

Proyecto de Ley

Derecho a la intimidad, avanza para sanción

¿Dudas para su aplicación?, Aclárelas aquí 



Este documento contiene la transcripción del TalkCOLCOB realizado el lunes 29 de mayo de 2023. Su contenido y la opinión de los panelistas no comprometen a las organizaciones que representan ni a Colcob, sino es una interpretación desde la óptica de diversas fuentes.

Panelistas:

- **Antuannette Aldana Rodríguez** – Directora Jurídica, NEXA BPO.
- **Alicia Soacha** – Vicepresidente de Cobranzas, Mi Banco.
- **Camilo Echeverry** – Gerente de División, Conciliación y Negociación, Banco de Occidente
- **Claudia Romano** – Gerente Nacional de Cobro Masivo, Banco Caja Social.
- **Gloria Urueña** – Directora Ejecutiva, COLCOB

El 20 de julio del 2021, se radicó en el Congreso el Proyecto de Ley 017 Cámara, 384 Senado “Por medio del cual se establecen medidas que protejan el derecho a la intimidad de los consumidores” cuyo autor fue el HR Juan Carlos Wills Ospina, el cual fue aprobado según informe de conciliación en plenaria de Senado y Cámara, el 23 y 24 de mayo de 2023, dando tránsito a sanción presidencial para convertirse en Ley de la República.

Desde la identificación de la iniciativa, en el observatorio legislativo de COLCOB, entre otros, se tomaron acciones con el propósito de incidir en el desarrollo del mencionado Proyecto de Ley, buscando siempre el equilibrio de la regulación para deudores y acreedores.

COLCOB, generó varios espacios de diálogo y socialización con los autores y ponentes de la iniciativa, con el objetivo de visibilizar el propósito de la gestión de recordación de pago oportuno y la actividad de cobranza, tanto por el impacto social en valores, como para asegurar un sistema crediticio sostenible, como motor



fundamental de la economía, todo ello basado en la aplicación de las buenas prácticas que exhiben los originadores de crédito formales y a las cuales se acogen los asociados a COLCOB.

También evidenciando los avances en materia tecnológica, analítica y desarrollo de talento que el sector ha venido incorporando para el desarrollo de sus actividades, reunido todo ello en un sello de calidad que les certifica a quienes tercerizan cartera, que tanto ellos como sus aliados tienen procesos especializados, bajo estándares internacionales, orientados al conocimiento, necesidades y comportamiento del cliente, con base en un trato digno y respetuoso al consumidor de crédito en dificultades; sello que emite una certificadora internacional.

Es de anotar que se mostró que en muchos de los eventos en los que se evidenciaba un abuso sobre el consumidor, se daba en sectores no regulados y por ello era valiosa una regulación y vigilancia, pero basada en la equidad y necesidades del mercado y los clientes.

Bajo el marco de esta gestión, se lograron cerca de 8 modificaciones a lo largo del proyecto, en cuya labor la Mesa Jurídica de COLCOB contó con el permanente apoyo de los bancos, entidades del sector real, gremios como Asobancaria y en general otros actores, en los siguientes artículos:

Artículo 1: Objeto del proyecto de ley, **Artículo 2:** Canales autorizados, **Artículo 3:** Horarios y periodicidad, **Artículo 4:** Contacto a avalista y codeudor, **Artículo 5:** Envío de mensajes publicitarios para productores y proveedores de bienes servicios, **Artículo 6:** Prohibición de visitas al domicilio con excepción a microcréditos sector agropecuario y rural, **Artículo 7:** Consulta de situación financiera del deudor; se logró un cambio en Cámara, **Artículo 10:** Entrada en vigencia de la ley 3 meses después que sea sancionada como ley.

