



GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CÁMARA

(Artículo 36, Ley 5ª de 1992)

IMPRESA NACIONAL DE COLOMBIA

www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XXXIV - N° 1686

Bogotá, D. C., jueves, 11 de septiembre de 2025

EDICIÓN DE 18 PÁGINAS

DIRECTORES:

DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

SECRETARIO GENERAL DEL SENADO

www.secretariassenado.gov.co

JAIME LUIS LACOUTURE PEÑALOZA

SECRETARIO GENERAL DE LA CÁMARA

www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PÚBLICO

SENADO DE LA REPÚBLICA

PONENCIAS

INFORME DE PONENCIA POSITIVA PARA PRIMER DEBATE AL PROYECTO DE LEY NÚMERO 128 DE 2025 SENADO

por medio de la cual se regula la distribución de la pauta oficial del Estado, se garantiza la pluralidad informativa, se promueven principios de equidad y proporcionalidad y se dictan otras disposiciones.

Bogotá D.C, 11 de septiembre de 2025

Senador:

ALEX XAVIER FLÓREZ HERNÁNDEZ

Presidente Comisión Sexta Constitucional Senado

Senadora:

SANDRA RAMÍREZ LOBO

Vicepresidenta Comisión Sexta Constitucional Senado

Secretario:

JORGE ELIECER LAVERDE VARGAS

Comisión Sexta Constitucional Senado

Referencia: Informe de ponencia para primer debate al Proyecto de Ley No. 128 de 2025 Senado "Por medio de la cual se regula la distribución de la pauta oficial del Estado, se garantiza la pluralidad informativa, se promueven principios de equidad y proporcionalidad y se dictan otras disposiciones"

Respetados Señores,

En cumplimiento de la designación como Senador Ponente de la iniciativa en referencia, en los términos legales que para dicho fin ha dispuesto en reglamento interno del Congreso, me permito rendir informe de ponencia positiva para primer debate ante la Comisión Sexta Constitucional Permanente del Senado de la República, conforme con lo establecido en el artículo 153 de la Ley 5ª de 1992, en los siguientes términos:

- I. Trámite del Proyecto de Ley.
- II. Antecedentes del proyecto de ley.
- III. Objeto y síntesis del proyecto de ley.
- IV. Consideraciones.
- V. Competencia del congreso.
- VI. Impacto fiscal.
- VII. Conflicto de interés.

VIII. Proposición.

IX. Texto propuesto para primer debate.

Cordialmente,

ROBERT DAZA GUEVARA

Senador de la República

Pacto Histórico

<p>I. Trámite del Proyecto de Ley.</p> <p>El presente proyecto de ley es de autoría del Honorable Senador Robert Daza Guevara, y coautoría de los honorables senadores Catalina del Socorro Pérez Pérez, Carlos Alberto Benavides, Sandra Ramírez Lobo, Omar de Jesús Restrepo Correa, y Gloria Inés Flórez Schneider, y de los honorables representantes Andrés Cancimance, Eduard Sarmiento, Jorge Bastidas, Alirio Uribe, Erick Velasco y Ermes Evelio Pete Vivas; la iniciativa fue radicada ante la Secretaría General del Senado de la República el día 05 de agosto de 2025 como el proyecto de ley No. 128 de 2025 Senado.</p> <p>Posteriormente, con ocasión a la temática abordada por la presente iniciativa fue remitido a esta célula legislativa, y la mesa directiva de la Comisión Sexta del Senado de la República me designó como senador ponente, mediante comunicado de fecha 21 de agosto de 2025. Con base en lo anterior, presento ponencia positiva sin modificaciones a la iniciativa respectiva, para dar trámite correspondiente ante la Comisión anteriormente citada.</p> <p>II. Antecedentes del proyecto de ley.</p> <p>a. Marco Normativo Nacional</p> <p>Constitución Política de Colombia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 20. Establece el derecho de toda persona a expresar y difundir su pensamiento y opiniones, a informar y recibir información veraz e imparcial, y a fundar medios de comunicación. Así mismo, dispone que estos derechos no pueden ser censurados. Este artículo impone al Estado la obligación de crear condiciones normativas e institucionales que favorezcan el pluralismo informativo, entendido como la coexistencia de múltiples voces, formatos y perspectivas en el sistema comunicativo nacional. • Artículo 13. Establece el derecho a la igualdad y la prohibición de todo tipo de discriminación. Así mismo, señala que el Estado debe promover condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptar medidas a favor de grupos discriminados o marginados. La implementación de un modelo de distribución equitativa de la pauta oficial contribuye directamente al cumplimiento de esta disposición, al brindar acceso a recursos públicos a medios que históricamente han enfrentado barreras estructurales. • Artículo 75. Declara que el espectro electromagnético es un bien público inalienable e imprescriptible, sujeto a la gestión y control del Estado, el cual debe garantizar el acceso igualitario y la pluralidad en su uso. Este principio es especialmente relevante para la distribución equitativa 	<p>de contenidos informativos y publicitarios financiados con recursos públicos, así como para la inclusión efectiva de medios comunitarios y regionales en la agenda comunicacional del Estado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 73. Reconoce una protección constitucional especial a la actividad periodística, en tanto garante del derecho a la información de la ciudadanía. La distribución equitativa de la pauta oficial fortalece las condiciones materiales de ejercicio de este derecho, en particular en contextos territoriales y comunitarios donde el sostenimiento de medios alternativos depende en gran medida del acceso a recursos públicos. • Artículo 103. Dispone que la participación ciudadana es un principio esencial del sistema democrático y que el Estado debe facilitar su ejercicio a través de diversas formas organizativas. Los medios de comunicación comunitarios constituyen una herramienta fundamental de participación política, cultural y social, al permitir que comunidades organizadas gestionen sus propios procesos comunicativos. Su fortalecimiento mediante el acceso equitativo a la pauta oficial se alinea con los mandatos de participación consagrados en este artículo. <p>Fundamentos legales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley 1341 de 2009 "Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones". Define las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) como un servicio público esencial y un derecho fundamental, al tiempo que establece que su prestación debe orientarse al acceso universal y a la inclusión social. En su artículo 2, establece que uno de los fines del Estado en materia de TIC es garantizar el acceso de todos los ciudadanos al servicio y promover la apropiación de las tecnologías en beneficio del interés general • Ley 182 de 1995 y Ley 1978 de 2019. Regulan el servicio público de televisión y otros servicios audiovisuales. Reconocen la existencia y función de los canales comunitarios como medios de comunicación orientados a la participación ciudadana, la expresión local y el fortalecimiento de las identidades territoriales. Estas leyes disponen que la prestación de servicios audiovisuales debe cumplir criterios de diversidad y pluralismo. • Ley 1834 de 2017 "Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja". Reconoce a los medios de comunicación comunitarios como parte del sector cultural y creativo, y como actores estratégicos en la economía cultural del país. Esta ley establece principios para el fortalecimiento institucional de las industrias creativas, incluyendo aquellas con base social y territorial, lo que habilita la adopción de medidas que favorezcan su sostenibilidad mediante el acceso a la pauta oficial.
<ul style="list-style-type: none"> • Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida" Incluye dentro de sus metas estratégicas el fortalecimiento de los medios comunitarios y alternativos, así como la garantía del acceso equitativo a los servicios de información y comunicación. El PND resalta la necesidad de cerrar brechas entre territorios y poblaciones, y de promover condiciones para una participación amplia en los procesos comunicativos. Este enfoque respalda la creación de un modelo legal de distribución de pauta que incorpore de forma estructural a los medios comunitarios como destinatarios legítimos de la política pública de comunicación del Estado. <p>Marco Normativo Internacional.</p> <p>Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, del 2 de noviembre de 2001, Francia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 19 - Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948). Establece que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, incluyendo la libertad de investigar, recibir y difundir informaciones e ideas por cualquier medio. Este precepto sustenta el deber de los Estados de generar condiciones normativas e institucionales que permitan el ejercicio efectivo del derecho a la información y garanticen la circulación de múltiples voces en el espacio público. La regulación equitativa de la pauta oficial contribuye a este fin al asegurar que los recursos estatales en materia de comunicación no se concentren en un solo tipo de medio. • Artículo 19 - Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966). Dispone que toda persona tiene derecho a la libertad de expresión, lo cual incluye la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones de toda índole, sin consideración de fronteras y por cualquier medio. El Comité de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en su Observación General N.º 34 (2011), ha señalado que los Estados deben adoptar medidas para evitar la concentración indebida de medios de comunicación y garantizar la pluralidad, condiciones que se ven favorecidas mediante esquemas de asignación equitativa de recursos públicos como el que propone esta ley. • Artículo 13 - Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969). Reconoce el derecho a la libertad de pensamiento y expresión, e indica que dicho derecho no puede ser restringido indirectamente a través de controles sobre medios de comunicación o recursos esenciales para su funcionamiento. En este sentido, el uso discrecional o excluyente de la pauta oficial puede constituir una forma de censura indirecta. El presente proyecto de ley se alinea con esta disposición al establecer un marco normativo objetivo, proporcional y no discriminatorio para la distribución de los recursos públicos en comunicación. • Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión (Relatoría 	<p>Especial para la Libertad de Expresión, CIDH, 2011).</p> <p>Este documento recoge lineamientos dirigidos a los Estados miembros de la OEA para garantizar que la publicidad oficial no se utilice como mecanismo de control o censura. El principio 1 establece que su asignación debe regirse por criterios claros, preestablecidos y objetivos. El principio 5 señala que no debe utilizarse para premiar o castigar líneas editoriales, y el principio 6 indica que debe promover la diversidad y pluralismo mediático. Estos principios fundamentan la propuesta de distribuir la pauta estatal bajo el principio de tercios entre medios públicos, privados y comunitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión – CIDH (2010). En su capítulo temático sobre publicidad oficial, la Relatoría advierte que el uso arbitrario o discriminatorio de los recursos estatales de comunicación puede vulnerar el derecho a la libertad de expresión. El informe recomienda a los Estados adoptar marcos normativos que aseguren la transparencia y equidad en la asignación de pauta, con criterios técnicos verificables. La presente iniciativa incorpora esta recomendación mediante la creación de un registro administrativo y la definición de categorías de medios. • Informe del Relator Especial de la ONU sobre libertad de expresión (A/66/290, 2011). Este informe advierte que la asignación selectiva o concentrada de la publicidad oficial puede afectar la independencia editorial de los medios y limitar la diversidad informativa, especialmente en contextos rurales, indígenas o periféricos. Se recomienda a los Estados establecer mecanismos normativos que promuevan el pluralismo y garanticen el acceso equitativo de todos los medios a los recursos públicos. Esta recomendación respalda la incorporación de criterios proporcionales en la legislación interna, como lo plantea este proyecto de ley. <p>III. Objeto y síntesis del proyecto de ley.</p> <p>La presente ley tiene por objeto regular la asignación de la pauta oficial por parte de las entidades del Estado, garantizando criterios de transparencia, pluralidad y equidad entre los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios del país.</p> <p>De conformidad, cuenta con los siguientes artículos:</p> <p>Artículo 1°. Objeto: Regula la asignación de la pauta oficial por parte de las entidades del Estado, garantizando criterios de transparencia, pluralidad y equidad entre medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.</p>

