

Bogotá D.C; 26 de enero de 2024

Señores

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES (CRC)

Ciudad

Asunto: Comentarios al Proyecto de Resolución “Por la cual se modifican disposiciones sobre el Registro de Números Excluidos contenidas el Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones”

Reciban un cordial saludo:

Me dirijo a ustedes en nombre de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) entidad gremial que tiene como objetivo promover en nombre de sus agremiados y, en su calidad de vocero, un entorno favorable para el desarrollo del comercio electrónico, aportando así a la construcción de la política pública y la generación de conocimiento y confianza en el sector, para presentar comentarios al Proyecto de Resolución “Por la cual se modifican disposiciones sobre el Registro de Números Excluidos contenidas el Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones.”

- **Consideraciones generales:**

La Ley 2300 de 2023 establece en el inciso segundo del artículo 5 que “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 a lo establecido en la presente ley con un plazo de seis (6) meses” sin embargo, identificamos que las modificaciones que propone la CRC respecto del RNE exceden lo establecido por la Ley 2300 de 2023, desnaturalizan el RNE, que por definición es un registro de números, para el envío de SMS, administrado por la CRC, el cual fue creado con el propósito de brindar al usuario de servicios móviles, herramientas complementarias para evitar la recepción de mensajes cortos de texto (SMS) y mensajes multimedia (MMS) con fines comerciales y/o publicitarios no solicitados.

Esta regulación para los SMS fue concebida ya que los códigos cortos tienen un régimen regulatorio específico que permite identificar la modalidad del servicio, el contenido o la aplicación, y la forma de asignación y recuperación de la numeración. Esto permite filtrar los mensajes antes de que ingresen a la red y excluirlos de ser entregados a usuarios registrados en el RNE, lo que no sucede con los nuevos canales que pretende incluir la Ley 2300 de 2023, ya que no existe una plataforma homóloga que permita realizar tales filtrados, por lo tanto, es técnicamente inviable su implementación.

Estimamos respetuosamente que lo establecido en la Ley 2300 de 2023 no debe interpretarse como una orden que obligue a la CRC a extender el RNE a nuevos canales como mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario. Es importante recordar que la misma Corte Constitucional establece que la potestad reglamentaria no es absoluta y debe ejercerse dentro de las fronteras que enmarcan la Constitución y la Ley. “El ejercicio de esta

facultad de regulación en ningún caso implica el reconocimiento de una potestad autónoma y desligada de cualquier límite”.¹ En el caso que nos ocupa, al ser técnicamente inviable una medida similar, la CRC no está obligada a expedir una reglamentación para ampliar el ámbito de aplicación del RNE.

En el mismo sentido, la regulación propuesta plantearía serias dificultades en su aplicación. Por ejemplo, si el RNE versa sobre *“consumidores y usuarios que no deseen ser contactados mediante el envío de mensajes publicitarios a través de mensajes cortos de texto (SMS), mensajería por aplicaciones web, correos electrónicos, ni mediante llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario.”*, los usuarios tendrían que inscribirse identificando todas las líneas telefónicas, usuarios en redes sociales, cuentas de correo electrónico, entre otras, a las que les aplicaría dicha restricción. Si el registro estará disponible para todos los proveedores/productores que deben acatar las restricciones establecidas en la Ley 2300 de 2023, esto resultaría la revelación de datos personales de consumidores y/o usuarios lo que supone a su vez un gran riesgo de privacidad para quienes hagan uso del RNE al tener que revelar todos los datos personales de contacto de las plataformas mediante las cuales no desean recibir publicidad.

Los canales adicionales que menciona la Ley 2300 de 2023, mensajería por aplicaciones o web, correos electrónicos y llamadas telefónicas de carácter comercial o publicitario, ya cuentan con mecanismos que permiten al usuario excluir los mensajes o notificaciones que el usuario elija:

Correo electrónico:

- Los proveedores de servicios de correo electrónico ofrecen filtros de SPAM avanzados que detectan automáticamente mensajes no deseados y los envían a la carpeta correspondiente, evitando así la molestia de tener que revisarlos uno por uno.

Aplicaciones:

- Los sistemas operativos ofrecen la posibilidad de silenciar o bloquear completamente las notificaciones de una aplicación determinada, lo que evita distracciones o interrupciones innecesarias.
- Ajustar las notificaciones permite personalizar la experiencia del usuario y recibir solo la información o alertas más relevantes para cada individuo.
- Además de bloquear notificaciones, los sistemas operativos también permiten configurar el nivel de prioridad de las notificaciones, lo que ayuda a mantener un control más eficiente sobre la información recibida.

Llamadas:

- Además de añadir números a la lista negra, los sistemas operativos también permiten establecer horarios o reglas para silenciar todas las llamadas entrantes durante determinados periodos de tiempo (por ejemplo, durante el sueño o en reuniones importantes).

¹ Sentencia C-1005/08. MP Dr. HUMBERTO ANTONIO SIERRA PORTO. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2008/C-1005-08.htm>

- La lista negra también permite mantener un mayor control sobre la privacidad y evitar llamadas no deseadas de personas desconocidas o no deseadas.

En suma, tenemos que los canales a través de los cuales se reciben las comunicaciones publicitarias y/o comerciales, ya cuentan con mecanismos nativos para gestionar, filtrar y bloquear mensajes con este contenido. Así mismo, desde el punto de vista normativo existen mecanismos que permiten al usuario ejercer sus derechos en cuanto a la voluntad de no recibir contenido publicitario por cualquier medio. Por lo tanto, implementar cualquier medida de carácter técnico adicional al RNE para hacerlo aplicable a nuevos canales, además de ser improcedente es innecesario.

En tal sentido, consideramos que la CRC yerra al crear una regulación en virtud de la cual concluye que todos los proveedores y productores de bienes y servicios, incluyendo aquellos sobre los que no ostenta ningún tipo de competencia, se deben abstener de realizar contactos a aquellos consumidores que hayan registrado su número telefónico en el RNE, así como se evidencia en la página 12 del Documento de Soporte del Proyecto de Resolución y en el inciso 3° del propuesto artículo 2.1.18.1. del Proyecto de Resolución.

Respetuosamente nos permitimos reiterar, que la CRC excede sus competencias al habilitar la posibilidad de que cualquier proveedor y productos de bienes y servicios pueda ingresar al RNE, con lo cual termina por crear una base de datos que la Ley 2300 de 2023 no ordena crear. Agradecemos tener en cuenta que los proveedores y productores de bienes y servicios ya cuentan con mecanismos idóneos para determinar si pueden proceder o no con el envío de comunicaciones publicitarias o comerciales a los consumidores sin que se expongan de manera indiscriminada sus datos personales, ello es, la autorización para el envío de información de que trata el artículo 2 de la Ley 2300 de 2023 e incluso aquella de la que trata el artículo 10 de la Ley 1581 de 2012.

En tal sentido, posibilitar su acceso al RNE contraría la simplificación normativa a la que refiere el Documento de Soporte del Proyecto de Resolución (pág. 13), además de que su puesta en marcha implica un costo que debe ser asumido por la CRC.

Finalmente, resaltamos que el proyecto de resolución podría resultar en un desincentivo para el envío de publicidad que va en detrimento del desarrollo y competitividad de pequeñas y medianas empresas que dependen de estos medios.

Agradecemos su consideración a los anteriores comentarios y expresamos nuestra completa disponibilidad para ampliar o aclarar la información que considere.

Cordialmente,



MARÍA FERNANDA QUIÑONES ZAPATA
Presidente Ejecutiva