En virtud de la importancia y el impacto que esta regulación conlleva para todos los actores, pero vista desde la óptica de las organizaciones que realizan la recuperación propia, tercerizada o que tienen contacto directo con los clientes; se convocó el TalkCOLCOB; como un espacio de pensamiento, reflexión e interpretación de dudas relevantes por parte de expertos de diferentes organizaciones, quienes las compartieron en un espacio virtual que reunió a más de 600 actores de diversos sectores relacionados con el ecosistema de crédito, recuperación de cartera y BPO.

Los Panelistas estimaron que:

En principio se propone establecer 8 pautas metodológicas, que les permitan diseñar un paso a paso y tener en cuenta los aspectos relevantes del proyecto en su implementación; 8 pilares fundamentales sobre los cuales se debería proceder una vez sancionada la ley, tanto las entidades como quienes gestionan el cobro, para materializar y operativizar el proyecto así:



1. **Entender e interpretar la ley y sus impactos al interior:** Desde el punto de vista de gestión como de operación.
2. **Definir el marco de actuación y gobierno de la información:** A nivel comercial como a nivel de cobranza.
3. **Establecer, homologar y divulgar los canales de comunicación a los consumidores:** Ser claros en la forma, en el guion y en el cómo; se harán esos procesos de comunicación.
4. **Definir estrategias y tácticas de gestión y negociación:** Bajo la responsabilidad de seguir honrando y respetando el buen nombre del deudor, entendiendo que la situación de las entidades financieras y de los aliados de cobro, están para posibilitar opciones de normalización de su cartera.
5. **Actualización y definición de procesos y procedimientos:** La regulación implica a todas las entidades y a quienes gestionan la recuperación en el país, poner en línea los procedimientos de cara a las auditorías internas y los reguladores (SFC, SIC).
6. **Definir el marco legal y normativo:** Marco sobre el cual se está actuando, bajo la regulación.
7. **Hacer un inventario del plan de trabajo:** Requerimientos técnicos y operativos para determinar las frecuencias, horarios y canales.
8. **Hacer un plano general de divulgación y capacitación:** Revisar permanentemente esta dinámica al interior de las organizaciones.

Adicional a estos pilares fundamentales de acción, surgen inquietudes específicas de cara a la aplicación del proyecto y frente a los distintos escenarios, que fueron planteados en el TalkCOLCOB desde diferentes ópticas y que fueron respondidos en su correspondiente orden así:

1. ***Atendiendo la instrucción y la reglamentación ¿La disponibilidad, para la atención de canales in-bound, como WhatsApp o líneas de atención de cobranza, pueden estar fuera de los límites de los horarios que indica la ley?***

Primero es importante en este ejercicio académico hacer un breve contexto de lo que refiere el artículo 3º de la ley, uno de los más controversiales de la norma, para esto es necesario recordar que la ley limita unos horarios de



contactabilidad, que son de lunes a viernes de 7 a.m. a 7 p.m., los sábados de 8 a.m. a 3 p.m. y 0 contactabilidad los días domingo y festivos.

Dentro de ese marco de horarios, se podrá gestionar todo lo que es out - bound, mientras que la gestión In - bound, que es todo contacto que venga desde el usuario final, titular o deudor, será bienvenido en cualquier tipo de horario. Para ello, las organizaciones, deberán disponer de todas las herramientas necesarias al interior de la organización, para atender esa entrada que es una gran oportunidad de contacto de los usuarios.

Por ello, lo importante es tener en cuenta que lo que está regulando la norma es el punto de la salida, en la gestión de cobro. Por el contrario la entrada, es una oportunidad para mirar tecnológicamente y técnicamente, todas las herramientas que se tengan a la mano para poder recibir todos los contactos que vengan desde los usuarios.

2. Si se contacta a un deudor por un canal específico y no se logra cerrar la negociación. ¿Se puede volver a comunicar con este cliente por el mismo canal ese mismo día?

En este punto se hace referencia al artículo 2º, en el que básicamente, se podrá contactar al cliente una vez al día por el mismo canal, contacto directo que significa contacto efectivo.