<p>Artículo 2°. Definiciones: Establece los conceptos clave para aplicar la ley. Define los medios comunitarios, los medios públicos, y los medios privados, así como la pauta oficial.</p> <p>Artículo 3°. Principio de tercios: Establece que el presupuesto destinado a la pauta oficial debe distribuirse en partes iguales: un tercio para medios comunitarios, un tercio para medios públicos y un tercio para medios privados.</p> <p>Artículo 4°. Caracterización de medios: Ordena crear un registro administrativo de medios, liderado por el Ministerio de las TIC con el apoyo técnico del DANE. Este registro contendrá información básica como nombre, localización, frecuencia, cobertura, enfoque poblacional y recursos recibidos. Además, se crea una instancia consultiva vinculante para definir los lineamientos del registro, integrada por el MinTIC, el DANE, tres representantes de medios comunitarios, tres de medios públicos y tres de medios privados. Los lineamientos del registro deberán actualizarse cada cinco años con participación de estos actores.</p> <p>Artículo 5°. Sanciones: Establece que el incumplimiento injustificado del principio de tercios será sancionado disciplinariamente conforme al Código Disciplinario Único.</p> <p>Artículo 6°. Reglamentación: Ordena al Gobierno Nacional reglamentar la ley en un plazo máximo de seis meses, definiendo la creación del registro, lineamientos técnicos para segmentación, mecanismos de control y seguimiento, y requisitos para contratar pauta. Los medios comunitarios en proceso de formalización tendrán dos años para cumplir progresivamente con los requisitos legales, con acompañamiento técnico del MinTIC. Además, la reglamentación sobre contratación de pauta deberá contar con la participación de la instancia consultiva creada en el artículo 4°.</p> <p>Artículo 7°. Vigencia: La ley entrará en vigor desde su promulgación y deroga las disposiciones contrarias.</p> <p>IV. Consideraciones.</p> <p>1. Justificación y conveniencia de la iniciativa</p> <p>La presente iniciativa legislativa tiene como propósito establecer un marco normativo claro, equitativo y técnicamente sustentado para la distribución de la pauta oficial financiada con recursos públicos en Colombia, quiere decir que la presente ley solamente aplica para la contratación de pauta realizada por una entidad pública, no aplica para la contratada y financiada exclusivamente por el sector privado. El objetivo principal es garantizar que dicha distribución se realice bajo principios de pluralidad</p>	<p>informativa, equidad en el acceso a los recursos estatales destinados a la comunicación institucional y transparencia en los procesos de contratación, conforme a los estándares constitucionales e internacionales vigentes.</p> <p>El proyecto propone el establecimiento del principio de tercios como criterio rector en la distribución de la pauta oficial, definiendo que un tercio del presupuesto correspondiente deberá asignarse a medios de comunicación comunitarios, un tercio a medios públicos y un tercio a medios privados. Esta medida busca corregir desequilibrios históricos en el acceso a recursos públicos de comunicación, asegurar la representatividad de diferentes sectores sociales en el ecosistema mediático nacional, y dar cumplimiento a mandatos constitucionales sobre igualdad, participación y democratización del acceso a la información.</p> <p>Importancia de la pluralidad de medios de comunicación en una democracia</p> <p>La pluralidad de medios de comunicación constituye un pilar fundamental para el funcionamiento de cualquier sistema democrático. Este principio no solo se refiere a la existencia de una variedad de medios, sino también a la garantía de acceso equitativo a los recursos, la diversidad de voces, enfoques editoriales y perspectivas socioculturales, y la posibilidad real de que todos los sectores de la sociedad participen en el debate público mediante sus propios canales informativos.</p> <p>Desde una perspectiva normativa, la libertad de expresión incluye no solo el derecho individual a emitir opiniones, sino también el derecho colectivo de la sociedad a estar informada desde diferentes fuentes y visiones del mundo. Así lo reconocen instrumentos internacionales como el Artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, que protege el derecho a "buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole", y el Artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, que prohíbe expresamente las restricciones indirectas a la libertad de expresión, incluyendo el abuso de controles oficiales sobre medios o recursos de difusión.</p> <p>En línea con estos principios, el Sistema Interamericano de Derechos Humanos ha desarrollado estándares específicos en torno a la pluralidad mediática. La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH ha afirmado que "el derecho a la libertad de expresión requiere necesariamente un entorno comunicativo diverso y pluralista que garantice la circulación de información sin discriminación y que permita el libre debate de ideas" (CIDH, <i>Informe Anual 2009</i>, Cap. III).</p> <p>La pluralidad de medios permite la formación de una opinión pública libre, la confirmación social del poder político y económico, y la visibilización de realidades locales, territoriales, rurales, comunitarias o excluidas que tradicionalmente han sido ignoradas. La existencia de múltiples voces enriquece el</p>
<p>debate democrático, protege a las minorías y previene la homogeneización informativa, fenómeno que puede conducir a formas sutiles de censura o a la captura ideológica de la opinión pública.</p> <p>Asimismo, el pluralismo mediático es reconocido por organismos internacionales como la UNESCO, que en su Declaración sobre Medios de Comunicación Independientes y Plurales (1991), señaló que "el desarrollo de una prensa libre, pluralista e independiente es esencial para el desarrollo y mantenimiento de la democracia". Este principio también es recogido en el Marco de indicadores de desarrollo de medios (UNESCO, 2008), que establece que un sistema mediático democrático debe garantizar la existencia de medios públicos, privados y comunitarios con condiciones mínimas de sostenibilidad.</p> <p>En el contexto colombiano, la Constitución Política protege la libertad de expresión y de información (Art. 20) y reconoce el espectro electromagnético como un bien público (Art. 75), lo que impone al Estado el deber de garantizar el acceso equitativo y plural a los medios de comunicación. El pluralismo informativo, por tanto, no es una concesión estatal, sino una obligación constitucional que debe expresarse también en el diseño de las políticas públicas de comunicación, incluidas aquellas que regulan el uso de la pauta oficial.</p> <p>Por otra parte, la concentración de medios ha sido identificada por organismos internacionales como una amenaza para la democracia. El Relator Especial de Naciones Unidas sobre la libertad de expresión, en su informe A/66/290 de 2011, advirtió que la acumulación de medios y la falta de diversidad informativa pueden "constituir una forma estructural de restricción al derecho a la libertad de expresión", recomendando que los Estados implementen políticas activas que garanticen el acceso equitativo a los recursos de comunicación para medios comunitarios y alternativos.</p> <p>Finalmente, cabe destacar que la pluralidad no se limita a la existencia formal de medios diversos, sino que debe garantizarse en términos materiales y económicos. Para ello, el Estado debe adoptar medidas que permitan la sostenibilidad y el acceso equitativo de todos los tipos de medios a los recursos públicos, incluyendo los presupuestos destinados a la comunicación institucional. Tal como lo sostiene la CIDH en sus <i>Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión</i> (2011), los recursos estatales de pauta oficial deben distribuirse bajo criterios objetivos, no discriminatorios y que promuevan el pluralismo.</p> <p>Situación actual en Colombia</p> <p>En Colombia no existe en la actualidad una ley que regule de manera específica la distribución proporcional y objetiva de la pauta oficial. En la práctica, estudios académicos y reportes de organizaciones especializadas han evidenciado una tendencia de concentración de la pauta en</p>	<p>grandes medios comerciales, ubicados principalmente en centros urbanos, lo que restringe la posibilidad de acceso a recursos públicos por parte de medios comunitarios, alternativos, regionales y rurales. Esta situación ha sido documentada, entre otros, por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, que ha señalado la importancia de evitar el uso discriminatorio o arbitrario de la pauta oficial, así como de garantizar criterios objetivos, transparentes y no partidistas en su asignación (CIDH, 2010).</p> <p>De acuerdo con la información recaudada por el proyecto Pauta Visible de la FLIP, entre 2016 y 2020, 75 entidades de todo el país invirtieron cerca de 860 mil millones de pesos en contratos de publicidad oficial. La FLIP ha identificado patrones y abusos en la asignación de publicidad oficial a través de diferentes investigaciones que dan luces sobre un asunto determinante para la sostenibilidad de los medios de comunicación, para la garantía del acceso a la información de la ciudadanía y, en últimas, para la libertad de expresión.</p> <p>Además, ante la falta de regulación en la entrega de la pauta oficial se han promovido prácticas nocivas como la contratación directa, la falta de regulación y de transparencia en los recursos que se asignan a los medios de comunicación sin marcas evidentes de publicidad pagada, así como generación de monopolios en todos los niveles nacional, departamentales y municipal en los tres sectores de medios, de acuerdo a las realidades políticas e intereses particulares desde los cuales la pauta se concentra en medios privados, públicos o comunitarios.</p> <p>El análisis del comportamiento del gasto público destinado a publicidad oficial en Colombia durante las últimas décadas evidencia que este rubro representa una inversión significativa dentro de los presupuestos de los gobiernos nacionales y territoriales. A pesar de su relevancia cuantitativa y política, este tipo de gasto ha carecido históricamente de un marco normativo robusto que regule su distribución con base en principios de equidad, pluralidad y objetividad. En ese contexto, el presente proyecto de ley propone una medida concreta: la adopción del principio de tercios, como criterio técnico para asignar los recursos públicos de pauta entre medios comunitarios, públicos y privados, en partes iguales.</p> <p>Diversas investigaciones periodísticas, informes especializados y bases de datos públicas han documentado el volumen de inversión en comunicación institucional y publicidad oficial por parte del Estado colombiano. Según datos recopilados por la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) a través de su plataforma Pauta Visible, solo entre los años 2018 y 2022 las entidades estatales del orden nacional celebraron más de quince contratos a través del Departamento Administrativo de la Presidencia (DAPRE) para el manejo de estrategia comunicacional, por un valor superior a los 46.000 millones de pesos. Estos recursos fueron canalizados principalmente hacia campañas de divulgación</p>

<p>institucional, servicios de prensa y contenidos orientados a posicionar la gestión del gobierno nacional ante la ciudadanía (FLIP, 2022).</p> <p>En cuanto a los niveles territoriales, el gasto en publicidad oficial presenta cifras igualmente representativas. Por ejemplo, según la FLIP, la Alcaldía Mayor de Bogotá ejecutó, entre enero de 2020 y septiembre de 2022, más de 81.500 millones de pesos en pauta institucional, lo que equivale a un promedio de 74 millones de pesos diarios invertidos en mensajes publicitarios financiados con recursos públicos. De ese total, más del 47% fue canalizado a través de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá (ETB), en una estrategia de contratación directa que concentró el manejo de medios en una entidad pública local (FLIP, 2022).</p> <p>La situación no es exclusiva de la capital. En Barranquilla, durante el mismo periodo, se reportó un gasto acumulado en publicidad estatal que superó los 94.600 millones de pesos, una cifra que posicionó a esta ciudad como la de mayor inversión en pauta oficial entre las administraciones locales del país. Estos datos, extraídos del mismo programa Pauta Visible, permiten dimensionar el impacto presupuestal del rubro de comunicaciones institucionales en entes territoriales con capacidad fiscal significativa (FLIP, 2023).</p> <p>A nivel nacional, el patrón de gasto ha continuado durante el actual periodo presidencial. De acuerdo con un informe de Infobae Colombia basado en datos oficiales, entre agosto de 2022 y diciembre de 2024, el gobierno habría invertido más de 131.000 millones de pesos en contratos de publicidad oficial. Solo en 2024, se firmaron acuerdos por más de 63.000 millones de pesos, distribuidos principalmente entre agencias de comunicaciones y medios tradicionales, y en el gobierno anterior aproximadamente 40.000 millones de pesos durante los cuatro años de mandato (Infobae, 2025).</p> <p>Cabe destacar que algunos de estos recursos han sido gestionados a través de partidas especiales como el Fondo de Programas Especiales para la Paz (Fondo Paz). Según una investigación de El Tiempo, entre 2018 y 2020, se destinaron aproximadamente 46.000 millones de pesos del Fondo Paz a gastos de publicidad institucional de la Presidencia de la República. Estos recursos fueron utilizados para posicionar campañas como "Colombia Avanza" o "Presidencia en las regiones", entre otras. Aunque jurídicamente posible, esta práctica evidenció la ausencia de criterios normativos específicos que regulen los fines, contenidos y destinatarios de la pauta oficial, así como su distribución proporcional entre tipos de medios (El Tiempo, 2020).</p> <p>En el plano de los medios comunitarios y regionales, estudios elaborados por la FLIP y la organización Colombiacheck han advertido que estos actores enfrentan múltiples barreras para acceder a la contratación estatal de publicidad oficial, ya sea por su falta de formalización, su limitada capacidad</p>	<p>administrativa o la concentración de la contratación en medios grandes con presencia nacional. En muchos casos, estos medios desempeñan funciones clave en territorios rurales o periféricos, donde no existe presencia de grandes medios privados o públicos, pero no reciben proporcionalmente recursos del Estado para su sostenimiento o fortalecimiento.</p> <p>La ausencia de un marco legal que garantice una distribución equitativa de la pauta oficial ha generado vacíos normativos y prácticas desiguales. La evidencia empírica muestra que el gasto público en este rubro no es marginal, sino considerable. Por ello, se hace necesario establecer principios y criterios objetivos que permitan su asignación con base en mecanismos transparentes, proporcionales e inclusivos.</p> <p>El presente proyecto de ley no pretende limitar el gasto en publicidad oficial, o establecer privilegios para unos medios de comunicación en específico, sino regular su distribución bajo el principio de tercios, de forma que los recursos públicos beneficien de manera proporcional a los tres tipos reconocidos de medios: comunitarios, públicos y privados. Esta medida busca asegurar que los recursos invertidos por el Estado en comunicación institucional contribuyan efectivamente a la democratización de la información y al fortalecimiento del ecosistema mediático en su conjunto.</p> <p>Derecho comparado</p> <p>Diversos países han adoptado marcos normativos orientados a garantizar que la publicidad oficial se distribuya bajo criterios objetivos, proporcionales y no discriminatorios. Aunque no todos han implementado sistemas con distribución obligatoria entre tipos de medios, como el principio de tercios propuesto en el presente proyecto de ley, sí han establecido estándares legales y políticas públicas que promueven la pluralidad informativa, la transparencia en la asignación de recursos y la prevención de prácticas arbitrarias.</p> <p>1. Ecuador.</p> <p>Ecuador constituye un caso paradigmático en la región, al haber incorporado de forma explícita el principio de tercios en su legislación nacional. En 2022, mediante una reforma a la Ley Orgánica de Comunicación, se estableció que el Estado debe distribuir la pauta oficial de la siguiente manera: 33 % para medios privados, 33 % para medios públicos y 34 % para medios comunitarios. Esta reforma fue objeto de control constitucional y validada por la Corte Constitucional del Ecuador, la cual concluyó que esta medida no constituye un trato discriminatorio, sino una acción afirmativa para corregir asimetrías estructurales en el acceso a los recursos públicos destinados a la comunicación institucional. La norma busca asegurar el pluralismo informativo, la participación de medios locales y la democratización de la comunicación en el país.</p>
<p>2. España.</p> <p>En Europa, España cuenta con la Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional, que establece reglas claras para el uso de recursos públicos en campañas informativas del Estado. Esta normativa exige que toda publicidad institucional tenga como fin informar a la ciudadanía sobre derechos, deberes y servicios públicos, prohíbe expresamente la promoción de logros de gobierno, y obliga a las administraciones públicas a presentar un plan anual de comunicación, así como a rendir cuentas sobre los contratos ejecutados. Si bien la ley no establece porcentajes de asignación entre tipos de medios, incorpora principios clave como objetividad, eficiencia, transparencia y pluralidad.</p> <p>3. Canadá-</p> <p>En Canadá, el Gobierno Federal aplica desde 2016 una Política de Comunicaciones e Identidad, mediante la cual regula de forma centralizada la planeación, ejecución y supervisión de la publicidad estatal. Esta política impone criterios técnicos rigurosos para la selección de medios, obliga a justificar cada campaña ante la ciudadanía, y prohíbe el uso partidista o electoral de los recursos públicos. Además, contempla mecanismos de auditoría pública y acceso a la información. Aunque no incorpora el principio de tercios, la experiencia canadiense demuestra que es posible estructurar un sistema de asignación de pauta estatal con alto grado de transparencia, neutralidad y control institucional.</p> <p>4. Argentina y Uruguay.</p> <p>Tanto en Argentina como en Uruguay, la legislación en materia de medios ha avanzado en el reconocimiento legal de los medios comunitarios. En ambos países, se ha establecido que el 33 % del espectro radioeléctrico debe reservarse para medios comunitarios sin fines de lucro. Este criterio, aunque no regula directamente la distribución de la pauta oficial, evidencia una orientación legal a favor del pluralismo y la inclusión. En Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522 de 2009) establece mecanismos de fomento, acceso equitativo y participación para medios sin ánimo de lucro, incluyendo fondos concursables y beneficios fiscales.</p> <p>5. Perú.</p> <p>En Perú, la Ley 28874 de 2006 regula el gasto en publicidad estatal, estableciendo que este debe orientarse exclusivamente a fines informativos de interés general. La norma prohíbe expresamente el uso de la pauta con fines personales o partidistas, y obliga a las entidades públicas a sustentar la necesidad y oportunidad de cada campaña. En 2023, mediante la Ley 31515, se introdujeron reformas que fortalecen los principios de austeridad, transparencia y rendición de cuentas. Aunque no existe una disposición que obligue a dividir el gasto por tipo de medio, sí se han creado mecanismos de</p>	<p>publicación obligatoria de contratos y criterios para asegurar la inclusión de medios regionales y locales.</p> <p>La revisión de estas experiencias demuestra que existe una tendencia normativa, tanto en América Latina como en otros sistemas democráticos, hacia la regulación transparente, técnica y equitativa del gasto público en publicidad institucional. Mientras algunos países han optado por establecer criterios de pluralidad o medidas de acción afirmativa (como Ecuador), otros han centrado sus esfuerzos en asegurar la legalidad, austeridad, rendición de cuentas y control ciudadano (como España, Canadá o Perú).</p> <p>En ese contexto, la propuesta colombiana de establecer el principio de tercios representa un paso complementario, innovador y coherente con los estándares internacionales, que busca garantizar una distribución proporcional de los recursos públicos destinados a la comunicación oficial, promoviendo la inclusión de todos los tipos de medios en el ecosistema informativo nacional.</p>

