

EL DERECHO DE RETRACTO, ¿una condición suspensiva o resolutoria?

**SUSANA TAMAYO JARAMILLO
DAVID TAMAYO RESTREPO**

**UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE DERECHO
MEDELLÍN**

2015

EL DERECHO DE RETRACTO, ¿una condición suspensiva o resolutoria?

**SUSANA TAMAYO JARAMILLO
DAVID TAMAYO RESTREPO**

Trabajo de grado presentado para optar al título de Abogado

Asesor: Maximiliano Aramburo Calle

**UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE DERECHO
MEDELLÍN
2015**

Nota de aceptación:

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, agosto de 2015

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
1. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO.....	9
1.1. POR QUÉ SURGE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	9
1.2. QUIÉN SE ENTIENDE CONSUMIDOR.....	12
1.3. INFLUENCIA DE LA RELACIÓN DE CONSUMO EN LA TEORÍA GENERAL DEL CONTRATO.....	16
2. DERECHO DE RETRACTO EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO....	20
2.1. EN QUÉ CONSISTE EL DERECHO DE RETRACTO	20
2.2. AMBITO DE APLICACIÓN DEL DERECHO DE RETRACTO EN COLOMBIA	25
2.2.1. El retracto en ventas realizadas mediante sistemas de financiación	25
2.2.2. El retracto en ventas de tiempos compartidos	26
2.2.3. El retracto en ventas que utilizan métodos no tradicionales	28
2.2.4. El retracto en ventas a distancia.....	29
2.2.5. Conclusión preliminar sobre el ámbito de aplicación.....	30
2.3. BREVE ANÁLISIS COMPARADO DEL DERECHO DE RETRACTO	31
2.3.1. CHILE.....	33
2.3.2. ARGENTINA.....	34
2.3.3. PERÚ	35
2.3.4. MÉXICO.....	36
2.3.5. UNIÓN EUROPEA.....	37
3. ALGUNOS CASOS EN LOS QUE SE IDENTIFICA LA APLICACIÓN DEL DERECHO DE RETRACTO Y LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN COLOMBIA RESPECTO A ESTA FACULTAD.....	39
3.1. EL RETRACTO EN VENTAS REALIZADAS A TRAVÉS DE INTERNET ..	40

- Caso AVIANCA40
- Caso LAN COLOMBIA AIRLINES S.A.40

3.2. EL RETRACTO EN VENTAS REALIZADAS MEDIANTE MÉTODOS NO TRADICIONALES43

- Caso AMERICAN LATIN TRAVELS S.A.S.....43

3.3. EL RETRACTO EN VENTAS REALIZADAS A DISTANCIA.....44

- Caso MAILEX S.A.S.....44

CONCLUSIONES..... 46

BIBLIOGRAFIA..... 49

LISTA DE CUADROS

CUADRO 1. Aplicación del retracto en el derecho comparado.....	31
--	----

INTRODUCCIÓN

Partiendo de la teoría general y tradicional del contrato se evidencia que uno de los principios rectores de toda relación contractual es la fuerza vinculante de la misma, en donde se establece que las disposiciones pactadas entre las partes solo pueden ser invalidadas por mutuo acuerdo o por causas legales.

No obstante, con la evolución y desarrollo de la sociedad han surgido nuevas figuras cuya ejecución implica que dicho principio de fuerza vinculante no prevalezca frente a la voluntad de una las partes, pues se atiende a la posición y calidad de los contratantes. Una de estas figuras es el derecho de retracto, el cual surge como mecanismo de protección al consumidor, quien se considera la parte débil de la relación de consumo puesto que muchas veces no tiene la posibilidad de negociar las condiciones para adquirir un bien o servicio.

El derecho de retracto consiste en la posibilidad que le brinda la ley al consumidor para desligarse de los vínculos contraídos, una vez recapacita sobre sus decisiones, sin condicionamientos o presiones, y sin tener que asumir algún tipo de sanción.

De la definición anterior surgen varios interrogantes: ¿Cuál sujeto se considera consumidor para poder ser objeto de protección?, ¿Cuál es el efecto principal que trae la aplicación del retracto? ¿Al ejercer esta facultad se finaliza una relación jurídica ya perfecta o se trata de una relación que no se perfecciona definitivamente hasta que no caduca la posibilidad que tiene el consumidor de retractarse? ¿Se entiende el retracto como una condición suspensiva o resolutoria de la relación jurídica?

Con el fin de dar solución a las anteriores preguntas, desarrollaremos el siguiente trabajo en tres capítulos: en el primero se evidenciarán algunas de las condiciones necesarias para considerar que se está frente a un sujeto

denominado consumidor. En el segundo, por su parte, se analizará en qué consiste el derecho de retracto y su ámbito de aplicación para conocer así el efecto principal que trae dicha figura.

Adicionalmente, en el tercer capítulo, se ilustrarán algunos casos reales en los que se ha discutido centralmente el ejercicio de retracto por parte de los consumidores, así como los mecanismos de protección que emplean las autoridades encargadas de velar por los intereses de los consumidores para hacer valer sus derechos.

1. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO

Con la promulgación de la Ley 1480 del 2011, por la cual se expide el Estatuto del Consumidor, surge en nuestro ordenamiento jurídico un nuevo cuerpo normativo que regula las relaciones de consumo y dota de nuevos derechos y acciones a los consumidores.