Contacto directo es cuando se genera una interlocución con el deudor, (pregunta y respuesta, charla o conversación) por cualquier canal sincrónico o asincrónico, sin que necesariamente se cierre la negociación, pues no se podrá contactar nuevamente durante el mismo día. Al día siguiente, se podrá contactar, siempre y cuando sea por el mismo canal, pues no se pueden utilizar canales diferentes durante la misma semana, de acuerdo con la interpretación que se hace del artículo.

3. ¿Esta ley solo aplica para el sector financiero? o el sector real vigilado por la Superintendencia de Industria y Comercio, ¿también aplicaría?

En efecto, aplica para el sector financiero, líneas de cobranzas, para el sector de comercio, sector real y cualquier tipo de servicios o ventas.

4. Si una entidad ha tratado de contactar al cliente por varios canales y no ha sido posible ¿podría visitarlo?

En principio la norma dice que no se podría visitar al cliente, pero la misma norma en sus parágrafos, prevé unas excepciones de esas visitas domiciliarias que son para todas las vinculaciones que se han hecho con microcréditos, con créditos



de fomento, con desarrollo agropecuario y rural; pues en las zonas rurales, es difícil contactar a los a los titulares.

Así mismo, el parágrafo 2 del artículo 6, también habla sobre una excepción que tiene esta disposición y es para los y ilocalizados; es decir, cuando los operadores de telefonía y empresas de mensajería, física y electrónicamente, dan cuenta que no ha sido posible contactar o entregar el mensaje al deudor, al titular o al usuario final, sí se estaría exento de esta restricción y se podrían generar visitas domiciliarias.

5. En caso de que los sms o mail sobre los cuales no conocemos si se revisan o se leen, ¿se considera contacto directo o efectivo?

No, primero tendría que haber el establecimiento de una interlocución, es decir una respuesta por parte del usuario o del titular de la cuenta, para poder dar por efectiva la contactabilidad, pero el solo envío no se considera como un contacto directo o efectivo.

6. ¿Es posible contactar a las referencias personales en el proceso de otorgamiento del crédito o ha desaparecido esta figura tanto para estos efectos como para la gestión de cobranza?

El artículo 4 establece que las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera y todas las entidades que adelanten gestiones de cobranza que usualmente se contratan para ella de forma directa o inclusive cuando se hace sesión de las obligaciones, no podrán contactar a las referencias personales, queda explícitamente prohibido.

Sin embargo, el campo está abierto para así hacerlo al avalista codeudor o deudor solidario, siempre y cuando se realice bajo las mismas condiciones que estable la ley, es decir, las referencias personales no se pueden gestionar o contactar para efectos de cobranza.

7. Si una de las personas relacionadas como referencia personal contesta una llamada en el número de contacto autorizado por el deudor, ¿se le puede preguntar dónde se puede contactar o dónde se puede llamar?

La interpretación que se da es sí, siempre y cuando no se indague a la persona que está respondiendo, sobre el motivo de la llamada o de que se trata.



8. En la misma línea de visita que se faculta en el artículo 6, cuando no es posible contactar y localizar al deudor y es atendido por una de las referencias personales ¿se le puede hacer la misma pregunta en visita o en teléfono, de dónde se puede ubicar contactar o llamar el deudor principal?

Efectivamente el artículo 6, habilita hacer las visitas para los efectos en los que no se logre ese contacto directo para los créditos de microcrédito y agropecuario. Sin embargo, esta la precaución que debe tener la entidad y dar los parámetros y las vías a quien le está realizando esa visita, de no indagar sobre quién es el que está suministrando la información. Pero en la interpretación, en la gestión de localización, se puede indagar con vecinos o con terceros, en caso de que tengan alguna información o conozcan algo de los clientes, ya que se está en el proceso de localización.