REFERENCIAS

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

Asamblea General de las Naciones Unidas. (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2022). *Ley Orgánica de Comunicación (reforma de 2022)*. Registro Oficial Suplemento 435. <https://www.registrooficial.gob.ec>

Cambio Colombia. (2023, junio 14). *Millones en opinión pública: radiografía al gasto de la Presidencia en comunicaciones*. <https://cambio colombia.com/poder/millones-en-opinion-publica-radiografia-al-gasto-de-la-presidencia-en-comunicaciones>

CIDH – Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2010). *Informe Anual 2010 – Capítulo temático sobre publicidad oficial*. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/2010%20esp.pdf>

CIDH – Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2011). *Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión*. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=848&IID=2>

Congreso de la Nación Argentina. (2009). *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Boletín Oficial de la República Argentina. <https://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

Congreso de la República de Colombia. (1993). *Ley 80 de 1993: Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1346>

Congreso de la República de Colombia. (1995). *Ley 182 de 1995: Por la cual se reglamenta el servicio público de televisión*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=2850>

Congreso de la República de Colombia. (2009). *Ley 1341 de 2009: Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las TIC*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36553>

Congreso de la República de Colombia. (2016). *Ley 1806 de 2016: Por medio de la cual se dictan disposiciones para fortalecer la radio comunitaria y cultural*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=74775>

Congreso de la República de Colombia. (2017). *Ley 1834 de 2017: Ley de Economía Naranja*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=82634>

Congreso de la República de Colombia. (2019). *Ley 1978 de 2019: Por la cual se moderniza el sector TIC*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=102722>

Congreso de la República del Perú. (2006). *Ley 28874: Ley que regula la publicidad estatal*. Diario Oficial El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe>

Congreso de la República del Perú. (2022). *Ley 31515: Ley que modifica la Ley 28874 para garantizar la transparencia en la contratación de publicidad estatal*. <https://www.gob.pe/institucion/pcm/normas-legales/3204566-ley-n-31515>

Constitución Política de Colombia. (1991). https://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2022). *Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026: Colombia, Potencia Mundial de la Vida*. <https://colaboracion.dnp.gov.co>

El Espectador. (2020, octubre 20). *La billetera de Duque*. <https://www.elespectador.com/politica/la-billetera-de-duque/>

El Espectador. (2024, abril 10). *El gasto en publicidad oficial se ha desbordado*. <https://www.elespectador.com/opinion/editorial/el-gasto-en-publicidad-oficial-se-ha-desbordado/>

El Espectador. (2024, junio 5). *Así se movió la publicidad oficial en alcaldías y gobernaciones en los últimos cuatro años*. <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/asi-se-movio-la-publicidad-oficial-en-alcaldias-y-gobernaciones-en-los-ultimos-cuatro-anos/>

El Tiempo. (2020, octubre 18). *¿Por qué usaron dineros del Fondo Paz para posicionar imagen de Duque?* <https://www.eltiempo.com/politica/congreso/por-que-usaron-dineros-del-fondo-paz-para-posicionar-imagen-de-duque-549895>

Esfera Comunicacional. (2022, noviembre 30). *Ecuador: medios comunitarios obtendrán el 34 % de la publicidad estatal tras la reforma a la Ley de Comunicación*. <https://esferacomunicacional.ar/ecuador-medios-comunitarios-obtendran-el-34-de-la-publicidad-estatal-tras-la-reforma-a-la-ley-de-comunicacion/>

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP). (2022). *Pauta Visible*. <https://flip.org.co/publicaciones/otras-publicaciones?pagina=1&tematicas=Pauta%20Visible>

Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP). (2022, octubre 27). *Alcaldía de Bogotá ha gastado más de 81 mil millones de pesos en pauta oficial*. <https://flip.org.co/en/publicaciones/otras-publicaciones?item=alcaldia-de-bogota-ha-gastado-mas-de-81-mil-millones-de-pesos-en-pauta-oficial>

Gobierno de España. (2005). *Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional*. Boletín Oficial del Estado (BOE) N.º 282. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2005-18579>

Government of Canada. (2016). *Policy on Communications and Federal Identity*. Treasury Board of Canada Secretariat. <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-eng.aspx?id=30683>

HACER.org. (2017). *Colombia: El gasto publicitario del gobierno de Santos, la gran verdad desconocida*. <https://www.hacer.org/latam/colombia-el-gasto-publicitario-del-gobierno-de-santos-la-gran-verdad-desconocida-kien-y-ke/>

Infobae. (2025, enero 19). *Esta es la millonada que se ha gastado el presidente Gustavo Petro en propaganda para su gobierno: supera los \$100.000 millones*. <https://www.infobae.com/colombia/2025/01/19/esta-es-la-millonada-que-se-ha-gastado-el-presidente-gustavo-petro-en-propaganda-para-su-gobierno-supera-los-100000-millones/>

La Rue, F. (2011). *Informe del Relator Especial de Naciones Unidas sobre la libertad de expresión (A/66/290)*. <https://undocs.org/es/A/66/290>

La Silla Vacía. (2023, julio 24). *Petro les corta la publicidad a los medios y la gasta en él*. <https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/petro-les-corta-la-publicidad-a-los-medios-y-la-gasta-en-el/>

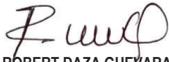
Organización de los Estados Americanos (OEA). (1969). *Convención Americana sobre Derechos Humanos*. <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/normativa/convencion.asp>

RCN Radio. (2022, septiembre 28). *Gastos de publicidad oficial de administración Duque y otros gobiernos*. <https://www.rcnradio.com/politica/gastos-de-publicidad-oficial-de-administracion-duque-y-otros-gobiernos>

República Oriental del Uruguay. (2014). *Ley 19.307 de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Diario Oficial. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>

UNESCO. (1991). *Declaración de Windhoek sobre Medios de Comunicación Independientes y Plurales*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000090638>

UNESCO. (2008). *Indicadores de desarrollo mediático: Marco de indicadores para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000168056>

<p>V. Competencia del congreso.</p> <p>a. Constitucional:</p> <p>"ARTÍCULO 114. Corresponde al Congreso de la República reformar la Constitución, hacer las leyes y ejercer control político sobre el gobierno y la administración.</p> <p>El Congreso de la República, estará integrado por el Senado y la Cámara de Representantes (...)"</p> <p>"ARTÍCULO 150. Corresponde al Congreso hacer las leyes. Por medio de ellas ejerce las siguientes funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretar, reformar y derogar las leyes <p>(...)"</p> <p>b. Legal:</p> <p>Ley 3 De 1992. Por La Cual Se Expiden Normas Sobre Las Comisiones Del Congreso De Colombia Y Se Dictan Otras Disposiciones.</p> <p>"ARTÍCULO 2º Tanto en el Senado como en la Cámara de Representantes funcionarán Comisiones Constitucionales Permanentes, encargadas de dar primer debate a los proyectos de acto legislativo o de ley referente a los asuntos de su competencia.</p> <p>Las Comisiones Constitucionales Permanentes en cada una de las Cámaras serán siete (7) a saber"</p> <p>Ley 5 de 1992. Por la cual se expide el reglamento del congreso; el senado y la cámara de representantes</p> <p>"ARTÍCULO 6o. CLASES DE FUNCIONES DEL CONGRESO. El Congreso de la República cumple:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Función CONSTITUYENTE, para reformar la Constitución Política mediante actos legislativos. 2. Función LEGISLATIVA, para elaborar, interpretar, reformar y derogar las leyes y códigos en todos los ramos de la legislación <p>(...)</p> <p>En el caso particular, se considera que el presente proyecto debe tramitarse a través de la Comisión Sexta Constitucional, en tanto tiene como propósito reconocer y promover el pensamiento crítico y</p>	<p>humanista colombiano como una de las bases fundamentales de la educación para la paz; así las cosas, y siendo la educación una temática propia de esta comisión.</p> <p>VI. Impacto fiscal.</p> <p>El presente proyecto de ley, al no ordenar gasto, no comprende un impacto fiscal y por lo tanto no requiere cumplir con lo establecido en el artículo 7º de la Ley 819 de 2003, ni se encuentra condicionado al aval del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.</p> <p>Es de resaltar que el artículo 7 de la Ley 819 de 2003, establece:</p> <p>Artículo 7. Análisis fiscal de las normas. <i>En todo momento, el impacto fiscal de cualquier proyecto de ley, ordenanza o acuerdo que ordene gasto o que otorgue plazo.</i></p> <p><i>Para estos propósitos, deberá incluirse expresamente en la exposición de motivos y en las ponencias de trámite respectivas los costos fiscales de la iniciativa y la fuente de ingreso.</i></p> <p><i>El Ministerio de Hacienda y Crédito Público, en cualquier tiempo durante el respectivo trámite en el Congreso de la República, deberá rendir su concepto frente a la consistencia de lo dispuesto en el inciso anterior. En ningún caso este concepto podrá ir en contravía del Marco Fiscal de Mediano Plazo. Este informe será publicado en la Gaceta del Congreso.</i></p> <p><i>Los proyectos de ley de iniciativa gubernamental, que planteen un gasto adicional o una reducción de ingresos, deberán contener la correspondiente fuente sustitutiva por disminución de gasto o aumentos de ingresos, lo cual deberá ser analizado y aprobado por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.</i></p> <p><i>En las entidades territoriales, el trámite previsto en el inciso anterior será surtido ante la respectiva Secretaría de Hacienda o quien haga sus veces.</i></p> <p>En este orden de ideas se tiene que el presente proyecto de ley no vulnera la Constitución ni la Ley, en cuanto su intención no es conminar u ordenar de manera imperativa un gasto.</p> <p>VII. Conflicto de interés.</p> <p>Según lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019 que modificó el artículo 291 de la Ley 5 de 1992 "el autor del proyecto y el ponente presentarán en el cuerpo de la exposición de motivos un acápite que describa las circunstancias o eventos que podrían generar un conflicto de interés para la</p>
<p><i>discusión y votación del proyecto, de acuerdo con el artículo 286. Estos serán criterios guías para que los otros congresistas tomen una decisión en torno a si se encuentran en una causal de impedimento, no obstante, otras causales que el congresista pueda encontrar".</i></p> <p>Por lo cual, en cumplimiento de lo dispuesto en el marco normativo citado, me permito señalar que en el trámite de este proyecto podrán presentarse conflictos de interés moral por parte de aquellos congresistas que por razones de conciencia no quieran participar en la discusión y votación del presente proyecto. De igual forma, podrían incurrir en conflicto de interés los congresistas, cónyuge, compañero o compañera permanente, o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil que puedan obtener beneficios directos o actuales del presente proyecto.</p> <p><u>No se efectuaron modificaciones al texto radicado en la Secretaría General del Senado de la República.</u></p>	<p>VIII. Proposición.</p> <p>Por lo anteriormente expuesto presento ponencia positiva sin modificaciones y solicito a los Honorables Senadores miembros de la Comisión VI del Senado de la República, dar primer debate al Proyecto de Ley No. 128 de 2025 Senado "Por medio de la cual se regula la distribución de la pauta oficial del Estado, se garantiza la pluralidad informativa, se promueven principios de equidad y proporcionalidad y se dictan otras disposiciones" según el texto propuesto.</p> <p>Atentamente,</p> <p> ROBERT DAZA GUEVARA Senador de la República Pacto Histórico</p>

<p>IX. Texto propuesto para primer debate del Proyecto de Ley No. 128 de 2025 Senado</p> <p>“POR MEDIO DE LA CUAL SE REGULA LA DISTRIBUCIÓN DE LA PAUTA OFICIAL DEL ESTADO, SE GARANTIZA LA PLURALIDAD INFORMATIVA, SE PROMUEVEN PRINCIPIOS DE EQUIDAD Y PROPORCIONALIDAD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”</p> <p style="text-align: center;">CONGRESO DE LA REPÚBLICA DECRETA:</p> <p>Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la asignación de la pauta oficial por parte de las entidades del Estado, garantizando criterios de transparencia, pluralidad y equidad entre los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios del país.</p> <p>Artículo 2°. Definiciones. Para efectos de la presente ley serán usadas las siguientes definiciones.</p> <p>a. Medios de comunicación comunitarios: Son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponde a los movimientos y organizaciones sociales, colectivos, comunidades, poblaciones y sectores sociales. Se caracterizan por llevar a cabo procesos mediante los cuales, las comunidades asumen una voz propia y ejercen el derecho a la comunicación democrática. Promueven una amplia participación y fortalecimiento de las comunidades a las que sirven y de las que son parte. Estos medios se definen por su programación pluralista, inclusiva, intercultural, académica, educativa y formativa, con enfoque de género, defensora de los derechos humanos y de la naturaleza, orientada hacia la transformación social. Además, cuentan con una gestión técnica, administrativa y financiera de carácter comunitario, lo que indica que se separan de modelos de gestión corporativos. Se presentan en diversos formatos: impresos, sonoros, audiovisuales y digitales, con diferentes tipos de periodicidad.</p> <p>b. Medios de comunicación públicos: Son instituciones públicas con finalidad pública y no tienen fines de lucro; tienen presencia en los niveles nacionales, departamentales, distritales y locales. La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, administración, control y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Los medios públicos, además, son los que permiten que todos los ciudadanos tengan acceso a</p>	<p>información relevante del Estado y deben garantizar el acceso a contenidos diversos, plurales con enfoque informativo y formativo, objetivo e imparcial.</p> <p>c. Medios de comunicación privados: Son personas jurídicas de derecho privado con finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios comerciales de divulgación, de su propia creación o provista por terceros, a través de diversos formatos impresos, sonoros, audiovisuales y digitales y en periodicidades definidas por sus dueños. Se caracterizan por una gestión técnica, administrativa y financiera de carácter corporativo y privado. Además, sus contenidos responden a una agenda propia que no necesariamente es de interés del público en general o del Estado, pueden estar enfocados en una sola temática o responder a modelos mixtos de programación.</p> <p>d. Pauta oficial: Se entiende como toda forma de contratación o divulgación de mensajes institucionales, campañas publicitarias, anuncios gubernamentales o información de interés público que sea financiada total o parcialmente con recursos públicos, mediante cualquier medio de comunicación o plataforma de difusión.</p> <p>Artículo 3°. Principio de tercios. Las entidades del orden nacional, departamental, distrital y municipios deberán distribuir los recursos destinados a la pauta oficial de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un tercio del presupuesto total deberá asignarse a los medios de comunicación comunitarios. 2. Un tercio del presupuesto total deberá destinarse a los medios de comunicación públicos. 3. Un tercio del presupuesto total deberá asignarse a los medios de comunicación privados. <p>Artículo 4°. Caracterización. El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el asesoramiento técnico del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), liderará la creación de un registro administrativo que permita la caracterización de los medios de comunicación previamente descritos.</p> <p>Parágrafo 1°. Este registro administrativo recogerá los datos generales, como nombre, localización, frecuencia, periodicidad, cobertura, enfoque poblacional y recursos percibidos para la sostenibilidad de cada uno de los medios de comunicación objeto de la presente ley.</p> <p>Parágrafo 2°. Para la elaboración de este registro administrativo deberá crearse una instancia consultiva vinculante que permita establecer los lineamientos indicados en el parágrafo 1° de este artículo, así como las demás características consideradas relevantes para cada grupo de medio de comunicación. Esta instancia estará integrada de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. El Ministro/a de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, o su delegado/a.
--	--