En este orden de ideas, el fin del presente trabajo es analizar el derecho de retracto que surge tras la expedición de dicha ley, no sin antes exponer por qué surge la protección al consumidor, qué se entiende por consumidor en nuestro ordenamiento jurídico y cómo la relación de consumo puede aparecer, virtualmente, en cualquier relación jurídica. Estas ideas introductorias suministrarán un contexto para determinar el sujeto objeto de protección y cuáles son las calidades necesarias para ejercer el retracto.

1.1. POR QUÉ SURGE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La protección al consumidor se considera necesaria ya que la relación de este sujeto con los productores y comerciantes es por naturaleza desequilibrada, en donde los productores y comercializadores suelen ser la parte contractual que impone unilateralmente las condiciones del contrato, y los consumidores quienes se adhieren a éstas sin la potestad de entrar a negociar. El consumidor es considerado “débil” por las diferencias en cuanto al poder negocial, derivadas de su posición económica frente al proveedor o productor; por la asimetría informativa; por su poca educación para el consumo; por el costo del proceso en caso de reclamación y difícil acceso a la justicia¹; entre otros aspectos y circunstancias que lo ponen en posición de desventaja y lo hacen sujeto de protección.

¹ ECHEVERRI SALAZAR, Verónica María. Tratamiento constitucional de la protección al consumidor en Colombia: Una visión integral de la protección del consumidor en Colombia. En: Memorias Cámara de Comercio de Medellín. 2012. p.7

De igual manera, hay que tener en cuenta que el desarrollo de los medios de producción, de publicidad y de mercadeo a los que tienen acceso los productores y distribuidores de bienes y servicios, les pone en una posición de dominio frente a la parte débil de la relación contractual, a saber, el consumidor².

Por lo anterior el derecho del consumo está conformado por una serie de principios y normas estipuladas por el ordenamiento jurídico a favor de los consumidores, con el fin de garantizar en el mercado una posición de equilibrio con los proveedores y productores, en una relación de consumo y como destinatario final de bienes y servicios.

Respecto a las protecciones que operan en Colombia frente al consumidor, Ossa Gómez sostiene: “Inicialmente las únicas protecciones que operaban eran las del código civil, que consagraban, como obligaciones del vendedor, las mismas instituciones para la protección al comprador que el derecho romano: el saneamiento por vicios redhibitorios, cuando el bien tenía vicios ocultos en su funcionamiento, y el saneamiento por evicción, cuando la posesión se perdía por problemas jurídicos, a través de sentencia judicial.

Posteriormente vino el Código de Comercio, que introdujo dos nuevos tipos de protección al consumidor: la total, cuando el producto se vende con garantía, y se presumen vendidos con garantía todos los bienes que se acostumbre a vender de este modo (arts. 932 y 933 C.Co.), y la de vicios de calidad, excepto cuando se revisa la mercadería sin protesta (art. 939 C.Co.).

Estas protecciones se quedaban cortas, pues tenían unos extensos requisitos, plazos de caducidad muy cortos y acciones de reclamación largas y dispendiosas, que terminaban por disuadir al comprador de toda reclamación judicial.”³

² VILLALBA CUELLAR, Juan Carlos. La noción de consumidor en el derecho comparado y en el derecho colombiano. En: Vniversitas. Bogotá. 2009. p. 307

³ OSSA GÓMEZ, Daniel. Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia. En: Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas. Vol. 40, N°. 112 (2010). p. 213

Teniendo en cuenta lo anterior se fueron expidiendo normas de defensa a los consumidores, tal y como lo fue el Decreto 3466 de 1982, conocido como el Estatuto General del Consumidor, en donde se consagraron normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores.

De igual manera, es pertinente mencionar que la protección al consumidor en Colombia se ve fortalecida desde la Constitución Política de 1991 la cual, en su artículo 78, dispone que los consumidores son sujetos de protección especial, en donde se ordena la existencia de un campo de protección en favor de éstos, con el fin de restablecer la igualdad frente a los productores y proveedores de bienes y servicios, dada la asimetría existente entre estos sujetos en el mercado.

El anterior estatuto se adecuó en su momento a la situación en la que se encontraba Colombia, pero teniendo en cuenta que ya habían pasado 29 años, dicha norma se consideraba desactualizada, pues no se adaptaba a la económica actual, ni protegía lo suficientemente al consumidor, ya que no tenía en cuenta las nuevas tendencias de consumo en donde la tecnología, el concomimiento y el avance científico se expandieron con facilidad en todo el mundo, incluyendo a nuestro país. Con base en esto, se vio la necesidad de expedir un nuevo estatuto que brindara de manera más efectiva protección a los consumidores de acuerdo al contexto actual.

Es por lo anterior que en el año 2011 se expide la Ley 1480 conocida como Nuevo Estatuto del Consumidor, la cual reglamenta aspectos relacionados con los derechos y deberes de los consumidores así como las obligaciones y derechos de los productores y proveedores con respecto a los consumidores. Dicho Estatuto tiene como objetivos “proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su

dignidad y a sus intereses económicos”, por lo que se brindan mecanismos a los consumidores para hacer exigibles sus derechos.

Dicha ley, con el fin de proteger los intereses económicos de los consumidores, integra nuevas figuras que surgen como forma directa de protección de la confianza, la libertad y la buena fe del consumidor. Atendiendo a lo anterior, es importante establecer qué se entiende por consumidor en nuestro ordenamiento jurídico, ya que una vez identificado cuál de los sujetos intervinientes en una relación jurídica tiene calidad y posición de consumidor, dicha relación se regirá también por las normas de protección al consumidor.