Entonces aquí la recomendación es entregar una guía muy completa para el manejo de estas situaciones y guiones, con el fin de no tener la desafortunada coincidencia, que con quien estemos hablando sea la referencia, simplemente es indagar y registrar la nueva información que estoy obteniendo en esta visita cuyo propósito es precisamente poder contactar al cliente y localizarlo.

9. En el tema de contactos directos de publicidad o de venta de productos en la gestión comercial, ¿cómo se entiende no exceder el límite del artículo 3 en la gestión de cobro? ¿Cuál es la frontera? si se hace desde cobranza, desde el ámbito comercial, de ventas o de mercadeo, ¿hay alguna limitante?

Lo que se interpreta es que no se debe sumar o tenerse en cuenta entre ellos, por cuanto en el artículo primero del proyecto, limita o regula su objeto al alcance de la gestión de cobro; y si bien el artículo 5 le da un alcance similar en lo que atañe a los contactos que se hagan a los clientes sobre la información comercial, de modo alguno, puede extenderse la interpretación hasta el punto de considerar que deben sumar. Por lo tanto, son operaciones o campañas totalmente diferentes, unos son los de la gestión comercial y otros son los de la gestión de cobranza, claramente cada uno dentro de su ámbito debe velar por el cumplimiento de la ley.



10. Entendiendo que regularmente se realizan invitaciones a sesiones, brigadas o procesos de negociación masivos ¿cómo debería interpretar dicha invitación, como un contacto directo? ¿cómo se puede establecer negociación para estos eventos?

Depende de la interacción que llegue a existir con el cliente; si la misma se realiza de forma informativa hacia todos los clientes no individualizada; por ejemplo, invitaciones que a veces se incluyen los extractos, publicidad en redes o en la página, en las oficinas o en todos los medios que impliquen una divulgación general, no se considera un contacto directo y por ende no podría ser susceptible en las limitaciones que establecen el artículo 3.

Por el contrario, si se hace en un canal autorizado del cliente y él emite un pronunciamiento expreso hacia la entidad que lo convoca, se interpreta que sí hay un contacto directo, pero teniendo en cuenta si es un llamado que se hace desde una línea saliente o desde una línea entrante y diferenciar ese conteo de contactos directos en la semana.

11. ¿Las visitas a domicilio o en el lugar de trabajo, quedan totalmente prohibidas?

De acuerdo con el artículo 6, pareciera que esas visitas a domicilio quedan terminantemente prohibidas para hacer gestiones de cobranza; sin embargo, el párrafo 1 y 2, abre 2 posibilidades importantes:

- A.** Siempre y cuando haya una autorización expresa del consumidor, se podrán hacer visitas a clientes que tengan obligaciones adquiridas a través de microcréditos, créditos de fomento o créditos de desarrollo agropecuario o rural. No obstante, estas van a requerir de una autorización expresa por parte del consumidor.
- B.** En el párrafo 2 de ese mismo artículo, lo que se ve es que también hay un llamado a la responsabilidad que tienen los consumidores financieros de tener actualizada su información, no solamente para gestiones de cobranza, sino también, para gestiones de profundizaciones referentes al servicio del cliente, alertamiento o de transacciones sospechosas; es decir, siempre y cuando no se logre un contacto a través de la información que el cliente entregó en su solicitud de crédito o en información posterior como su actualización, se podría estar habilitado para realizar una gestión de visita.

Es importante ver que la norma menciona que esto debe quedar registrado en los aplicativos, de la misma manera en la que hoy por ejemplo se habilita el cobro de ciertas comisiones adicionales y están atadas a un despliegue o gestión de cobranzas, las cuales quedan documentadas en los sistema de gestión; de esa misma manera, debe quedar documentado que a través de



los canales que los clientes habían dispuesto como número de teléfono o email, no se logró un contacto directo, lo que significa que requiere o se habilita para hacer una visita.