<p>b. El Director/a del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, o su delegado/a.</p> <p>c. Tres (3) representantes de los medios de comunicación comunitarios.</p> <p>d. Tres (3) representantes de los medios de comunicación públicos.</p> <p>e. Tres (3) representantes de los medios de comunicación privados.</p> <p>Parágrafo 3°. Los lineamientos de caracterización indicados en el presente registro administrativo deberán ser actualizados cada cinco (5) años contando con la participación de los actores indicados en el presente artículo.</p> <p>Artículo 5°. Sanciones. El incumplimiento injustificado del principio de tercios dará lugar a sanciones disciplinarias para el funcionario responsable, conforme con el Código Disciplinario Único.</p> <p>Artículo 6°. Reglamentación. El Gobierno Nacional reglamentará la presente ley en un plazo no mayor a seis meses, concerniente a la creación del Registro Administrativo, lineamientos técnicos para la segmentación, los mecanismos de control y seguimiento, y los requisitos para la contratación de pauta objeto de la presente iniciativa.</p> <p>Parágrafo 1°. Los medios de comunicación comunitarios que estén en proceso de formalización contarán con un término de dos (2) años para efectos de cumplir de manera progresiva con las obligaciones administrativas, comerciales, financieras y técnicas definidas en la normatividad vigente. El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberá brindar el asesoramiento técnico necesario para cumplir con la formalización de estos medios de comunicación.</p> <p>Parágrafo 2°. El proceso de reglamentación de los requisitos para la contratación de pauta deberá hacerse con la participación de la instancia consultiva referenciada en el parágrafo 2° del artículo 4° de la presente ley.</p> <p>Artículo 7°. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p> <p>Atentamente,  ROBERT DAZA GUEVARA Senador de la República Pacto Histórico</p>	
---	--

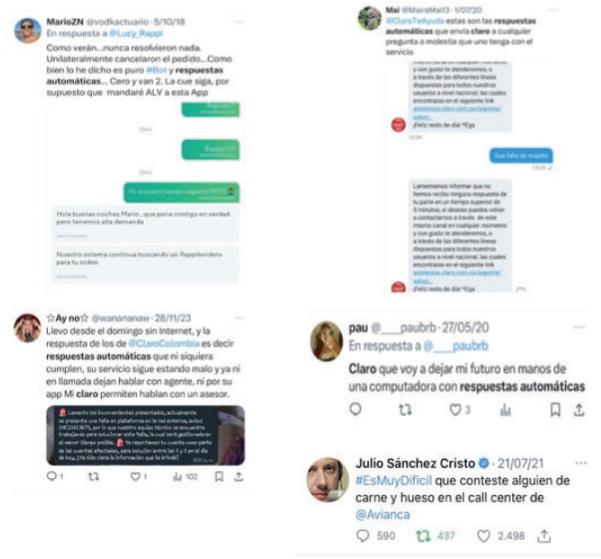
INFORME DE PONENCIA POSITIVA PARA SEGUNDO DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NÚMERO 396 DE 2025 SENADO

por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente -Ley Atención Humana al Cliente-

<p>Bogotá D.C., 9 de septiembre de 2025</p> <p>Honorable Senador LIDIO GARCIA TURBAY Presidente para la Comisión Sexta Constitucional Senado de la República Ciudad</p> <p>Asunto: Informe de ponencia positiva para segundo debate del Proyecto de Ley 396 de 2025 "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente" -Ley Atención Humana al cliente-</p> <p>Respetado señor presidente:</p> <p>En cumplimiento de la designación realizada por la Mesa Directiva de la Comisión Sexta Constitucional del Senado de la República y de conformidad con las disposiciones establecidas en la Ley 5a de 1992, me permito rendir informe de ponencia para segundo debate al proyecto de Ley 396 de 2025 "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente" -Ley Atención Humana al cliente-.</p> <p>Atentamente,</p>  <p>JULIO ALBERTO ELÍAS VIDAL Senador de la República</p>	<p>I. TRÁMITE DE LA INICIATIVA</p> <p>El proyecto de Ley 396 de 2025 "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente" -Ley Atención Humana al cliente-, fue presentado el pasado 11 de marzo de 2025 y publicado en la gaceta Gac n 310/2025.</p> <p>Con posterioridad el proyecto fue remitido a la Comisión Sexta Constitucional Permanente, bajo el radicado PL 396 de 2025 Senado, el cual me fue asignado como único ponente por la mesa directiva, el pasado 21 de marzo de 2025.</p> <p>El 29 de mayo de 2025, el proyecto fue debatido en primer debate y aprobado por la Comisión Sexta del Senado de la República. El 9 de junio, la mesa directiva me designó como ponente para segundo debate.</p> <p>II. OBJETO</p> <p>La iniciativa legislativa tiene por objeto garantizar el derecho de los usuarios a recibir atención humana directa y personalizada en los servicios de atención al cliente, evitando que los sistemas automatizados sean el único medio de comunicación disponible para aquellos casos que presentan dificultad y no pueden ser resueltos por un medio automatizado o chatbot. Se busca asegurar respuestas eficientes y certeras a los ciudadanos por parte de todos los prestadores de servicios en el territorio nacional públicos o privados.</p> <p>III. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS</p> <p>El presente proyecto de ley tiene como propósito fundamental garantizar el derecho de los usuarios y consumidores a recibir una atención humana, directa y personalizada en los servicios de atención al cliente de entidades públicas y privadas en Colombia.</p> <p>La legislación en Colombia referente al servicio al cliente ha dado importantes avances en los últimos años en materia de protección de datos personales, responsabilidad empresarial e implementación de tecnologías para dar respuesta a los usuarios. Sin embargo, a la fecha no existe una regulación específica que establezca límites al uso de herramientas automatizadas como mecanismo único para la atención al cliente.</p> <p>En la era de la digitalización y la inteligencia artificial, se ha observado una tendencia creciente a reemplazar por completo la atención humana con sistemas automatizados como contestadores, bots y otras tecnologías que, si bien pueden</p>
<p>ofrecer eficiencias operativas para las empresas, frecuentemente generan frustración, desorientación y vulneración de derechos en los consumidores, sobre todo en aquellos casos difíciles que no pueden ser aun resueltos por medio de un sistema automatizado o chatbot.</p> <p>Este proyecto no busca prohibir o limitar el uso de tecnologías en la atención al cliente, sino asegurar que estas herramientas sean complementarias y no sustitutivas de la atención humana, garantizando que los usuarios siempre tengan la opción de ser atendidos por una persona real cuando así lo requieran.</p> <p>La iniciativa legislativa pretende equilibrar la implementación de innovaciones tecnológicas con la protección de los derechos fundamentales de los consumidores, particularmente de aquellos en situación de vulnerabilidad como adultos mayores, personas con discapacidad o habitantes de zonas con limitado acceso tecnológico, para quienes la atención exclusivamente automatizada puede constituir una barrera infranqueable en el acceso a servicios esenciales.</p> <p>La revolución digital ha transformado radicalmente la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Si bien estas tecnologías ofrecen ventajas como la disponibilidad permanente y la capacidad de procesar grandes volúmenes de consultas, también presentan limitaciones significativas para poblaciones vulnerables, en la resolución de problemas complejos y frente a la persistente brecha digital en nuestro país.</p> <p>A través de modificaciones específicas al Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y al Código de Procedimiento Administrativo (Ley 1437 de 2011), esta ley establece un marco normativo que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garantiza atención humana oportuna y eficaz cuando el usuario requiera asistencia especializada, complementando los sistemas automatizados existentes. 2. Permite que los sistemas automatizados sean el primer canal de atención, pero asegura acceso claro y accesible a operadores humanos para consultas complejas, reclamos o cuando el sistema no pueda resolver satisfactoriamente la solicitud. 3. Establece criterios diferenciados según el tipo de empresa, sector y modalidad de servicio, promoviendo la coexistencia eficiente entre sistemas automatizados y atención humana. 4. Mejora la efectividad de los sistemas automatizados mediante lineamientos que evalúan indicadores como la tasa de resolución en primer contacto, claridad de opciones y facilidad de acceso a atención humana. <p>En definitiva, este proyecto busca equilibrar la innovación tecnológica con la humanización del servicio, asegurando que el avance de los sistemas</p>	<p>automatizados se traduzca en una mejor experiencia para el usuario, garantizando respuestas eficientes y especializadas cuando las circunstancias lo requieran, sin imponer cargas desproporcionadas a las empresas.</p> <p>A. ESTUDIOS SOBRE EL IMPACTO DE LA AUTOMATIZACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE</p> <p>Según la investigación "Satisfacción del cliente en la logística: un análisis de chatbots en las empresas líderes de Colombia, Perú y Ecuador", existe una clara desconexión entre la implementación de tecnologías automatizadas y las preferencias reales de los usuarios. Una encuesta realizada por HubSpot revela datos contundentes: en Colombia, la mayoría de los consumidores sigue prefiriendo canales de atención que involucran interacción humana directa - 44% opta por atención telefónica y 30% por atención presencial - mientras que apenas un 4.8% prefiere utilizar herramientas automatizadas como chatbots.</p> <p>Esta misma investigación muestra que la satisfacción general con los servicios de atención al cliente es preocupantemente baja, con sólo un 10.8% de usuarios manifestándose completamente satisfechos. Más revelador aún es que el 81.6% de los encuestados reporta que sus problemas fueron resueltos sólo parcialmente, mientras que apenas el 14.8% considera que sus inquietudes fueron atendidas de manera completa.</p> <p>Este proyecto no pretende prohibir o limitar el uso de tecnologías en la atención al cliente, sino asegurar que estas herramientas sean complementarias y no sustitutivas de la atención humana, garantizando que los usuarios siempre tengan la opción de ser atendidos por una persona real cuando así lo requieran o prefieran.</p> <p>La iniciativa legislativa busca equilibrar la implementación de innovaciones tecnológicas con la protección de los derechos fundamentales de los consumidores, particularmente de aquellos en situación de vulnerabilidad como adultos mayores, personas con discapacidad o habitantes de zonas con limitado acceso tecnológico, para quienes la atención exclusivamente automatizada puede constituir una barrera infranqueable en el acceso a servicios esenciales.</p> <p>Los estudios también evidencian que, aunque la tecnología está ganando espacio en el servicio al cliente, la humanización sigue siendo crucial. Los usuarios valoran la empatía y la capacidad de los agentes para resolver problemas complejos, algo que la tecnología no puede replicar completamente. Las empresas que combinan efectivamente la tecnología con un trato humano obtienen mejores resultados.</p>

B. DENUNCIAS CIUDADANAS

Se han identificado múltiples casos, a través de evidencias recopiladas en la red social X, donde usuarios reportan haber sido sujetos de inconvenientes a causa de la imposibilidad que en ocasiones se genera para recibir atención por parte de las empresas. Entre las denuncias más comunes se destacan:



C. DERECHO COMPARADO

La investigación realizada sobre derecho comparado nos da muestras que este es un tema del cual no se ha profundizado en gran medida, si bien se refleja con preocupación generalizada, hay muchos países que han presentado una propuesta legislativa al respecto, mientras que países como Perú, ya han abordado la problemática mediante una modificación en su marco normativo. Ahora bien cabe resaltar que la Unión Europea y Estados Unidos han implementado medidas respecto del uso de bots, como es el uso de estos con transparencia.

País/Región	Ley/Proyecto	Obligación de atención humana	Tiempo máximo de espera	En vigor/proceso legislativo
España	Anteproyecto de Ley de Atención a la Clientela (2024) ^[1]	Sí, pero aún en trámite legislativo	A definir en reglamentación	En trámite parlamentario
Unión Europea	Reglamento de IA (AI Act, 2023) ^[2]	No obligatorio, pero se exige transparencia en uso de bots	No aplica	Sí, en vigor
Perú	Ley 31601 (2022) - Código del Consumidor ^[3]	Sí, cualquier servicio que use bots debe ofrecer opción humana	No especificado	Sí, en vigor

Argentina (proyecto)	Proyecto de Ley de Atención Personalizada (2024) ^[4]	Sí, en telecomunicaciones (telefonía, internet, TV)	No especificado	En discusión en el Congreso
Estados Unidos (California)	BOT Disclosure Act (SB-1001, 2019) ^[5]	No, solo transparencia (debe informarse si es un bot)	No aplica	Sí, en vigor
Estados Unidos (Federal)	Blueprint for an AI Bill of Rights (2023) ^[6]	No, pero se recomienda opción humana en servicios críticos	No aplica	No vinculante, guía de política pública

1. España: Proyecto de Ley de Atención a la Clientela (2024)

España está en proceso de aprobar una ley que regulará la atención al cliente en grandes empresas y sectores esenciales. El proyecto busca prohibir la atención exclusivamente automatizada, garantizando que los consumidores puedan hablar con un operador humano si lo solicitan.

Aspectos clave del proyecto:

- Se aplicará a grandes empresas y servicios esenciales.
- Se establecerá un tiempo máximo de espera, aunque aún no está definido en la reglamentación.
- Habrán sanciones económicas para las empresas que no cumplan con las nuevas normas de atención al cliente.

Este proyecto responde a quejas de consumidores sobre la dificultad de obtener atención personalizada y el uso excesivo de bots en los servicios de soporte. Aún está en trámite parlamentario y podría sufrir modificaciones antes de su aprobación final.

2. Unión Europea: Reglamento de IA (AI Act, 2023)

La Unión Europea no prohíbe el uso de bots en la atención al cliente, pero impone reglas de transparencia sobre su uso. La principal obligación para las empresas es informar claramente cuando un usuario está interactuando con un sistema de inteligencia artificial.