1.2. QUIÉN SE ENTIENDE CONSUMIDOR

El Estatuto del Consumidor, en su artículo 5, define al consumidor como “toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.”

De la definición anterior surgen varios interrogantes consistentes en saber si los bienes a consumir son solamente muebles o pueden ser también inmuebles; si solo se protege al consumidor que adquiere un producto a título oneroso o también al que adquiere a título gratuito; si se protege a la persona que adquiere directamente el bien o también a quien lo utiliza; y si el concepto de consumidor es igual al de adquirente.

- a) Con respecto a la primera pregunta, consistente en saber si se pueden consumir bienes inmueble o si solamente se habla de bienes muebles, es necesario tener en cuenta que el anterior Estatuto no hizo mención a la protección a adquirentes de bienes inmuebles; sin embargo la Ley 1480 de

2011 sí les otorgó protección especial, lo cual se evidencia en los artículos 5, 8 y 11 del mismo cuerpo normativo, en donde se establece que un bien inmueble se incluye dentro de los bienes a los cuales les aplica la garantía legal y que éste puede considerarse un producto defectuoso, por lo que se tiene derecho a reclamar respecto a la seguridad razonable que se debe ofrecer frente al mismo. Por lo anterior se identifica que los adquirentes de bienes inmuebles también son objeto de protección y pueden solicitar la aplicación de las normas de consumo.

- b) El segundo interrogante referente a los productos adquiridos a título gratuito u oneroso, se responde atendiendo a los artículos 5 y 33 del nuevo Estatuto del Consumidor, en los que se indica que las promociones y ofertas son “el ofrecimiento temporal de productos en condiciones especiales favorables o de manera gratuita como incentivo para el consumidor” y se estipula que “los términos de las promociones y ofertas obligan a quien las realice y estarán sujetas a las normas incorporadas en la presente ley.”

De acuerdo con lo anterior, se evidencia que los actos gratuitos también tienen protección y se considera consumidor a aquel sujeto que adquiera bienes, ya sea de manera gratuita u onerosa. Sin embargo es importante tener en cuenta que si se asimila al consumidor como contratante, hay que acudir a lo consagrado en el artículo 1604 del Código Civil en donde se establece que “el deudor no es responsable sino de la culpa lata en los contratos que por su naturaleza solo son útiles para el acreedor.” Es decir, en caso que el contrato sea gratuito, el proveedor o vendedor responderá únicamente por culpa grave.

- c) Frente a la pregunta de si es solamente consumidor la persona que adquiere directamente el bien o también quien lo utiliza, es necesario establecer si el derecho del consumidor tiene o no naturaleza contractual.

En este sentido, si se considera que tiene naturaleza contractual, únicamente la persona que haya adquirido el bien mediante un contrato sería la destinataria de la protección, y “el titular de un derecho personal más las competencias que le atribuye el Estatuto para la ejecución del deber a cargo del productor o del distribuidor”⁴. Lo anterior se explica en virtud del principio de relatividad de los contratos, consagrado en el Artículo 1602 del Código Civil, en donde se sostiene que “todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no podrá ser invalidado sino por su consentimiento mutuo, o por causas legales”. Con base en esto se evidencia que solo las partes derivan derechos y obligaciones del contrato, por lo que sus efectos no se extiendan a terceros.

Sin embargo, “el derecho de los consumidores ha servido para atenuar el rigor del principio de la relatividad de los contratos, sobre todo en lo que tiene que ver con la protección frente a la responsabilidad civil derivada de los daños causados por productos defectuosos”⁵, pues hay que tener en cuenta que existen casos en los que no coincide el destinatario final con el contratante del bien o servicio.

En los casos en los cuales el consumidor no es parte contractual, la Corte Suprema de Justicia se ha pronunciado diciendo que “la responsabilidad que se predica de los fabricantes y proveedores, se caracteriza porque la misma trasciende a la relación contractual derivada de la compraventa o adquisición de bienes y servicios, entre otras cosas porque emana de una relación (la de consumo) especialmente regulada por el ordenamiento y que

⁴ OVIEDO VELEZ, Manuel y MORENO VÁSQUEZ, Mauricio. Remedios del consumidor frente a fallas de calidad e idoneidad del producto: En: Revista de Derecho Privado. N° 52. (Jun., 2014); p. 11

⁵ ECHEVERRI SALAZAR, Verónica María. Estatuto del Consumidor, Una mirada a la Ley 1480 de 2011: Algunos fundamentos para la protección del consumidor. En: Foro del Jurista / Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Edición N°29, (Octubre de 2012). Medellín. p 24. ISBN: 978 958 99131-6-1.

liga a personas que, incluso, no han celebrado contrato alguno, como puede acontecer con el fabricante y el último adquirente, o cuando la víctima es un consumidor no adquirente (como los parientes o acompañantes de éste). Precisamente por lo anterior, se desdibuja o atenúa en estos asuntos la importancia de la distinción entre responsabilidad contractual y extracontractual, al punto de ser irrelevante.”⁶

Conforme a lo anterior, se podría concluir que el principio de relatividad no puede restringir o limitar la responsabilidad que tienen los distribuidores o fabricantes frente al consumidor final del producto, incluso en los casos que éste no coincida con el adquirente inicial, ya que el productor o fabricante no puede resultar indiferente a los defectos o anomalías del bien, ni ajeno a los derechos y competencias que el otorga el Estatuto del Consumidor a este destinatario final.