Así mismo, que en todas las entidades se tenga la claridad de qué se habla cuando hay un contacto directo o contacto efectivo con ese titular o deudor, que es lograr tener una interacción con el cliente; no como en el caso de los sms que no son de doble vía, y puede ratificar un contacto directo, ahí se podría hablar que no se dio un contacto directo, pues este se da cuando se tiene comunicación o interacción directa con el cliente.

Dado el carácter sancionatorio que tiene la norma, es muy importante, lo que se acota de **dejar la huella de cara al regulador y entes de control**, donde se tenga el registro de soporte y de huella frente a esas alternativas de visitas.

12. Mirando el artículo 7 que es el que habla acerca de si podemos o no preguntar, que reto nos impone no poder consultar el motivo de incumplimiento de cara a la norma y de cara al buen hábito que se tenía de darle la medicina al cliente en función de su enfermedad, es decir, indagando sobre el motivo de no pago para tratar de evidenciar si era una solución estructural o una solución coyuntural, ¿Qué opinión se da de esta definición y de esta acotación del artículo séptimo?

Este ha sido uno de los artículos polémicos para la gestión, ya que nos limita en el entendimiento de esa situación del deudor, porque siempre el abordaje y principalmente desde el sector financiero, que es un sector que está regulado hoy por el capítulo 100, básicamente era necesario entender cuál era la situación de ese deudor, para de acuerdo a esa situación, analizar si se debía entregar una condonación, una modificación, una restructuración o entregar otra herramienta que se pudiera generar desde cada una de las entidades en beneficio de la situación presentada.

Sin embargo, lo que trae este artículo es efectivamente la prohibición de preguntar de manera directa cual es el motivo del incumplimiento que está teniendo este deudor. Pese a esto, el artículo tiene un párrafo en el que dice que no obstante no se sepa cuál es la situación por la que se ha generado ese incumplimiento, se deben ofrecer alternativas de pago al consumidor.

Esto implica que, de alguna manera, no necesariamente entendiendo que le sucede al deudor, sino quizás a través de una encuesta, se debería tratar de determinar cuál es esa capacidad que el cliente tiene hacia adelante, porque lo que sí tiene que mantenerse es esa posibilidad que tiene las entidades



financieras de entregar herramientas para solucionar esa situación que los clientes tienen de corto, de mediano y de largo plazo.

13. ¿Cuántas visitas llamadas o mensajes puedo realizar cuando no podemos cerrar un acuerdo de pago con el cliente?

La norma está siendo muy específica, no se puede contactar a un titular durante la misma semana por diferentes canales.

Entonces, dentro de la interpretación, podríamos decir que se puede contactar durante la misma semana por el mismo canal; es decir, si el lunes se contacta telefónicamente, podría entonces contactarlo martes, miércoles, jueves, viernes y sábado, hasta las 3 de la tarde, por el mismo canal, siempre que no exceda una sola vez al día.

14. Considerando que debo y puedo hacer gestión de lunes a viernes de 7 a 7 y los sábados en el horario ya indicado, ¿la semana se debe considerar de domingo a domingo o de lunes a sábado? ¿cómo se entendería la semana en términos de la regulación?

Se entiende de lunes a sábado, concibiendo la restricción clara de domingos y festivos.

15. La redacción del párrafo 2 del artículo 6, da la impresión que para poder hacer visitas tratándose de créditos que no estén dentro del marco del párrafo 1, debemos agotar primero el envío de una comunicación escrita, ¿cuál es la interpretación correcta de este párrafo?

Si no se tiene esa información actualizada del cliente, no necesariamente a través del envío de mensajería física o que un operador de telefonía celular informe la imposibilidad de poder contactar a ese deudor, se podría proceder a realizar la visita; es decir, también es obligación del deudor mantener esa información actualizada, siempre y cuando se lleve ese registro en los sistemas.