^[1] https://www.congreso.es/public_oficiales/L14/CONG/BOCG/A/BOCG-14-A-104-4.PDF
^[2] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401689
^[3] <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2122112-1>
^[4] <https://anum.unm.edu.ar/atencion-personalizada-par-ley-el-derecho-a-ser-oido-por-una-persona/>
^[5] https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?_afclid=deleted/////&bill_id=2017201805B1001
^[6] <https://bidenwhitehouse.archives.gov/ostp/ai-bill-of-rights/>

<p>Aspectos clave del AI Act:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los bots deben identificarse: Los usuarios deben ser informados si están hablando con una IA. • Derecho a intervención humana en decisiones automatizadas relevantes (por ejemplo, si un bot toma decisiones sobre créditos o seguros). <p>El reglamento no obliga a ofrecer atención humana en todos los casos, pero garantiza que los consumidores puedan saber cuándo están interactuando con un bot.</p> <p>3. Perú: Ley 31601 (2022) - Código del Consumidor</p> <p>Perú introdujo en su Código de Protección al Consumidor el derecho a ser atendido por una persona humana si un servicio utiliza bots.</p> <p>Aspectos clave de la ley:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obligación de ofrecer atención humana si el usuario lo solicita. • Aplica a cualquier empresa que use bots en la atención al cliente. • No prohíbe la IA, pero garantiza la opción de interacción humana. <p>Este cambio responde a preocupaciones sobre la dificultad de resolver problemas a través de chatbots o sistemas automatizados.</p> <p>4. Argentina: Proyecto de Ley de Atención Personalizada (2024)</p> <p>Este proyecto de ley busca regular la atención al cliente en el sector de telecomunicaciones, asegurando que las empresas no usen exclusivamente bots.</p> <p>Aspectos clave del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se aplicará a empresas de telefonía, internet y televisión. • Las opciones del menú inicial deben incluir hablar con un operador humano. • Se evalúan posibles multas y sanciones para quienes incumplan. <p>El objetivo es mejorar la atención al cliente en un sector con altos niveles de quejas y dificultades de acceso a representantes humanos.</p> <p>5. Estados Unidos (California): BOT Disclosure Act (2019)</p> <p>California aprobó una ley que no prohíbe el uso de bots, pero exige transparencia cuando estos se usan en interacción con clientes.</p>	<p>Aspectos clave de la ley:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las empresas deben informar cuando un usuario está interactuando con un bot. • Aplica a ventas, redes sociales y cualquier actividad comercial. • No impone tiempos de espera ni obliga a ofrecer atención humana, solo busca evitar engaños. <p>Esta ley fue diseñada para prevenir el uso de bots con fines manipulativos, como campañas políticas encubiertas o fraudes en e-commerce</p> <p>6. Estados Unidos (Federal): Blueprint for an AI Bill of Rights (2023)</p> <p>Este documento publicado por la Casa Blanca no es una ley vinculante, sino una guía de buenas prácticas en inteligencia artificial.</p> <p>Aspectos clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se recomienda que los consumidores tengan opción de atención humana en servicios críticos (como banca y salud). • No impone sanciones, pero establece principios éticos para el desarrollo de IA. • Es parte de los esfuerzos del gobierno estadounidense para regular el uso de IA en sectores clave. <p>Aunque no tiene fuerza de ley, esta guía refleja la intención del gobierno de evitar abusos en la automatización del servicio al cliente.</p> <p>IV. MARCO LEGAL</p> <p>El marco jurídico del presente proyecto de ley se fundamenta en principios constitucionales y normativas que reconocen y garantizan derechos fundamentales en relación con la atención al usuario.</p> <p><u>Constitución Política de Colombia</u></p> <p>ARTÍCULO 23. Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales.</p> <p>ARTÍCULO 74. Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley.</p>
<p><u>Código de Procedimiento Administrativo y Contencioso Administrativo.</u></p> <p>Ley 1437 de 2011. Por medio del cual se expide el código de procedimiento administrativo y contencioso administrativo, dispone los deberes que deben tener las autoridades públicas con sus usuarios en el artículo 7, así:</p> <p>ARTÍCULO 7o. DEBERES DE LAS AUTORIDADES EN LA ATENCIÓN AL PÚBLICO. Las autoridades tendrán, frente a las personas que ante ellas acudan y en relación con los asuntos que tramiten, los siguientes deberes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dar trato respetuoso, considerado y diligente a todas las personas sin distinción. 2. Garantizar atención personal al público, como mínimo durante cuarenta (40) horas a la semana, las cuales se distribuirán en horarios que satisfagan las necesidades del servicio. 3. Atender a todas las personas que hubieran ingresado a sus oficinas dentro del horario normal de atención. 4. Establecer un sistema de turnos acorde con las necesidades del servicio y las nuevas tecnologías, para la ordenada atención de peticiones, quejas, denuncias o reclamos, sin perjuicio de lo señalado en el numeral 6 del artículo 5o de este Código. 5. Expedir, hacer visible y actualizar anualmente una carta de trato digno al usuario donde la respectiva autoridad especifique todos los derechos de los usuarios y los medios puestos a su disposición para garantizarlos efectivamente. 6. Tramitar las peticiones que lleguen vía fax o por medios electrónicos, de conformidad con lo previsto en el numeral 1 del artículo 5o de este Código. 7. Atribuir a dependencias especializadas la función de atender quejas y reclamos, y dar orientación al público. 8. Adoptar medios tecnológicos para el trámite y resolución de peticiones, y permitir el uso de medios alternativos para quienes no dispongan de aquellos. 9. Habilitar espacios idóneos para la consulta de expedientes y documentos, así como para la atención cómoda y ordenada del público. 10. Todos los demás que señalen la Constitución, la ley y los reglamentos. 	<p><u>Estatuto del consumidor</u></p> <p>Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Artículo 50.</p> <p>g) Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico de canales de fácil acceso y de atención que garanticen la orientación y asistencia a los consumidores y la trazabilidad de las reclamaciones por ellos presentadas, con el fin de que estos puedan resolver dudas y radicar sus peticiones, quejas o reclamos. De tal forma que les quede constancia de la atención mediante la generación de un número de registro o radicado, junto con la fecha y hora de radicación de sus peticiones, quejas o reclamos, incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento.</p> <p><u>Otras normas</u></p> <p>Ley Estatutaria 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.</p> <p>Artículo 19. Autoridad de Protección de Datos. La Superintendencia de Industria y Comercio, a través de una Delegatura para la Protección de Datos Personales, ejercerá la vigilancia para garantizar que en el Tratamiento de datos personales se respeten los principios, derechos, garantías y procedimientos previstos en la presente ley.</p> <p>Ley 1755 de 2015. Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.</p> <p>Artículo 13. Objeto y modalidades del derecho de petición ante autoridades. Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades, en los términos señalados en este código, por motivos de interés general o particular, y a obtener pronta resolución completa y de fondo sobre la misma.</p> <p>Toda actuación que inicie cualquier persona ante las autoridades implica el ejercicio del derecho de petición consagrado en el artículo 23 de la Constitución Política, sin que sea necesario invocarlo. Mediante él, entre otras actuaciones, se podrá solicitar: el reconocimiento de un derecho, la intervención de una entidad o funcionario, la resolución de una situación jurídica, la prestación de un servicio, requerir información, consultar, examinar y requerir copias de documentos, formular consultas, quejas, denuncias y reclamos e interponer recursos.</p>

El ejercicio del derecho de petición es gratuito y puede realizarse sin necesidad de representación a través de abogado, o de persona mayor cuando se trate de menores en relación a las entidades dedicadas a su protección o formación.

V. CONCLUSIONES

El presente proyecto de ley responde a una necesidad urgente de garantizar una atención al cliente que priorice la accesibilidad, la calidad del servicio y el respeto por los derechos del consumidor. En un contexto donde la automatización ha traído beneficios operativos para las empresas, también ha generado desafíos significativos para los usuarios, quienes con frecuencia enfrentan barreras tecnológicas, respuestas ineficientes y la imposibilidad de acceder a un operador humano cuando lo necesitan.

Esta iniciativa no pretende obstaculizar la innovación ni el avance tecnológico, sino asegurar que las herramientas digitales sean un complemento y no un sustituto de la atención humana. Se trata de establecer un equilibrio donde la eficiencia de los sistemas automatizados conviva con el trato personalizado que los ciudadanos esperan y requieren, especialmente en sectores estratégicos y en situaciones de mayor complejidad.

Al garantizar la posibilidad de hablar con una persona real en cualquier momento del proceso de atención al cliente, este proyecto protege a los sectores más vulnerables, reduce la frustración de los usuarios y mejora la confianza en las entidades públicas y privadas que prestan servicios esenciales. Asimismo, al establecer mecanismos de supervisión y evaluación, se promueve una cultura de responsabilidad y mejora continua en la atención al consumidor.

VI. COMENTARIOS GREMIALES



Andesco
CEIT
BPR
Bogotá D.C., 29 de mayo de 2025
Honorable Senador
JULIO ELIAS RIVERA
Comisión
CONGRESO DE LA REPUBLICA
El Cúcuta

Asunto: Comentario al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente"

Honorable Senador Elías,

Conozco por ustedes nuestras más cordiales saludos por parte de la Cámara Colombiana de Información y Telecomunicaciones - CCIT, la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones - ANECSERCOM, la Asociación Colombiana de BPO - ACBPO, las organizaciones gremiales que agrupan a los tres departamentos de salud de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. En ese sentido, hemos venido trabajando conjuntamente desde el Sector TIC y BPO en la búsqueda de la atención al usuario para la evolución tecnológica, promoviendo el cierre de la brecha digital, la democratización y la realización de las TIC, así como el acceso de todos los ciudadanos a dichos beneficios.

Con base en lo anterior, en esta ocasión nos dirigimos a Usted con el fin de presentar nuestras consideraciones al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente". En ese sentido, realizamos las siguientes observaciones:

1. Comentarios generales
El Proyecto de Ley propone la incorporación obligatoria de atención humana en la prestación de servicios al cliente en la totalidad de áreas de atención al cliente, tanto en canales digitales como en canales físicos. Sin embargo, advertimos que varias de las disposiciones propuestas, aunque parten de una intención noble y humanizadora, pueden tener efectos negativos en el funcionamiento operativo del país, principalmente en las ciudades conectadas a tecnologías y prestación de servicios. En ese sentido, la obligación de incorporar un componente humano en los procesos de atención al usuario, considerando una optimización en los tiempos de respuesta de los usuarios y una mejor atención.

Al respecto, la automatización de los canales ha respondido, en los últimos años, a las necesidades de los usuarios de las empresas tanto en canales físicos, como canales virtuales, permitiendo agilizar el flujo de los procesos, mejorar la experiencia del usuario y reducir costos operativos. En consecuencia, la implementación de estas disposiciones podría generar impactos negativos en la eficiencia operativa, afectando la disponibilidad de los servicios de atención al usuario, lo que podría generar inconvenientes para los usuarios y afectar la calidad de los servicios.

En línea con lo anterior, la implementación de parámetros demasiado estrictos y rígidos podría limitar la flexibilidad operativa, dificultando la respuesta ágil ante cambios en la demanda, y



Andesco
CEIT
BPR
Bogotá D.C., 29 de mayo de 2025
Honorable Senador
JULIO ELIAS RIVERA
Comisión
CONGRESO DE LA REPUBLICA
El Cúcuta

Asunto: Comentario al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente"

Honorable Senador Elías,

Conozco por ustedes nuestras más cordiales saludos por parte de la Cámara Colombiana de Información y Telecomunicaciones - CCIT, la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones - ANECSERCOM, la Asociación Colombiana de BPO - ACBPO, las organizaciones gremiales que agrupan a los tres departamentos de salud de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. En ese sentido, hemos venido trabajando conjuntamente desde el Sector TIC y BPO en la búsqueda de la atención al usuario para la evolución tecnológica, promoviendo el cierre de la brecha digital, la democratización y la realización de las TIC, así como el acceso de todos los ciudadanos a dichos beneficios.

Con base en lo anterior, en esta ocasión nos dirigimos a Usted con el fin de presentar nuestras consideraciones al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente". En ese sentido, realizamos las siguientes observaciones:

1. Comentarios generales
El Proyecto de Ley propone la incorporación obligatoria de atención humana en la prestación de servicios al cliente en la totalidad de áreas de atención al cliente, tanto en canales digitales como en canales físicos. Sin embargo, advertimos que varias de las disposiciones propuestas, aunque parten de una intención noble y humanizadora, pueden tener efectos negativos en el funcionamiento operativo del país, principalmente en las ciudades conectadas a tecnologías y prestación de servicios. En ese sentido, la obligación de incorporar un componente humano en los procesos de atención al usuario, considerando una optimización en los tiempos de respuesta de los usuarios y una mejor atención.

Al respecto, la automatización de los canales ha respondido, en los últimos años, a las necesidades de los usuarios de las empresas tanto en canales físicos, como canales virtuales, permitiendo agilizar el flujo de los procesos, mejorar la experiencia del usuario y reducir costos operativos. En consecuencia, la implementación de estas disposiciones podría generar impactos negativos en la eficiencia operativa, afectando la disponibilidad de los servicios de atención al usuario, lo que podría generar inconvenientes para los usuarios y afectar la calidad de los servicios.

En línea con lo anterior, la implementación de parámetros demasiado estrictos y rígidos podría limitar la flexibilidad operativa, dificultando la respuesta ágil ante cambios en la demanda, y



Andesco
CEIT
BPR
Bogotá D.C., 29 de mayo de 2025
Honorable Senador
JULIO ELIAS RIVERA
Comisión
CONGRESO DE LA REPUBLICA
El Cúcuta

Asunto: Comentario al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente"

Honorable Senador Elías,

Conozco por ustedes nuestras más cordiales saludos por parte de la Cámara Colombiana de Información y Telecomunicaciones - CCIT, la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones - ANECSERCOM, la Asociación Colombiana de BPO - ACBPO, las organizaciones gremiales que agrupan a los tres departamentos de salud de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. En ese sentido, hemos venido trabajando conjuntamente desde el Sector TIC y BPO en la búsqueda de la atención al usuario para la evolución tecnológica, promoviendo el cierre de la brecha digital, la democratización y la realización de las TIC, así como el acceso de todos los ciudadanos a dichos beneficios.

Con base en lo anterior, en esta ocasión nos dirigimos a Usted con el fin de presentar nuestras consideraciones al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente". En ese sentido, realizamos las siguientes observaciones:

1. Comentarios generales
El Proyecto de Ley propone la incorporación obligatoria de atención humana en la prestación de servicios al cliente en la totalidad de áreas de atención al cliente, tanto en canales digitales como en canales físicos. Sin embargo, advertimos que varias de las disposiciones propuestas, aunque parten de una intención noble y humanizadora, pueden tener efectos negativos en el funcionamiento operativo del país, principalmente en las ciudades conectadas a tecnologías y prestación de servicios. En ese sentido, la obligación de incorporar un componente humano en los procesos de atención al usuario, considerando una optimización en los tiempos de respuesta de los usuarios y una mejor atención.