- d) El último interrogante que surge consiste en saber si el concepto de consumidor es igual al de adherente en los contratos por adhesión. Para resolverlo, se debe tener en cuenta que tanto el régimen de consumidor como el de los contratos de adhesión son de protección especial para quien se considera débil en la relación. No obstante, “si bien es cierto que la gran mayoría de contratos en los que el consumidor toma parte son de adhesión ello no significa que ambas categorías sean iguales. De hecho, un consumidor puede contratar bajo un formato de libre discusión de cláusulas”⁷ y seguirá siendo objeto de protección.

⁶ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Exp. 25899 3193 992 1999 00629 01, 30 de abril de 2009.

⁷ ECHEVERRI, Op. cit., p 29.

Una vez analizados los anteriores interrogantes se puede redefinir el concepto de consumidor, de la siguiente manera: consumidor es toda persona natural o jurídica que, como contratante o destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza, adquirido a título gratuito u oneroso, y no necesariamente bajo un contrato de adhesión, para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.

1.3. INFLUENCIA DE LA RELACIÓN DE CONSUMO EN LA TEORÍA GENERAL DEL CONTRATO

Una vez establecido qué se entiende por consumidor, es pertinente señalar que las relaciones de consumo generalmente se establecen por medio de un contrato, el cual tiene como principios estructurales la autonomía de la voluntad privada y la fuerza vinculante del mismo. Lo anterior puede evidenciarse en lo consagrado en el artículo 1602 del Código Civil, citado renglones arriba, en donde se estipula que “todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales.”

No obstante, hay que tener en cuenta que como mencionamos anteriormente un consumidor puede ser un destinatario final y no quien adquiere el bien desde un inicio, es decir que no pertenece necesariamente al campo contractual, en donde se evidencia que el vínculo jurídico en la relación de consumo puede derivarse de una relación contractual o extracontractual.

Así mismo, es importante indicar que el derecho del consumidor desde hace tiempo viene ejerciendo cierta influencia en materia contractual debido a la evolución social y económica, lo que ha traído como consecuencia debilitar un poco la vigencia de las reglas establecidas a partir de la evolución del derecho

romano y la fuerte influencia del código civil francés de 1804, entre otras normas importantes. Así describe el problema Durand:

“El cambio de la dinámica económica y su masificación tiene su respuesta jurídica en la estandarización de la contratación. La contratación negociada es sustituida por la contratación en masa que exige la pura adhesión. Todo esto es producto de las exigencias del mercado, de la automatización y la racionalización de la economía.

En efecto, es preciso reconocer que el Derecho Civil creó figuras como el “Contrato por Adhesión” y las “Cláusulas Generales de Contratación” para facilitar el tráfico comercial, así mismo estableció figuras como la buena fe, los vicios de la voluntad, el saneamiento por los vicios ocultos, etc. y fueron éstas las normas de justicia contractual que se aplicaron en un primer momento para resolver los eventuales problemas de información asimétrica que afectaban la voluntad de las partes; no obstante el fenómeno de la producción industrial, la anonimización y despersonalización de los proveedores, la masificación de los consumidores y la proliferación de los contratos por adhesión, dieron lugar a la “Contratación de Consumo” y al crecer el comercio, obviamente el Código Civil ya era insuficiente para regular los efectos jurídicos derivados de este tipo de contratos, porque dicho código estaba estructurado sobre otras bases, como la de la autonomía de la voluntad, el principio *pacta sunt servanda*, entre otros”⁸.

Puede verse, entonces, cómo el contrato de consumo se distancia un poco de la contratación clásica, ya que esta segunda se presume paritaria y parte de los principios de igualdad y libertad, mientras que el contrato de consumo presupone una relación asimétrica pues reconoce que una de las partes se encuentra en una

⁸ DURAND CARRIÓN, Julio Baltazar. El derecho del consumidor y sus efectos en el derecho civil, frente a la contratación de consumo en el mercado. Perú. 2013. p.5-7

posición de debilidad frente a la otra, y es recurrente la falta de libertad para negociar.

Conforme a lo anterior, puede concluirse que “esta nueva realidad, la de la contratación en masa y de consumo, produce una erosión en la teoría clásica de la contratación y la consiguiente necesidad de elaborar una nueva teoría general que involucre estas nuevas expresiones del mercado y sus correlatos jurídicos; también queda en entredicho, la vigencia de los principios generales que hasta ahora han gobernado la teoría tradicional de los contratos: El pacta sunt servanda, la autonomía de la voluntad, la justicia contractual, etc.”⁹

La influencia de la relación de consumo en la teoría general del contrato se evidencia pues en la creación de nuevos principios contractuales y nuevas figuras normativas, tal y como lo es el retracto, en donde se identifica que el principio tradicional de “fuerza vinculante” ya no prevalece frente a la voluntad de una de las partes, atendiendo a la posición de ese sujeto en la relación de consumo.