Si bien hay una responsabilidad compartida entre el deudor y el acreedor, si no se tiene esa actualización de la data, si no se tiene esa actualización de contactabilidad, se puede proceder, la ley no está limitando, de hecho está abriendo la ventana para hacerlo, porque el recaudo, es una obligación adquirida en el momento en el que se firma un contrato vinculante crediticio, sino se da así, sería de alguna manera promover la evasión del pago y tampoco se puede entender de esa manera la norma.



16. Si yo tengo la información en mi sistema y no es de carácter de localización, sino de no respuesta de llamadas, ¿cuándo se puede determinar ilocalizado?

Se determina ilocalizado cuando es difícil el contacto porque no contesta, no responde o no lo encuentran, pero no quiere decir que la información no sea la correcta o no esté actualizada; por ello, se debe trabajar todo el tiempo contactando como un localizado.

Debe existir una política en cada organización para definir qué es un cliente ilocalizado, esto les evita multas en el caso de un requerimiento de una autoridad, pero es nuestro concepto el ilocalizado es el que, a pesar de un historial de muchos intentos de contacto en diversos horarios, en diversas fechas, no contesta y no se logra comunicar y que en el caso que contesten, no lo conocen, ahí sería un ilocalizado.

A veces es conveniente la interpretación dentro de un marco de instancias y procesos claros, porque al buscar regulación se pueden generar camisas de fuerza que menoscaben el desarrollo de estrategias, es preferible que se hagan esas consultas de manera prudente y siempre teniendo como centro el cliente.

Como también utilizar los canales formales de entidades como su Asobancaria o COLCOB, que han venido haciendo una labor importante de ser interlocutor oficial con diferentes representantes de la norma, que pueden resolver inquietudes.

17. El carácter de retroactividad de la norma, ¿aplica o no aplica y para quienes aplica?

Lo que se entiende es que aplica para todos, aplica para los nuevos deudores a partir de la sanción presidencial y también para los que ya hoy son consumidores de crédito y de servicios de todos los sectores en el país.

18. Si el cliente cuelga y estoy conversando con él o si el cliente durante la conversación, me dice que lo llame ese mismo día, ¿puedo hacerlo o no puedo hacerlo en cualquiera de los 2 eventos? ¿son excluyentes o son complementarios y si colgó, ya se perdió esa interacción o puedo ejecutarlo, previa autorización del deudor?

Esto se conecta con algo que menciona el artículo 8, donde se habla con contactos que tienen como finalidad no una gestión de recuperación de cartera, sino básicamente temas referentes a servicio o a situaciones que puedan poner en riesgo al deudor por el tipo de transacciones que se están realizando.



El reto que se tiene como entidades es básicamente poder tipificar de manera adecuada el tipo de comunicaciones que estamos realizando a nuestros clientes, hay efectivamente comunicaciones que se refieren a la actividad específica de recuperación de cartera, pero hay otras que son mucho más acotadas al servicio.

En el caso en el que el cliente solicita que lo llamen en la tarde para discutir por ejemplo el acuerdo de pago al que se puede llegar, por interpretación, esa podría ser una gestión más cercana al servicio, más que a la gestión de cobranza, porque la gestión de cobranza ya se realizó, ahora el cliente está interesado en realizar un acuerdo, pero en ese momento quizás no dispone del tiempo o no dispone de la información que se requiere para seguir con ese proceso y poder ofertar una herramienta; entonces se interpretaría que ese segundo contacto se refiere más a que se pueda generar un posible acuerdo, pues no está en el mundo de la gestión de recuperación y estaría más en el mundo que refiere el artículo 8 que son básicamente llamadas referidas al tema de servicio y notificaciones especiales solicitadas por ese deudor.

Es importante construir sobre lo anterior, pues es de vital importancia para todos los gestores de cobranza y en ese caso específico en el que el deudor manifiesta que no tiene tiempo y solicita que lo llamen a las 5 de la tarde o a las 3 de la tarde, ya el mismo artículo 3 que es el que regula los horarios y la periodicidad, avala en su parágrafo, en donde claramente se deben tener los registros o pruebas de las razones por las cuales se va a volver a llamar a petición del titular y que se puede contactar el mismo día por autorización expresa del deudor.