Al respecto, la automatización de los canales ha respondido, en los últimos años, a las necesidades de los usuarios de las empresas tanto en canales físicos, como canales virtuales, permitiendo agilizar el flujo de los procesos, mejorar la experiencia del usuario y reducir costos operativos. En consecuencia, la implementación de estas disposiciones podría generar impactos negativos en la eficiencia operativa, afectando la disponibilidad de los servicios de atención al usuario, lo que podría generar inconvenientes para los usuarios y afectar la calidad de los servicios.

En línea con lo anterior, la implementación de parámetros demasiado estrictos y rígidos podría limitar la flexibilidad operativa, dificultando la respuesta ágil ante cambios en la demanda, y



Andesco
CEIT
BPR
Bogotá D.C., 29 de mayo de 2025
Honorable Senador
JULIO ELIAS RIVERA
Comisión
CONGRESO DE LA REPUBLICA
El Cúcuta

Asunto: Comentario al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente"

Honorable Senador Elías,

Conozco por ustedes nuestras más cordiales saludos por parte de la Cámara Colombiana de Información y Telecomunicaciones - CCIT, la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones - ANECSERCOM, la Asociación Colombiana de BPO - ACBPO, las organizaciones gremiales que agrupan a los tres departamentos de salud de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. En ese sentido, hemos venido trabajando conjuntamente desde el Sector TIC y BPO en la búsqueda de la atención al usuario para la evolución tecnológica, promoviendo el cierre de la brecha digital, la democratización y la realización de las TIC, así como el acceso de todos los ciudadanos a dichos beneficios.

Con base en lo anterior, en esta ocasión nos dirigimos a Usted con el fin de presentar nuestras consideraciones al Proyecto de Ley 296 de 2025 Senado "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente - Ley atención humana al cliente". En ese sentido, realizamos las siguientes observaciones:

1. Comentarios generales
El Proyecto de Ley propone la incorporación obligatoria de atención humana en la prestación de servicios al cliente en la totalidad de áreas de atención al cliente, tanto en canales digitales como en canales físicos. Sin embargo, advertimos que varias de las disposiciones propuestas, aunque parten de una intención noble y humanizadora, pueden tener efectos negativos en el funcionamiento operativo del país, principalmente en las ciudades conectadas a tecnologías y prestación de servicios. En ese sentido, la obligación de incorporar un componente humano en los procesos de atención al usuario, considerando una optimización en los tiempos de respuesta de los usuarios y una mejor atención.

Al respecto, la automatización de los canales ha respondido, en los últimos años, a las necesidades de los usuarios de las empresas tanto en canales físicos, como canales virtuales, permitiendo agilizar el flujo de los procesos, mejorar la experiencia del usuario y reducir costos operativos. En consecuencia, la implementación de estas disposiciones podría generar impactos negativos en la eficiencia operativa, afectando la disponibilidad de los servicios de atención al usuario, lo que podría generar inconvenientes para los usuarios y afectar la calidad de los servicios.

En línea con lo anterior, la implementación de parámetros demasiado estrictos y rígidos podría limitar la flexibilidad operativa, dificultando la respuesta ágil ante cambios en la demanda, y

VII. PLIEGO DE MODIFICACIONES

Table with 3 columns: TEXTO APROBADO, TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE, and COMENTARIO. It details modifications to Article 1 and Article 2 of the proposed law.

Table with 3 columns: una persona real en sus canales de atención..., una persona real en sus canales de atención..., and advirtieron que "obligar a que la atención sea exclusivamente humana...". It contains detailed comments and proposed changes to Article 4.

<p>ARTÍCULO 5. Adiciónese el numeral 11 a la Ley 1437 de 2011, el cual quedará así:</p> <p>11. Garantizar que, independientemente de los medios tecnológicos utilizados para la atención al público, los usuarios tengan siempre la posibilidad de comunicarse con un operador humano que atienda sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes. Esta opción debe estar disponible durante todo el horario de atención al público.</p>	<p>ARTÍCULO 5. Adiciónese el numeral 11 a la Ley 1437 de 2011, el cual quedará así:</p> <p>11. Garantizar que, independientemente de los medios tecnológicos utilizados para la atención al público, los usuarios tengan siempre la posibilidad de comunicarse con un operador humano que atienda sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes <u>cuando el usuario requiera asistencia especializada.</u> Esta opción debe estar disponible durante todo el horario de atención al público.</p>	<p>Estos cambios evitan las "cargas desproporcionadas para MiPymes" mencionadas por los gremios y reconocen que no todas las consultas requieren intervención humana inmediata, permitiendo una implementación más eficiente.</p>	<p>la disponibilidad real y efectiva de atención humana.</p>	<p>la disponibilidad real y efectiva de atención humana.</p>	
<p>ARTÍCULO 6. Reglamentación. La Superintendencia de Industria y Comercio expedirá en un período que no supere los seis (6) meses la reglamentación respecto a las condiciones de atención al cliente intermedios por sistemas automatizados.</p>	<p>ARTÍCULO 6. Reglamentación. La Superintendencia de Industria y Comercio expedirá en un período que no supere los <u>dieciocho (18) seis (6) meses</u> la reglamentación respecto a las condiciones de atención al cliente intermedios por sistemas automatizados, <u>estableciendo criterios diferenciados según el tipo de empresa, sector y modalidad de servicio, promoviendo la coexistencia eficiente de sistemas automatizados y atención humana.</u></p>	<p>Esta modificación responde a la recomendación gremial de "establecer mecanismos de consulta y seguimiento entre las autoridades y los actores del sector, de modo que la implementación normativa se ajuste a las realidades operativas y competitivas del mercado.</p>	<p>ARTÍCULO 8. (Nuevo) <u>Atención humana directa y personalizada: Se entiende como aquella que es prestada por una persona natural, en tiempo real, con capacidad de respuesta, sin mediar exclusivamente sistemas automatizados.</u></p>	<p>ARTÍCULO 8.-Z. (...)</p>	<p>Cambio de numeración</p>
<p>ARTÍCULO 7. Evaluación del servicio. La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá un sistema de evaluación periódica del servicio de atención al cliente por parte de las empresas vigiladas, verificando especialmente</p>	<p>ARTÍCULO 7. Evaluación del servicio. La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá un sistema de evaluación periódica del servicio de atención al cliente por parte de las empresas vigiladas, verificando especialmente</p>		<p>ARTÍCULO 9. (Nuevo) <u>Para el caso de los servicios de telecomunicaciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, regulará en un término de dieciocho (18) meses posterior a la expedición de la presente Ley, las condiciones en que se configurará el derecho de los usuarios a recibir atención humana directa y personalizada en los medios de atención al cliente, para lo cual deberá tener en cuenta entre otros, los cambios en los modelos de atención y en el comportamiento de los usuarios, así como los resultados reportados del indicador de satisfacción al usuario</u></p>	<p>ARTÍCULO 9.-</p>	<p>Cambio de numeración</p>
<p><u>usuarios, evitando el uso de lenguaje técnico complejo, ofreciendo opciones de menú fácilmente identificables, y permitiendo resolver consultas o solicitudes básicas de forma satisfactoria.</u></p> <p>La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá lineamientos específicos para evaluar y calificar la efectividad y facilidad de uso de estos sistemas, basados en indicadores como la tasa de resolución de solicitudes en el primer contacto, la claridad de las opciones presentadas y la reducción de tiempos de espera.</p>	<p>complejo, ofreciendo opciones de menú fácilmente identificables, y permitiendo resolver consultas o solicitudes básicas de forma satisfactoria, <u>y permitiendo la derivación oportuna a atención humana cuando no puedan resolver consultas o solicitudes de forma satisfactoria.</u></p> <p>La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá lineamientos específicos para evaluar y calificar la efectividad y facilidad de uso de estos sistemas, basados en indicadores como la tasa de resolución de solicitudes en el primer contacto, la claridad de las opciones presentadas, y la reducción de tiempos de espera <u>y la facilidad de acceso a atención humana.</u></p>	<p>mejorarán la experiencia del usuario.</p>	<p>ARTÍCULO 10. (Nuevo) <u>Mejoras en la comprensión y efectividad de los sistemas de atención automatizados. Las empresas deberán garantizar que sus sistemas automatizados de atención al cliente sean claros, comprensibles y funcionales para los</u></p>	<p>ARTÍCULO 10 9. Mejoras en la comprensión y efectividad de los sistemas de atención automatizados. Las empresas deberán garantizar que sus sistemas automatizados de atención al cliente sean claros, comprensibles y funcionales para los usuarios, evitando el uso de lenguaje técnico</p>	<p>Estas modificaciones equilibran la eficiencia de los sistemas automatizados con la garantía del derecho de los usuarios, respondiendo a la necesidad de que "la norma debería enfocarse en garantizar estándares de calidad, transparencia, trazabilidad y no en restringir el uso de tecnologías que</p>
<p>ARTÍCULO 11. Vigencia. La presente Ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>ARTÍCULO 11 10. Vigencia</p>	<p>Cambio de numeración</p>	<p>"Artículo 286. Régimen de conflicto de interés de los congresistas. Todos los congresistas deberán declarar los conflictos de intereses que pudieran surgir en ejercicio de sus funciones.</p>	<p>Se entiende como conflicto de interés una situación donde la discusión o votación de un proyecto de ley o acto legislativo o artículo, pueda resultar en un beneficio particular, actual y directo a favor del congresista.</p>	<p>a) Beneficio particular: aquel que otorga un privilegio o genera ganancias o crea indemnizaciones económicas o elimina obligaciones a favor del congresista de las que no gozan el resto de los ciudadanos. Modifique normas que afecten investigaciones penales, disciplinarias, fiscales o administrativas a las que se encuentre formalmente vinculado. b) Beneficio actual: aquel que efectivamente se configura en las circunstancias presentes y existentes al momento en el que el congresista participa de la decisión. c) Beneficio directo: aquel que se produzca de forma específica respecto del congresista, de su cónyuge, compañero o compañera permanente, o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil. (...)"</p>
<p>VIII. CONFLICTO DE INTERESES</p> <p>Dando alcance a lo establecido en el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019, "Por la cual se modifica parcialmente la Ley 5 de 1992", se hacen las siguientes consideraciones a fin de describir las circunstancias o eventos que podrían generar conflicto de interés en la discusión y votación de la presente iniciativa legislativa, de conformidad con el artículo 286 de la Ley 5 de 1992, modificado por el artículo 1 de la Ley 2003 de 2019, a cuyo tenor reza:</p>	<p>Sobre este asunto la Sala Plena Contenciosa Administrativa del Honorable Consejo de Estado en su sentencia 02830 del 16 de julio de 2019, M.P. Carlos Enrique Moreno Rubio, señaló que:</p> <p>"No cualquier interés configura la causal de desinversión en comento, pues se sabe que sólo lo será aquél del que se pueda predicar que es directo, esto es, que per se el alegado beneficio, provecho o utilidad encuentre su fuente en el asunto que fue conocido por el legislador; particular, que el mismo sea específico o personal, bien para el congresista o quienes se encuentren relacionados con él; y actual o inmediato, que concurra para el momento en que ocurrió la participación o votación del congresista, lo que excluye sucesos contingentes, futuros o imprevisibles. También se tiene noticia que el interés puede ser de cualquier naturaleza, esto es, económico o moral, sin distinción alguna".</p>				

Así las cosas, en virtud del artículo 286 de la Ley 5 de 1992 y del artículo 1 de la Ley 2003 de 2019, este proyecto de ley reúne las condiciones de los literales a y b, circunstancias en las cuales es inexistente el conflicto de interés por parte de los Congresistas que participen en la discusión y votación de los proyectos de ley, al ser esta, una iniciativa que no genera un beneficio particular, actual y directo a su favor, sino que su objeto se circunscribe a un tema de interés general que coincide y se fusiona con los intereses del electorado.

IX. PROPOSICIÓN

En virtud de las consideraciones anteriormente expuestas, solicito a los miembros del Senado de la República dar Segundo debate al Informe de ponencia POSITIVA al Proyecto de Ley 396 de 2025 "Por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente" -Ley Atención Humana al cliente- CON PLIEGO DE MODIFICACIONES.

Atentamente,



JULIO ALBERTO ELÍAS VIDAL
Senador de la República

**TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE DEL PROYECTO DE LEY 396 DE 2025
"POR MEDIO DE LA CUAL SE GARANTIZA LA ATENCIÓN HUMANA EN LOS SERVICIOS
DE ATENCIÓN AL CLIENTE" -LEY ATENCIÓN HUMANA AL CLIENTE-
EL CONGRESO DE COLOMBIA**

DECRETA:

ARTÍCULO 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto garantizar el derecho de los usuarios a recibir atención humana oportuna y eficaz en los servicios de atención al cliente, complementando los sistemas automatizados y asegurando que estos no sean el único medio de comunicación disponible cuando el usuario requiera asistencia especializada.

ARTÍCULO 2. Ámbito de aplicación. Esta ley aplicará a todas las entidades públicas y privadas que ofrezcan servicios de atención al cliente en el territorio nacional.

ARTÍCULO 3. Todas las empresas sujetas a esta legislación deberán garantizar que los usuarios puedan comunicarse con una persona real en sus canales de atención cuando los sistemas automatizados no resuelvan satisfactoriamente su consulta. Los sistemas automatizados como contestadores, bots conversacionales u otros medios tecnológicos podrán ser el primer canal de atención, pero deberán ofrecer de manera clara y accesible la opción de comunicación con un operador humano en cualquier momento de la interacción para consultas complejas, reclamos o cuando el sistema automatizado no pueda resolver la solicitud.

ARTÍCULO 4. Adiciónese el literal j) al artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, el cual quedará así:

j) Garantizar que, independientemente de los medios tecnológicos utilizados para la atención al cliente, los consumidores tengan siempre la posibilidad de comunicarse con un operador humano que atienda sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes cuando el usuario requiera asistencia especializada.

ARTÍCULO 5. Adiciónese el numeral 11 a la Ley 1437 de 2011, el cual quedará así:

11. Garantizar que, independientemente de los medios tecnológicos utilizados para la atención al público, los usuarios tengan siempre la posibilidad de

comunicarse con un operador humano que atienda sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes cuando el usuario requiera asistencia especializada.

ARTÍCULO 6. Reglamentación. La Superintendencia de Industria y Comercio expedirá en un periodo que no supere los dieciocho (18) meses la reglamentación respecto a las condiciones de atención al cliente intermediados por sistemas automatizados, estableciendo criterios diferenciados según el tipo de empresa, sector y modalidad de servicio, promoviendo la coexistencia eficiente de sistemas automatizados y atención humana.

ARTÍCULO 7. Atención humana directa y personalizada: Se entiende como aquella que es prestada por una persona natural, en tiempo real, con capacidad de respuesta, sin mediar exclusivamente sistemas automatizados.