Por último, debe mencionarse que en el derecho colombiano no existe una norma que defina la relación de consumo. Sin embargo, la Ley 1480 de 2011 en dos de sus artículos hace alusión a tal concepto para indicar que las normas contenidas en dicha ley serán aplicables a las relaciones de consumo y para señalar el tipo de procedimiento que versa sobre la violación a los derechos de los consumidores. No obstante, la Superintendencia de Industria y Comercio ha dicho que se puede determinar que “la relación de consumo es la que se presenta entre el productor, proveedor o expendedor y el consumidor.”¹⁰

Por lo tanto, para determinar si un contrato es de consumo, se debe realizar un análisis de la calidad de las partes y de las finalidades de éstas en la celebración del negocio. De esta manera, cualquier clase de contrato en el que uno de los sujetos sea considerado consumidor, será susceptible de ser un contrato de

⁹ *Ibíd.*, p. 7

¹⁰ Superintendencia de Industria y Comercio, Concepto 03025237 del 09 de Mayo de 2003

consumo. Podrá haber entonces compraventas, arrendamientos, depósitos, mutuos, y en general cualquier clase de contrato, y será calificado como de consumo, dependiendo de la existencia de una relación de consumo.

De conformidad con lo anterior, se identifica que una relación de consumo puede afectar figuras típicas de la normatividad pues éstas tendrán que atender además de lo estipulado en la teoría general de los contratos, a lo consagrado respecto a la protección y defensa del consumidor.

2. DERECHO DE RETRACTO EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO COLOMBIANO

2.1. EN QUÉ CONSISTE EL DERECHO DE RETRACTO

Una vez establecido por qué surge la protección al consumidor, quién se entiende por consumidor y cómo la relación de consumo puede superponerse a las relaciones jurídicas tradicionales (civiles o comerciales), nos centraremos en analizar el derecho de retracto, consagrado en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. Allí se establece lo siguiente:

“ARTÍCULO 47. RETRACTO. En todos los contratos para la venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, venta de tiempos compartidos o ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, que por su naturaleza no deban consumirse o no hayan comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días, se entenderá pactado el derecho de retracto por parte del consumidor. En el evento en que se haga uso de la facultad de retracto, se resolverá el contrato y se deberá reintegrar el dinero que el consumidor hubiese pagado. El consumidor deberá devolver el producto al productor o proveedor por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien serán cubiertos por el consumidor. El término máximo para ejercer el derecho de retracto será de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de la prestación de servicios. Se exceptúan del derecho de retracto, los siguientes casos: 1. En los contratos de prestación de servicios cuya prestación haya comenzado con el acuerdo del consumidor; 2. En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar; 3. En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados; 4. En los contratos de suministro de

bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez; 5. En los contratos de servicios de apuestas y loterías; 6. En los contratos de adquisición de bienes perecederos; 7. En los contratos de adquisición de bienes de uso personal. El proveedor deberá devolverle en dinero al consumidor todas las sumas pagadas sin que proceda a hacer descuentos o retenciones por concepto alguno. En todo caso la devolución del dinero al consumidor no podrá exceder de treinta (30) días calendario desde el momento en que ejerció el derecho.”

Es importante resaltar el carácter imperativo que lleva la norma citada, lo que supone que en este escenario no es posible prescindir de su contenido puesto que las partes no pueden pactar que se renuncia a ejercer el retracto por parte del consumidor. Tal disposición tendría objeto ilícito y se sancionaría la cláusula respectiva con la nulidad absoluta. Esto, porque la norma reconoce que el derecho está en cabeza del consumidor y es potestad de este sujeto decidir si aplica o no el retracto frente a la compra realizada.

Lo anterior se ve justificado en el artículo 4° de la Ley 1480 de 2011, en donde se señala que las disposiciones contenidas en dicha ley son de orden público y por tanto, cualquier estipulación en contrario se tendrá por no escrita.

No obstante, como lo señalan Cotes, Bula y Otero, “en caso de pactarse condiciones más favorables para el consumidor, tal y como puede ser ampliar el plazo para retractarse, no se estaría incurriendo en la prohibición de pactar cosa en contrario, toda vez que la ley busca garantizar un mínimo de protección al consumidor y permite que el proveedor o fabricante le otorgue condiciones más benéficas que las de la misma ley.”¹¹

¹¹ COTES, Luis; BULA, Alfredo y OTERO, Andrea. Limitaciones de la Ley 1480 de 2011 en relación con los medios de pago y el plazo de ejercicio del derecho de retractación. En: Actualidad Jurídica. Colombia. 2014. p.71

Una vez analizado el carácter que le otorga el legislador al derecho de retracto, mencionaremos que la doctrina por su parte, señala que este derecho es “una facultad que le da la ley al consumidor para que le ponga fin a la relación jurídica preexistente, denominada relación de consumo, y se pueda reintegrar el dinero pagado, debido a su decisión de resolver el contrato, la cual es consecuencia de su arrepentimiento o desinterés contractual y su deseo unilateral de desvincularse de la misma, hacia el futuro, luego de un periodo de reflexión.”¹²

En esta misma línea argumentativa, Rodrigo Mumberg advierte que el retracto es “una facultad que permite a una de las partes del negocio jurídico destruir el vínculo contractual, constituyendo una condición resolutoria meramente potestativa del acreedor”¹³ pues en caso que éste decida hacer uso de la facultad de retracto, el contrato se resolverá y se deberá reintegrar la suma pagada por el bien o servicio.

La definición anterior habla de condición resolutoria potestativa, pues para el autor el contrato se encuentra perfeccionado desde el momento en que se dio el acuerdo de voluntades entre las partes, el cual queda sujeto a la posible resolución en caso de retracto por uno de los contratantes.

