde se haya obtenido la autorización expresa del consumidor.
5. **Consulta del motivo de incumplimiento:** Las entidades de cobranza no pueden preguntar al consumidor el motivo del incumplimiento de la obligación, aunque sí pueden consultar sobre alternativas de pago.

Las casas de cobranza, en particular, tendrán que adaptarse a las nuevas regulaciones y ajustar sus prácticas para cumplir con los requisitos establecidos en la ley. Esto implica establecer sistemas efectivos de autorización de canales de contacto, implementar mecanismos para respetar los horarios y la periodicidad establecidos, y garantizar que las consultas y gestiones se realicen de manera respetuosa y sin invadir la intimidad del consumidor.

Si bien estos cambios pueden suponer un desafío, también es una oportunidad para mejorar las prácticas y fortalecer la relación entre las casas de cobranza y los consumidores. Al adaptarse a las regulaciones, las casas de cobranza pueden generar confianza y respeto por parte de los consumidores, lo que a su vez puede beneficiar la eficiencia de los procesos de cobranza.

En conclusión, la ley de protección de la intimidad del consumidor en cobranzas y publicidad representa un avance en la regulación de las prácticas comerciales. Al establecer horarios específicos, limitar la frecuencia de contacto y proteger la privacidad de los consumidores, se busca lograr un equilibrio entre los intereses comerciales y los derechos fundamentales de las personas. Esta legislación nos invita a reflexionar sobre la necesidad de respetar la intimidad de los consumidores y a adoptar prácticas publicitarias más responsables y conscientes. Al promover una comunicación más respetuosa, se crea un entorno comercial más equitativo y agradable tanto para los consumidores como para los proveedores de bienes y servicios.

Por: Daniel Pardo Mateus

dpardo@scolalegal.com

14 de julio de 2023