ARTÍCULO 8. Para el caso de los servicios de telecomunicaciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, regulará en un término de dieciocho (18) meses posterior a la expedición de la presente Ley, las condiciones en que se configurará el derecho de los usuarios a recibir atención humana directa y personalizada en los medios de atención al cliente, para lo cual deberá tener en cuenta entre otros, los cambios en los modelos de atención y en el comportamiento de los usuarios, así como los resultados reportados del indicador de satisfacción al usuario.

ARTÍCULO 9. Mejoras en la comprensión y efectividad de los sistemas de atención automatizados. Las empresas deberán garantizar que sus sistemas automatizados de atención al cliente sean claros, comprensibles y funcionales para los usuarios, evitando el uso de lenguaje técnico complejo, ofreciendo opciones de menú fácilmente identificables y permitiendo la transferencia oportuna a la atención humana cuando no puedan resolver consultas o solicitudes de forma satisfactoria.

La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá lineamientos específicos para evaluar y calificar la efectividad y facilidad de uso de estos sistemas, basados en indicadores como la tasa de resolución de solicitudes en el primer contacto, la claridad de las opciones presentadas, la reducción de tiempos de espera y la facilidad de acceso a la atención humana.

ARTÍCULO 10. Vigencia. La presente Ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

TEXTO APROBADO EN PRIMER DEBATE POR LA COMISION SEXTA DEL SENADO DE LA REPUBLICA, EN SESION REALIZADA EL DÍA 29 DE MAYO DE 2025, DEL PROYECTO DE LEY No. 396 DE 2025 SENADO

"POR MEDIO DE LA CUAL SE GARANTIZA LA ATENCIÓN HUMANA EN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE" -LEY ATENCIÓN HUMANA AL CLIENTE-

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

ARTÍCULO 1. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto garantizar el derecho de los usuarios a recibir atención humana directa y personalizada en los servicios de atención al cliente, evitando que los sistemas automatizados sean el único medio de comunicación disponible.

ARTÍCULO 2. Ámbito de aplicación. Esta ley aplicará a todas las entidades públicas y privadas que ofrezcan servicios de atención al cliente en el territorio nacional.

ARTÍCULO 3. Todas las empresas sujetas a esta legislación deberán garantizar que los usuarios puedan comunicarse con una persona real en sus canales de atención. Los sistemas automatizados como contestadores, bots conversacionales u otros medios tecnológicos no podrán ser el único recurso de atención, debiendo ofrecer siempre la opción de comunicación con un operador humano en cualquier momento de la interacción.

ARTÍCULO 4. Adiciónese el literal j) al artículo 50 de la Ley 1480 de 2011, el cual quedará así:

j) Garantizar que, independientemente de los medios tecnológicos utilizados para la atención al cliente, los consumidores tengan siempre la posibilidad de comunicarse con un operador humano que atienda sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes. Esta opción debe estar disponible durante todo el horario de atención al cliente.

ARTÍCULO 5. Adiciónese el numeral 11 a la Ley 1437 de 2011, el cual quedará así:

11. Garantizar que, independientemente de los medios tecnológicos utilizados para la atención al público, los usuarios tengan siempre la posibilidad de comunicarse con un operador humano que atienda sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes. Esta opción debe estar disponible durante todo el horario de atención al público.

ARTÍCULO 6. Reglamentación. La Superintendencia de Industria y Comercio expedirá en un periodo que no supere los seis (6) meses la reglamentación respecto a las condiciones de atención al cliente intermediados por sistemas automatizados.

ARTÍCULO 7. Evaluación del servicio. La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá un sistema de evaluación periódica del servicio de atención al cliente por

parte de las empresas vigiladas, verificando especialmente la disponibilidad real y efectiva de atención humana.

ARTÍCULO 8. (Nuevo) Atención humana directa y personalizada: Se entiende como aquella que es prestada por una persona natural, en tiempo real, con capacidad de respuesta, sin mediar exclusivamente sistemas automatizados.

ARTÍCULO 9. (Nuevo) Para el caso de los servicios de telecomunicaciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones regulará en un término de dieciocho (18) meses posterior a la expedición de la presente Ley, las condiciones en que se configurará el derecho de los usuarios a recibir atención humana directa y personalizada en los medios de atención al cliente, para lo cual deberá tener en cuenta entre otros, los cambios en los modelos de atención y en el comportamiento de los usuarios, así como los resultados reportados del indicador de satisfacción al usuario

ARTÍCULO 10. (Nuevo) Mejoras en la comprensión y efectividad de los sistemas de atención automatizados. Las empresas deberán garantizar que sus sistemas automatizados de atención al cliente sean claros, comprensibles y funcionales para los usuarios, evitando el uso de lenguaje técnico complejo, ofreciendo opciones de menú fácilmente identificables, y permitiendo resolver consultas o solicitudes básicas de forma satisfactoria.

La Superintendencia de Industria y Comercio establecerá lineamientos específicos para evaluar y calificar la efectividad y facilidad de uso de estos sistemas, basados en indicadores como la tasa de resolución de solicitudes en el primer contacto, la claridad de las opciones presentadas y la reducción de tiempos de espera.

ARTÍCULO 11. Vigencia. La presente Ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.



Comisión Sexta Constitucional Permanente

AUTO DE SUSTANCIACIÓN

En los términos anteriores, fue aprobado en Primer Debate por la Comisión Sexta, en sesión ordinaria realizada el día 29 de mayo de 2025, el Proyecto de Ley **No. 396 de 2025 SENADO** "POR MEDIO DE LA CUAL SE GARANTIZA LA ATENCIÓN HUMANA EN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE – LEY ATENCIÓN HUMANA AL CLIENTE", **según consta en el Acta No. 51, de la misma fecha.**

JORGE ELIECER LAVERDE VARGAS
Secretario General

Comisión Sexta Constitucional Permanente

AUTO DE SUSTANCIACIÓN

La Mesa Directiva Autoriza el Informe presentado para Segundo Debate por el Honorable **Senador JULIO ALBERTO ELÍAS VIDAL**, al Proyecto de Ley **No. 396 de 2025 SENADO** "POR MEDIO DE LA CUAL SE GARANTIZA LA ATENCIÓN HUMANA EN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE – LEY ATENCIÓN HUMANA AL CLIENTE", **DE ACUERDO AL ARTÍCULO 165 DE LA LEY 5ª DE 1992 "REGLAMENTO DEL CONGRESO"**, para que sea publicado en la Gaceta del Congreso.

JORGE ELIECER LAVERDE VARGAS
Secretario General
Comisión Sexta del Senado

INFORME DE PONENCIA POSITIVA PARA SEGUNDO DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NÚMERO 457 DE 2025 SENADO, 304 DE 2024 CÁMARA

por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones.

<p>Bogotá D.C., 10 de septiembre de 2025</p> <p>Señor LIDIO GARCÍA TURBAY Presidente Senado de la República</p> <p>REF: Radicación informe de ponencia positiva para segundo debate del Proyecto de Ley No. 457 de 2025 Senado, 304 de 2024 Cámara "Por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones"</p> <p>Respetado Presidente,</p> <p>En uso de las facultades que me confiere la Constitución Política y la ley 5 de 1992, presenté a consideración de la honorable plenaria del Senado de la República el informe de ponencia para segundo debate del Proyecto de Ley No. 457 de 2025 Senado, 304 de 2024 Cámara "Por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones".</p> <p>Firma el Honorable Senador,</p>  <p>GUIDO ECHEVERRI PIEDRAHITA Ponente</p>	<p style="text-align: center;">Informe de ponencia positiva para segundo debate al Proyecto de Ley No. 457 de 2025 Senado, 304 de 2024 Cámara "Por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones"</p> <p>1. TRÁMITE DEL PROYECTO DE LEY:</p> <p>El presente proyecto de ley fue radicado por primera vez el día 11 de septiembre de 2024 ante la Secretaría de la Cámara de Representantes, fue suscrito en coautoría por los congresistas: Alejandro García Ríos, Juan Pablo Gallo Maya, Juan Samy Merheg Marun, Miguel Uribe Turbay, María Fernanda Cabal Molina, Diego Patiño Amariles, Carolina Giraldo Botero, Anibal Gustavo Hoyos Franco.</p> <p>Este proyecto fue publicado en la gaceta 1528/2024 y, posteriormente, el día 21 de noviembre la Mesa Directiva de la Comisión designó como ponente único al representante Alejandro García Ríos.</p> <p>El día 3 de diciembre la Comisión VI de la Cámara de Representantes lo aprobó en primer debate por unanimidad y designó como único ponente al representante Alejandro García Ríos para rendir ponencia y surtir su segundo debate ante la Cámara de Representantes. El cual fue aprobado en plenaria de la Cámara de Representantes el 23 de abril de 2025.</p> <p>Posteriormente, fui designado para rendir ponencia en primer debate el 30 de mayo de 2025 y dicho proyecto fue aprobado en el recinto de la comisión sexta del senado el 27 de agosto de 2025.</p> <p>2. OBJETO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE LEY</p> <p>Esta ley tiene por objeto rendir homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por ser un referente nacional frente a la contribución, promoción, fomento y protección de los procesos culturales en el país, con un especial énfasis en la inclusión social en todos los ámbitos de la cultura.</p>
<p>3. CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY</p> <p>El presente proyecto de ley consta de 4 artículos, el primer artículo define el propósito de la ley, el cual, busca rendir homenaje al Museo de Arte de Pereira en su 50º aniversario, reconociéndose como un referente nacional por su aporte a la promoción, protección y fomento de los procesos artísticos y culturales, destacando su enfoque en la inclusión social en el ámbito cultural.</p> <p>El artículo segundo establece que el Gobierno Nacional, en coordinación con el gobierno local, se encargará de preservar, divulgar y fomentar los procesos artísticos y culturales del Museo de Arte de Pereira, con especial atención a las obras expuestas en el museo.</p> <p>El artículo autoriza al Gobierno Nacional a incluir en el presupuesto los recursos necesarios para el mantenimiento, mejora de la infraestructura y dotación de un museo de arte. El objetivo es fortalecer los procesos artísticos y culturales, así como incentivar el acceso general a bienes y servicios culturales. Todo lo anterior, estará sujeta a la disponibilidad de recursos establecidos en el Marco Fiscal de Mediano Plazo.</p> <p>Finalmente el artículo cuarto, declara que la ley entrará en vigor una vez sea sancionada y promulgada, derogando cualquier disposición que sea contraria a sus principios.</p> <p>3.1. MARCO JURÍDICO</p> <p>Fundamentos Constitucionales:</p> <p>El artículo 70 de la Constitución política establece el deber del Estado de promover el acceso a la cultura de la siguiente forma:</p> <p>Artículo 70. El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.</p> <p>La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.</p>	<p>Una vez se establece el deber del estado frente a la promoción de la cultura, el artículo 71 establece la creación de incentivos para personas e instituciones que fomenten la cultura:</p> <p>Artículo 71. La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura. El Estado creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología y las demás manifestaciones culturales y ofrecerá estímulos especiales a personas e instituciones que ejerzan estas actividades.</p> <p>Fundamentos Legales:</p> <p>La ley 397 de 1997, Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias, establece en sus artículos 49, 50, 51, 52 y 55, el deber por parte del Estado de la protección, conservación y desarrollo, de los museos existentes, así como generar recursos para que puedan financiar sus proyectos o programas, entre otras obligaciones que le darían más viabilidad a su misión cultural y artística:</p> <p>ARTÍCULO 49.- Fomento de museos. Los museos del país son depositarios de bienes muebles, representativos del Patrimonio Cultural de la Nación. El Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, tiene bajo su responsabilidad la protección, conservación y desarrollo de los Museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos Museos en todas las áreas del Patrimonio Cultural de la Nación. Así mismo estimulará el carácter activo de los Museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local.</p> <p>ARTÍCULO 50.- Investigación científica e incremento de las colecciones. Desarrollado por la Ley 932 de 2004. Ministerio de Cultura y las entidades territoriales, crearán programas de estímulo a la investigación y catalogación científica de los bienes muebles de patrimonio cultural existentes en todos los museos del país, a través de convenios con las universidades e institutos dedicados a la investigación histórica, científica y artística nacional e internacional, y fomentará el incremento de las colecciones mediante la creación y reglamentación de incentivos a las donaciones, legados y adquisiciones.</p> <p>ARTÍCULO 51.- Especialización y tecnificación. El Ministerio de Cultura, mediante convenios internacionales en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, impulsará la especialización de los recursos humanos encargados de los museos del país y la tecnificación</p>