Atendiendo a las dos posturas mencionadas anteriormente se evidencia que ambos autores definen al retracto como una facultad que trae por efecto terminar una relación jurídica ya perfecta. No obstante, debe tenerse en cuenta que tal y como lo señala Mariana Bernal Fandiño, hay autores que afirman que la relación no se perfecciona definitivamente hasta tanto no caduque la posibilidad de

¹² JARAMILLO J, Carlos Ignacio. La compraventa en el derecho de consumo: El derecho de retracto en el contrato de compraventa. Regulación, alcance e incidencia en la relación de consumo establecida entre comprador y vendedor. Bogotá: Grupo Editorial IBAÑEZ. 2015. p. 295. ISBN Volumen 978—958-749-416-7

¹³ MUMBERG URIBE, Rodrigo. Derecho del Consumo: Recurso de protección, retracto extemporáneo e intervención judicial del contrato. En: Revista chilena de derecho privado. Chile, 2014. p. 305

retractarse, en donde el contrato no se forma en el momento de su conclusión, sino al término del plazo de reflexión¹⁴.

Se evidencia, entonces, que el retracto puede traer como consecuencia la terminación unilateral de los efectos del contrato previamente celebrado, con el fin de desligarse de un vínculo como si éste no hubiera existido, en donde se deberá restablecer las cosas al estado en que se encontraban antes de su celebración; o por otro lado, puede traer como consecuencia entender el perfeccionamiento del contrato supeditado a una condición, en donde éste no se entiende perfecto hasta que no se finalice la posibilidad del consumidor de ejercer la facultad del retracto.

Comparando estos dos posibles efectos del retracto, nos parece correcta la teoría que afirma que este derecho es una forma de terminar una relación jurídica ya perfecta. Según esta posición, el ejercicio del retracto es una condición resolutoria del contrato que trae como consecuencia realizar restituciones mutuas y volver al estado en que se encontraban las partes antes de contratar.

Dicho lo anterior, no coincidimos con la teoría que condiciona el perfeccionamiento del contrato a la caducidad del retracto ya que se podría presentar una desprotección al consumidor. Las razones son, al menos, dos. Por una parte, la protección se deriva de la existencia de un contrato previamente celebrado y de una relación de consumo, y en este caso entenderíamos que no hay ningún tipo de relación hasta que falle la condición (esto es, hasta que opere la caducidad de la posibilidad del consumidor para ejercer retracto). Por otra lado, si se tratase de una condición suspensiva, el pago efectuado por las partes de la relación de consumo (proveedor y consumidor) durante los cinco días que tiene el consumidor para ejercer el derecho de retracto, podría entenderse como un pago de lo no debido puesto que el efecto de la condición suspensiva implicaría que no nace la relación. Si esto fuese así, al no haber una relación, no es posible que haya derechos y obligaciones para las partes.

¹⁴ BERNAL FANDIÑO, Mariana. Ventas a distancia y su tratamiento en el nuevo estatuto del consumidor. En: Vniversitas. 2012. p. 52

En suma: tras analizar los problemas planteados anteriormente, no debe verse el retracto como una condición suspensiva en la cual se retrasan los efectos del acto jurídico hasta que el retracto suceda o no, sino como una condición resolutoria la cual hace depender del retracto el fin de la existencia del negocio jurídico ya perfecto.

Finalmente, debe tenerse en cuenta que para que el efecto principal del retracto surta, éste debe ejercerse en el término fijado por ley, pues en caso de que no se realice dentro de este plazo por parte del consumidor, ya no será posible finalizar unilateralmente el negocio jurídico sin alegar una justa causa.

Al momento de darse la terminación del contrato, se genera la obligación para las partes de restituir los bienes a su cargo, lo que implica que el consumidor entregue al proveedor el producto en las mismas condiciones en que le fue entregado y, el proveedor devuelva el dinero pagado por el mismo sin exceder los 30 días calendario desde el momento en que se ejerció el retracto, ni hacer descuentos o retenciones por concepto alguno, ni compensar con otro bien, bono, crédito o promoción a cambio de la devolución del dinero.

Respecto a la obligación del consumidor de devolver el bien en las mismas condiciones, es oportuno mencionar que aunque “el derecho de retracto sea gratuito”¹⁵ —pues no se exige contraprestación económica por parte del adquirente para hacerlo efectivo, tal y como se evidencia en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011— los costos de transportes y demás que conlleven a la devolución del bien deberán ser asumidos por el consumidor.

En este orden de ideas, se puede concluir que si vemos al derecho de retracto como aquella figura que finaliza un contrato ya perfecto, constituyendo una condición resolutoria de la relación jurídica, se tendrán como características del

¹⁵ *Ibíd.*, p.54

mismo que es “un derecho legal, gratuito, unilateral, discrecional y con efectos resolutorios, en donde las partes vuelven al estado anterior a la contratación.”¹⁶

2.2. AMBITO DE APLICACIÓN DEL DERECHO DE RETRACTO EN COLOMBIA

Tal y como se indica en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011, el retracto aplica en (i) todos los contratos realizados mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, (ii) venta de tiempos compartidos o (iii) ventas que utilizan métodos no tradicionales o (iv) a distancia.