Esas autorizaciones son importantes para el evento de un una revisión del Supervisor o una misma queja del cliente, se debe tener el registro que él autorizó y solicitó ese contacto adicional al que ya se había tenido.

19. Siendo retroactivo y aplicando para todos los deudores, ¿el castigado que ya no está en los sistemas, debemos buscar una autorización de ese cliente castigado en algún momento?

Sí, porque sigue siendo consumidor, sigue siendo cliente, sin importar el estado de su obligación. La invitación también desde el panel del TalkCOLCOB, es que cada entidad tiene que hacer simbiosis y esa articulación entre áreas internas, en donde estarán las áreas de tecnología, gerencia general, jurídicos, operativos, entre otros, revisando cual va hacer la estrategia y la política para asumir la implementación de esta ley.

El momento de verdad en ese contacto con el cliente, implica que se evolucione de un nivel básico de asesor en la recuperación de cartera, al siguiente nivel de un asesor experto, entrenado y calificado para aprovechar al máximo las interacciones con los clientes. En este momento particular que las cifras no



acompañan y en adelante por siempre, se requiere invertir en ese talento para que sea un momento de máxima experiencia del cliente, pues es esta la oportunidad para sofisticar y afinar los procesos de relacionamiento hacia la experiencia del cliente en la recuperación de cartera y entrenando a esos asesores que van a tener ese momento de verdad con el cliente, eso está obligando a llegar a un segundo nivel, certificando y capacitando a esos asesores y COLCOB, esta presta a apoyar al mercado en esa tarea.

20. La cobranza hasta 30 días y los avisos de recordatorio ¿cómo se deberían interpretar?

La ley no refiere algo específico, un aviso de recordatorio es gestión de cobranza

Así mismo se tiene la posibilidad de poder tipificar el tipo de comunicaciones que se tienen con los clientes, si se tiene un acercamiento con el cliente, más cercano a recordarle que se aproxima su fecha de pago y recordarle los canales que tiene disponibles, no necesariamente se está realizando una gestión de cobranza, sino que podría acotar, dependiendo del lenguaje que utilice también, a referir esa gestión como una gestión de servicio, todo dependerá del lenguaje que se realice para hacerle la gestión al deudor.

También nos asiste la responsabilidad de revisar los guiones que hoy se están utilizando, hasta donde el guion es de información, de comunicación, de asesoría y de guía, como por ejemplo, en dónde pueden encontrar los canales como los corresponsales.

Por lo anterior es importante la definición que se hace al interior de las entidades, pues si dentro de las definiciones y publicaciones que se hacen en el marco de la circular 048, se está hablando de cobranza preventiva y se describen las actividades, se evidencia que es una actividad de cobranza.

Entonces es muy importante tener esto alineado y garantizar que no se utilice como argumento que es algo comercial, informativo o de servicios, si dentro de las definiciones se tiene establecido como una cobranza preventiva. La invitación es a revisar todos esos documentos, todo lo que hoy se tiene escrito y documentado, de cara al interior de la organización, de cara hacia el cliente y de cara también al supervisor; con el fin de no ser incoherentes cuando estén ejecutando las acciones.

Así mismo, la importancia de la capacitación, en lo que se hecho mucho énfasis de tener asesores asertivos, de saber aprovechar ese contacto que no se sabe si se va a repetir, además que con las instancias que se van a tener, es incierto si va a haber una segunda oportunidad de otro contacto directo con ese deudor; entonces, se hace importante capacitar en una escucha activa, en ser totalmente



empáticos, entender su situación y no dejarlo ir sin ofrecerle las herramientas y alternativas, dándole todos los canales para que sea él el que busque la entidad.