<p>de las exhibiciones permanentes y temporales, así como la creación de programas de intercambio y cooperación técnica internacional en esta área.</p> <p>ARTÍCULO 52.- Protección y seguridad de los museos. El Gobierno Nacional reglamentará la aplicación de normas mínimas de seguridad para la protección y resguardo de patrimonio cultural que albergan los museos en todo el territorio nacional, con el fin de fortalecer las disposiciones regionales y municipales que sean implantadas en esta área.</p> <p>ARTÍCULO 55.- Generación de recursos. El Estado, a través del Ministerio de Cultura, estimulará y asesorará la creación de planes, programas y proyectos de carácter comercial, afines con los objetivos de los museos, que puedan constituirse en fuentes de recursos autónomos para la financiación de su funcionamiento.</p> <p>Así mismo, el Ministerio de Cultura podrá adquirir y comercializar bienes y servicios culturales para fomentar la difusión del patrimonio y la identidad cultural dentro y fuera del territorio nacional.</p> <p>La ley 397 de 1997 establece en su artículo primero numeral 11 que: "El Estado fomentará la creación, ampliación y adecuación de infraestructura artística y cultural y garantizará el acceso de todos los colombianos a la misma.</p> <p>4. JUSTIFICACIÓN</p> <p>4.1. Antecedentes del Museo de Arte de Pereira.</p> <p>El Museo de Arte de Pereira fue fundado bajo la figura de "El centro de Arte Actual" y pasa convertirse en la Fundación Museo de Arte de Pereira en el año 1996, inaugurando su sede actual, la cual se constituye como una de las principales infraestructuras culturales de la ciudad, realizando aportes significativos en la formación de públicos y en la profesionalización alrededor de las artes visuales.</p> <p>Desde entonces el Museo de Arte de Pereira ha sido la casa de diferentes proyectos artísticos y culturales, brindando la posibilidad a quienes lo visitan para que se acerquen a las obras de los más importantes artistas locales, nacionales e internacionales, entre los cuales se encuentran: Fernando Botero, Manuel Hernández, Enrique Grau, Gonzalo Ariza, Ramírez Villamizar, María Paz Jaramillo, Santiago Cárdenas, Carlos Rojas, Pedro Ruiz, Ofelia Rodríguez,</p>	<p>Luz María Salazar Jaramillo, Adriana Arenas, Luis Caballero, Ferranti Ferrari (Francia), Jose María Mellado (España), Grupo Arتهíbrida (Brasil), Diego Rivera y Frida Kahlo (México).</p> <p>Así mismo, el Museo de Arte de Pereira se han exhibido alrededor de 770 exposiciones, como también ha sido sede de las muestras culturales de Comic de Ecuador, Perú y Francia, AÚN 44 Salón Nacional de Artistas, 5 Salones Regionales de Artistas (selectivo al nacional), 1 salón Jhonie Walker de las Artes, 2 salones de artistas Jóvenes "Espacio Abierto", 2 salones "Arte y Ciudad", 2 salones "Después de la modernidad", 2 salones "La escuela en el museo", FOTOURBE, entre otros. Así como de varios diplomados en estética, teoría, historia y crítica del arte.</p> <p>En los últimos años el Museo de Arte de Pereira ha recibido alrededor de 36.000 visitantes de toda la región y el país, de hecho, muchos de ellos han sido estudiantes de colegios y universidades del sector público.</p> <p>Cabe resaltar que el Museo de Arte de Pereira, como referente de procesos artísticos y culturales también desarrolla espacios como el Festival Gastronómico Internacional, el cual se lleva a cabo en la ciudad de Pereira con el objetivo de que en la ciudad se pueda disfrutar de la oferta gastronómica y cultural que se puede encontrar en Pereira.</p> <p>De esta manera, a través de los años, desde su creación, el Museo de Arte de Pereira ha promovido la realización de diferentes eventos artísticos y culturales que le han permitido a la ciudadanía de la región y el país disfrutar de los amplios beneficios que genera el arte y la cultura en la vida cotidiana.</p> <p>4.2. Importancia del Museo de Arte de Pereira</p> <p>El Museo de Arte de Pereira, como segunda infraestructura cultural de Pereira, cuenta con diversos espacios y escenarios, entre ellos el Teatro Don Juan María Marulanda, equipado para las artes escénicas y la proyección de cine, cuenta con capacidad para acoger 300 personas; la Biblioteca Hernando Mejía Arias; donde se han programado tertulias literarias, presentaciones de libros, talleres de escritura creativa y actividades para promover el hábito de la lectura en todos los grupos generacionales; una Sala Dinámica donde tienen lugar los talleres de arte</p>
<p>dirigidos a niños, niñas, adolescentes y jóvenes de todo el departamento de Risaralda, de hecho, cada año se atienden alrededor de 800 estudiantes de colegios públicos que encuentran en este espacio una oportunidad para formar su pensamiento creativo y la sala de música y video, donde se realizan distintas conferencias, conversatorios y tertulias de diversas temáticas.</p> <p>Todos estos espacios se constituyen en una plataforma para la promoción, investigación y creación cultural, reflejando un trabajo de manera articulada con diferentes organizaciones y colectivos sociales, culturales y artísticos, que han encontrado en el Museo de Arte de Pereira un aliado estratégico para desarrollar sus iniciativas. En lo que va del 2023, se han apoyado la realización de los laboratorios creativos de la Muestra de Libro Autogestionado (MULA), el Festival Internacional de Cine por los Derechos Humanos, al Colectivo Embera Trans Mariposas del Café, el proceso de creación teatral de Cicuta Teatro y de dramaturgia para la danza de Surrungueo Montañero.</p> <p>Así mismo, el museo, con el propósito de acercarse a un público cada vez más amplio ha creado las EXPERIENCIAS MAP, un conjunto de actividades que buscan sensibilizar a empresarios de la región y sus trabajadores sobre el patrimonio que representa el Museo para la ciudad y la importancia de apropiarse de éste. Este centro artístico y cultural de la ciudad de Pereira, le está apostando con total decisión a la inclusión de los diversos grupos poblacionales, la comunidad LGBTQ+, quienes han tenido una presencia significativa en la programación, acogiéndose con respeto y aprecio.</p> <p>Recientemente, con "La poética de la inclusión" de manera colectiva y con un equipo interdisciplinar, el Museo de Arte, dio un salto a construir una experiencia multisensorial que incluye visitas guiadas que integran a público general y con discapacidad visual y auditiva, así como talleres de paisajes sonoros y conciertos dibujados.</p> <p>Finalmente, es importante mencionar que, el Museo de Arte de Pereira, hace parte del Programa Nacional de Concertación Cultural y del Programa de Fortalecimiento de Museos. En el 2023 este proyecto como objetivo principal: "Propiciar experiencias poéticas y acontecimientos estéticos en las audiencias que visitan el Museo de Arte de Pereira a través de la investigación, creación, exhibición, puesta en tensión y articulación de diversas prácticas y propuestas que, desde las artes visuales en articulación con las artes vivas. contribuyan a la</p>	<p>construcción de relatos divergentes sobre nuestra historia, pero sobre todo que permitan la reflexión sobre un futuro donde la paz total sea una posibilidad real.</p> <p>4.3. Déficit de espacios culturales en Pereira</p> <p>De acuerdo con el Índice de Competitividad de Ciudades 2020 (donde por última vez se incluyó la variable), Pereira ocupó el último puesto en la variable de oferta cultural dentro del pilar de infraestructura y equipamiento, con puntajes de 0 en indicadores como museos, recaudo por eventos culturales y bienes de interés cultural. Lo anterior, refleja una insuficiente inversión y desarrollo en el ámbito cultural de la ciudad.</p> <p>Además, Pereira enfrenta un déficit crítico de espacio público. Con un promedio de 2 m² efectivos por habitante, la ciudad está muy por debajo de la recomendación de 15 m² de la OMS, lo que representa un déficit del 86%. Esta carencia impacta directamente el bienestar de los ciudadanos y limita las posibilidades de acceso a espacios culturales y recreativos.</p> <p>En conjunto, estos indicadores subrayan la urgente necesidad de implementar políticas públicas orientadas a fortalecer la infraestructura cultural, aumentar la inversión en eventos y bienes culturales, y ampliar el espacio público, con el fin de mejorar la calidad de vida y el acceso a la cultura en Pereira.</p> <p>4.4. Retos del Museo de Arte</p> <p>Queda demostrado que el Museo de Arte de Pereira es fundamental para el desarrollo de procesos artísticos y culturales en la Región, articula, promueve y fomenta las distintas iniciativas de este, permitiendo que la ciudadanía en general, desde una mirada inclusiva, pueda participar y recibir de todos los beneficios que representa el arte y la cultura para las personas.</p> <p>Sin embargo, es claro que, a pesar de todo el esfuerzo hecho por el museo por llevar a cabo su propósito, mantener el funcionamiento de una estructura como esta, ha presentado diferentes retos, entre ellos combatir con las implicaciones del paso del tiempo, que han generado diferentes inconvenientes en la estructura de sus instalaciones.</p>

<p>Por lo anterior, es fundamental propender por el apoyo del gobierno nacional y local, en busca de que esta infraestructura cultural pueda permanecer en buenas condiciones, al servicio de la región y el país.</p>	<p>5. PROPOSICIÓN:</p> <p>Por las consideraciones anteriormente expuestas, solicito a los miembros de la honorable plenaria del Senado de la República aprobar el Proyecto de Ley No. 457 de 2025 Senado, 304 de 2024 Cámara "Por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones"</p> <p>Firma el Honorable Senador,</p>  <p>GUIDO ECHEVERRI PIEDRAHITA Ponente</p>
<p>6. TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE DEL PROYECTO DE LEY No. 457 de 2025 SENADO, 304 DE 2024 CÁMARA</p> <p>"Por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones"</p> <p>EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA</p> <p>DECRETA:</p> <p>ARTÍCULO 1°. Objeto. Esta ley tiene por objeto rendir homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por ser un referente nacional frente a la contribución, promoción, fomento y protección de los procesos artísticos y culturales en el país, con un especial énfasis en la inclusión social en todos los ámbitos de la cultura.</p> <p>ARTÍCULO 2°. Preservación y divulgación. El Gobierno Nacional en coordinación con el gobierno local contribuirán a la preservación, divulgación y fomento de los procesos artísticos y culturales desarrollados por el Museo de Arte de Pereira, especialmente de las obras expuestas en este.</p> <p>ARTÍCULO 3°. Partidas presupuestales. A partir de la vigencia de la presente Ley, autorizase al Gobierno Nacional para incorporar las asignaciones presupuestales que se requieran para el mantenimiento y mejora de infraestructura o la dotación del museo de Arte con el fin de fortalecer los procesos artísticos y culturales e incentivar el acceso en general a los bienes y servicios culturales de acuerdo con la disponibilidad presupuestal del Marco Fiscal de Mediano plazo.</p> <p>ARTÍCULO 4°. Programas de formación y participación comunitaria. El Museo de Arte de Pereira, en colaboración con el Gobierno Nacional, el gobierno local y entidades públicas y privadas, podrán desarrollar programas de formación artística, educación cultural y participación comunitaria dirigidos a niños, jóvenes, adultos mayores y poblaciones</p>	<p>vulnerables. Estos programas tendrán como objetivo democratizar y descentralizar el acceso a las expresiones culturales, fomentar el talento local y regional, y promover la inclusión social a través de actividades educativas, exposiciones itinerantes y talleres de creación artística.</p> <p>ARTÍCULO 5°. El Gobierno Nacional queda autorizado para impulsar y apoyar ante otras entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales, la obtención de recursos económicos adicionales o complementarios a los referidos en el artículo 3, con destino al cumplimiento de lo consagrado en la presente ley.</p> <p>ARTÍCULO 6°. Vigencia y Derogatorias. La presente ley rige a partir de sanción y promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.</p>  <p>GUIDO ECHEVERRI PIEDRAHITA Ponente</p>

TEXTO APROBADO EN PRIMER DEBATE POR LA COMISION SEXTA DEL SENADO DE LA REPUBLICA, EN SESION REALIZADA EL DIA 27 DE AGOSTO DE 2025, DEL PROYECTO DE LEY No. 457 DE 2025 SENADO, No. 304 DE 2024 CÁMARA

“Por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones”

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

DECRETA:

ARTÍCULO 1°. Objeto. Esta ley tiene por objeto rendir homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por ser un referente nacional frente a la contribución, promoción, fomento y protección de los procesos artísticos y culturales en el país, con un especial énfasis en la inclusión social en todos los ámbitos de la cultura.

ARTÍCULO 2°. Preservación y divulgación. El Gobierno Nacional en coordinación con el gobierno local contribuirán a la preservación, divulgación y fomento de los procesos artísticos y culturales desarrollados por el Museo de Arte de Pereira, especialmente de las obras expuestas en este.

ARTÍCULO 3°. Partidas presupuestales. A partir de la vigencia de la presente Ley, autorizase al Gobierno Nacional para incorporar las asignaciones presupuestales que se requieran para el mantenimiento y mejora de infraestructura o la dotación del museo de Arte con el fin de fortalecer los procesos artísticos y culturales e incentivar el acceso en general a los bienes y servicios culturales de acuerdo con la disponibilidad presupuestal del Marco Fiscal de Mediano plazo.

ARTÍCULO 4°. Programas de formación y participación comunitaria. El Museo de Arte de Pereira, en colaboración con el Gobierno Nacional, el gobierno local y entidades públicas y privadas, podrán desarrollar programas de formación artística, educación cultural y participación comunitaria dirigidos a niños, jóvenes, adultos mayores y poblaciones

vulnerables. Estos programas tendrán como objetivo democratizar y descentralizar el acceso a las expresiones culturales, fomentar el talento local y regional, y promover la inclusión social a través de actividades educativas, exposiciones itinerantes y talleres de creación artística.

ARTÍCULO 5°. El Gobierno Nacional queda autorizado para impulsar y apoyar ante otras entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales, la obtención de recursos económicos adicionales o complementarios a los referidos en el artículo 3, con destino al cumplimiento de lo consagrado en la presente ley.

ARTÍCULO 6°. Vigencia y Derogatorias. La presente ley rige a partir de sanción y promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.



Comisión Sexta Constitucional Permanente

AUTO DE SUSTANCIACIÓN

En los términos anteriores, fue aprobado en Primer Debate por la Comisión Sexta, en sesión ordinaria realizada el día 27 de agosto de 2025, el Proyecto de Ley **No. 457 de 2025 SENADO, No. 304 de 2024 CÁMARA** "POR MEDIO DE LA CUAL SE RINDE HOMENAJE AL MUSEO DE ARTE DE PEREIRA EN SU QUINCUAGÉSIMO ANIVERSARIO, POR SU CONTRIBUCIÓN A LA CULTURA Y EL ARTE COLOMBIANO, Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES", **según consta en el Acta No. 05, de la misma fecha.**



JORGE ELIECER LAVERDE VARGAS
Secretario General

Comisión Sexta Constitucional Permanente

AUTO DE SUSTANCIACIÓN

La Mesa Directiva Autoriza el Informe presentado para Segundo Debate por el Honorable **Senador GUIDO ECHEVERRI PIEDRAHITA**, al Proyecto de Ley **No. 457 de 2025 SENADO, No. 304 de 2024 CÁMARA** "POR MEDIO DE LA CUAL SE RINDE HOMENAJE AL MUSEO DE ARTE DE PEREIRA EN SU QUINCUAGÉSIMO ANIVERSARIO, POR SU CONTRIBUCIÓN A LA CULTURA Y EL ARTE COLOMBIANO, Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES", **DE ACUERDO AL ARTÍCULO 165 DE LA LEY 5ª DE 1992 "REGLAMENTO DEL CONGRESO"**, para que sea publicado en la Gaceta del Congreso.



JORGE ELIECER LAVERDE VARGAS
Secretario General
Comisión Sexta del Senado

CONTENIDO

Gaceta número 1686 - Jueves, 11 de septiembre de 2025

SENADO DE LA REPÚBLICA

PONENCIAS

Págs.

Informe de ponencia positiva para primer debate y texto propuesto al Proyecto de Ley número 128 de 2025 Senado, por medio de la cual se regula la distribución de la pauta oficial del Estado, se garantiza la pluralidad informativa, se promueven principios de equidad y proporcionalidad y se dictan otras disposiciones.....	1
Informe de ponencia positiva para segundo debate, pliego de modificaciones y texto propuesto y texto aprobado en primer debate por la Comisión Sexta del Proyecto de Ley número 396 de 2025 Senado, por medio de la cual se garantiza la atención humana en los servicios de atención al cliente -Ley Atención Humana al Cliente-.....	8
Informe de ponencia positiva para segundo debate, texto propuesto y texto aprobado en primer debate por la Comisión Sexta del Proyecto de Ley número 457 de 2025 Senado, 304 de 2024 Cámara, por medio de la cual se rinde homenaje al Museo de Arte de Pereira en su quincuagésimo aniversario, por su contribución a la cultura y el arte colombiano, y se dictan otras disposiciones.....	15