De acuerdo al ámbito de aplicación que le otorga la ley al retracto en nuestro ordenamiento jurídico analizaremos brevemente en qué consiste cada una de las ventas y por qué se entiende justificada la facultad del consumidor de retractarse en ellas.

2.2.1. El retracto en ventas realizadas mediante sistemas de financiación

Las ventas realizadas mediante sistemas de financiación son aquellas en las que el productor o proveedor otorga al consumidor de manera directa facilidades de crédito para la adquisición del bien o servicio.

Este tipo de ventas se encuentra regulado en el capítulo IV de la Ley 1480 de 2011, donde se establece que en estas transacciones el proveedor o productor deberá “(i) informar al consumidor, al momento de celebrarse el respectivo contrato, de forma íntegra y clara, el monto a financiar, interés remuneratorio y, en su caso el moratorio, en términos de tasa efectiva anual que se aplique sobre el monto financiado, el sistema de liquidación utilizado, la periodicidad de los pagos,

¹⁶ *Ibíd.*, p.54

el número de cuotas y el monto de la cuota que deberá pagarse periódicamente; (ii) fijar las tasas de interés que seguirán las reglas generales, y les serán aplicables los límites legales; (iii) liquidar si es del caso, los intereses moratorios únicamente sobre las cuotas atrasadas; (iv) y en caso que se cobren estudios de crédito, seguros, garantías o cualquier otro concepto adicional al precio, deberá informarse de ello al consumidor en la misma forma que se anuncia el precio.”

El derecho de retracto aplica para este tipo de ventas debido a que el consumidor está sujeto a una presión por parte del proveedor o productor que busca que decida pronto, sin pensar demasiado, influenciando su voluntad en gran magnitud con la posibilidad de obtener financiaciones en sus compras. Esto puede impedir que las compras se realicen de manera libre y espontánea y, aunque no haya vicio del consentimiento, se disminuye la libertad del contratante. Además, hay que tener en cuenta que en operaciones de este tipo se encuentran presentes agentes distractores que no le permiten al consumidor analizar con tranquilidad los términos que se le ofrecen, como lo son las condiciones de intereses, los plazos de pago, el valor de la compra, entre otras razones.

Bajo este contexto, puede inferirse que el retracto se permite en las ventas de bienes y servicios realizadas mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor de manera directa, ya que el consumidor en un tiempo de reflexión y calma, puede arrepentirse de realizar una compra por la cual tendrá que pagar más del valor real por el producto, por el hecho de ésta ser financiada por el productor o proveedor del bien o servicio.

2.2.2. El retracto en ventas de tiempos compartidos

El artículo 95 de la Ley 300 de 1996 define a las ventas de tiempos compartidos como aquellas mediante las cuales “una persona natural o jurídica adquiere, a través de diversas modalidades, el derecho de utilizar, disfrutar y disponer, a

perpetuidad o temporalmente, una unidad inmobiliaria turística o recreacional por un período de tiempo en cada año normalmente una semana”.

Respecto a este tipo de contratos, Carlos Ignacio Jaramillo señala que el derecho de retractación en los tiempos compartidos “encuentra explicación en los agresivos y hasta engañosos métodos de comercialización que emplean los profesionales para obtener el consentimiento del consumidor. Es común en este tipo de contratos la sensación de arrepentimiento o decepción del consumidor por haberse obligado impulsivamente, sin la suficiente información sobre el negocio, presionado por un hábil vendedor cuya consigna es vender a como dé lugar.”¹⁷

Coincidiendo con la postura del autor anterior cabe agregar que este tipo de ventas son promocionadas generalmente a través de correo electrónico, Internet, anuncios publicitarios, entre otros medios de comunicación o en determinados sitios como los centros comerciales o en los mismos sitios turísticos, en donde no hay oportunidad de verificar en el momento de la compra la veracidad de las condiciones ofrecidas, y solo queda confiar en las especificaciones dadas por la persona que vende el paquete vacacional. Por lo anterior, es que se le permite al consumidor que una vez se encuentre en tiempo de calma pueda corroborar si desea asumir el riesgo o por el contrario retractarse de la transacción realizada.

Por otro lado, es oportuno mencionar que el Decreto 774 de 2010 “por el cual se dictan disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico” estipula que en el contrato o promesa de contrato por el cual se comercializan programas de tiempo compartido turístico podrán darse por terminados unilateralmente por su titular, dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la fecha de su firma, siempre que no haya disfrutado del servicio contratado. Además, consagra la posibilidad al promotor o comercializador de descontar, por concepto de gastos efectuados por razón de la venta, un porcentaje

¹⁷ JARAMILLO, Op. Cit., p. 345

no superior al 5% del valor recibido como cuota inicial del contrato de tiempo compartido.

Respecto a lo anterior, es importante indicar que, como señala Jaramillo, “actualmente se discute si lo señalado en el Decreto 774 se encuentra aún vigente a raíz del advenimiento del Nuevo Estatuto del Consumidor”¹⁸. Nuestra postura frente a este tema se basa en atender a la fecha de promulgación y carácter de las normas, para evidenciar que el Estatuto del Consumidor deroga en este punto al anterior decreto, pues aparte de ser una regulación con carácter general se evidencia la intención del legislador de dejar sin efectos la norma anterior al regular nuevamente el tema de ventas de tiempos compartidos.