Por ello, la gestión debe ser estratégica, impulsando que sea el cliente el que busque la entidad según las ofertas y el abanico de opciones que se tengan, en resumen que el cliente sea el que se contacte

Y así como se debe reinventar la capacitación, el entrenamiento, la especialización y los guiones, también se hace necesario, tecnológicamente hablando, pensar en la autogestión, es decir en cómo se habilitan apps, canales, páginas en donde el cliente esté atendido de manera autónoma, con los modelos de analítica y con los criterios de predicción que se tienen, donde el cliente pueda decir cuánto puede pagar, cuando quiere pagar y cómo puede pagar.

21. La obligatoriedad que se tiene de mandar la comunicación vía habeas data, 20 días antes del reporte, ¿se considera una gestión de cobranza o no?

La ley habla de forma directa con la estatutaria 1266 del 2008 y la 1581 para el sector financiero, se tendría que ver en qué términos se envía y se emite; sin embargo, ese es un deber legal que no se puede omitir, se debe revisar entonces, como se debe incluir en el guion o en las comunicaciones para que no se confunda con una gestión de cobranza y no se omita el deber legal de la notificación del reporte.

22. Las entidades notifican, a través de un mensaje indicando que se generó la factura y la fecha límite de pago ¿se considera esto una práctica de cobro?

No, esa estaría dentro del ámbito en principio del artículo 8, donde en efecto dice que se debe avisar sobre las gestiones monetarias que hizo el cliente o como una gestión de servicio. Es necesario revisar muy claramente el contenido y enfoque del mensaje.

Aquí vale la pena enfatizar la relevancia del poder de la palabra en las interacciones, es por ello que desde ICOLCOB se ha trabajado intensamente con los asesores, coordinadores, diseñadores de guiones, en herramientas de PNL, porque precisamente ese es el poder que puede darse a la comunicación donde el emisor y receptor pueden tener interpretaciones diversas, si no se maneja con suma precaución y cuidado, se puede correr el riesgo de sanciones.

Por ello, la invitación es a entrenar muy bien los equipos, para ello desde COLCOB, están a disposición estos procesos para desarrollar, certificaciones y herramientas no solo para asociados, sino para toda la industria, porque aquí es donde se debe tener claro que la recuperación de cartera, más que una



competencia, es una alianza en todos los que hacemos parte de este ecosistema, para atender a los clientes en dificultades y mantenerlos dentro de un sistema formal crediticio, evitando que se vayan a otros sistemas que atentan hasta con su seguridad personal.

El crédito es el motor del desarrollo, por ello hay que abrir espacios y encontrar el camino, el cual está en ese poder de la palabra de los asesores, las cifras no nos acompañan y esto obliga a ser sumamente cuidadosos con la manera en que se abordan a los clientes para hacer la recuperación de cartera, evitando sanciones, pero también entendiendo que a esto no se llegó gratis, a esto se llegó porque las autoridades legislativas se vieron obligados por imprudencias de algunos actores.

Para concluir, es relevante resaltar 3 puntos:

1. Realizar procesos de capacitación mirando todo el esquema de profesionalización.
2. Guiones reinventados, porque se tiene una responsabilidad de cara a no perder el contacto, la comunicación y la asertividad en la recuperación de cartera con los clientes.
3. Plataformas de autogestión como apps, página web o los mecanismos que se tengan en donde está la responsabilidad y la obligación de generar la autogestión

***Nota:** la anterior es la transcripción de una sesión virtual, que puede contener fallas de interpretación de los ponentes.*

[Reviva la sesión en vivo aquí](#)

Si de acuerdo a sus inquietudes, considera necesario realizar una segunda sesión sobre la implementación del proyecto de ley 017, [confirменos aquí su asistencia.](#)





COLCOB

Asociación del ecosistema crediticio y BPO

www.colcob.com

SÍGUENOS



@Colcob_Colombia