2.2.3. El retracto en ventas que utilizan métodos no tradicionales

El artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 y a su vez el artículo 3 del Decreto 1499 de 2014, definen a las ventas con utilización de métodos no tradicionales como “aquellas que se celebran sin que el consumidor las haya buscado, tales como las que se hacen en el lugar de residencia del consumidor o por fuera del establecimiento de comercio. Se entenderá por tales, entre otras, las ofertas:

- Realizadas y aceptadas personalmente en el lugar de residencia del consumidor.
- En las que el consumidor es abordado por quien le ofrece los productos de forma intempestiva por fuera del establecimiento de comercio.
- En las que el consumidor es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento.”

En este tipo de ventas el consumidor es molestado en su tranquilidad sin solicitarlo con anterioridad, o es llevado a escenarios para aminorar su capacidad de

¹⁸ JARAMILLO, Op. Cit., p.326

discernimiento mediante ventas realizadas de forma intempestiva, por lo que se le otorga un periodo de reflexión que le permite restablecer dicha capacidad y hacer uso de la facultad de retracto si así lo desea.

Igualmente, es pertinente mencionar que frente a estas ofertas podría llegarse a considerar que el proveedor o productor ejerce algún tipo de fuerza sobre el consentimiento y voluntad del consumidor al momento de abordarlo, afectando de igual manera la premisa referente a que las compras deben realizarse de manera libre y espontánea, sin ningún tipo de presión, caso contrario a lo que podría inferirse que ocurre en el presente supuesto.

2.2.4. El retracto en ventas a distancia

El artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 y el artículo 6 del Decreto 1499 de 2014 consagran que las ventas a distancia son aquellas “realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, que se dan por medios, tales como correo, teléfono, catálogo o vía comercio electrónico.”

De acuerdo con la definición anterior podría afirmarse que la ausencia de cercanía del consumidor con el producto puede generarle cierta incertidumbre acerca de las características reales del bien, la calidad de éste y el cumplimiento de las condiciones bajo las cuales se realizó el negocio jurídico. Se evidencia pues que el retracto en estas transacciones se ve justificado precisamente en la falta de contacto previo y directo del consumidor con el bien adquirido, y en la no presencia física simultánea de las partes¹⁹.

¹⁹ BARBOSA JAIME, Viviana Lucia. Generando confianza en el comercio electrónico: Análisis de la conveniencia de reconocer el derecho a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por Internet. Trabajo de grado de Magíster en Derecho de la Propiedad Intelectual y de la Competencia. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Escuela de Posgrado. 2014. p. 10

2.2.5. Conclusión preliminar sobre el ámbito de aplicación

Una vez analizado los tipos de negocios jurídicos donde opera el retracto, se puede concluir que “el ámbito de aplicación de tal derecho es restringido y acotado, pues se menciona de forma exclusiva los escenarios en los que puede ser ejercido.”²⁰

Así mismo, se evidencia que la posibilidad otorgada al consumidor de desligarse del acuerdo y ponerle fin a la relación de consumo, se permite porque (i) al momento de realizar la transacción otorgó su consentimiento de forma influenciada, (ii) no tuvo la posibilidad de verificar las condiciones ofrecidas por el proveedor o productor, (iii) fue abordado de forma agresiva con el fin de disminuir su capacidad de decisión y juicio, o (iv) no tuvo contacto directo con el bien o servicio al momento de su adquisición.

Por otro lado, al ver la denominación que da el Estatuto del Consumidor a los negocios jurídicos donde opera el retracto, se podría decir que todas esas transacciones son un contrato de compraventa, en donde hay una compra de un producto por parte del consumidor y una venta por parte del productor o proveedor. Sin embargo, al analizar los negocios jurídicos más a fondo se podría pensar, en algunos casos, que se está más en presencia de un contrato de prestación de servicios que en un tipo de compraventa, por ejemplo: en los contratos de tiempos compartidos se evidencia que lo que se ofrece es un servicio de hospedaje y/o recreación; en algunas transacciones realizadas a distancia, como lo son las ventas de tiquetes aéreos, se podría pensar que se está es presencia de un contrato de prestación de servicios de transporte aéreo; entre otros negocios donde se evidencia que no necesariamente se trata de algún tipo de compraventa.

²⁰ JARAMILLO, Op. Cit., p. 328

No obstante, hay que tener en cuenta que el retracto opera tanto en la venta de productos, como en prestación de servicios, tal y como se evidencia en el artículo 47 del estatuto. Por lo tanto también aplica en este tipo de negocios jurídicos.

Por último, es importante anotar que aunque el derecho de retracto solo tenga aplicación en estos cuatro tipos de negocios jurídicos, opera en todos los sectores de la economía, pues así se trate de sectores vigilados por otra Superintendencia o con régimen especial, ningún sector puede sustraerse de la obligación de garantizar este derecho. Por ejemplo, uno de los regímenes con regulación especial que tienen que acatar lo consagrado en el Estatuto del Consumidor sobre el retracto es el de la Aeronáutica Civil, tema que abordaremos en el siguiente capítulo.

2.3. BREVE ANÁLISIS COMPARADO DEL DERECHO DE RETRACTO

Actualmente el derecho de retracto es aplicado en diferentes países, por lo cual presentaremos un panorama general de cómo es regulada esta posibilidad de dejar sin efectos el contrato celebrado, en el marco de algunos ordenamientos jurídicos que hemos considerado de especial relevancia como referencia para nuestro sistema jurídico.

A continuación se compararán con el ordenamiento jurídico colombiano, algunos países de América Latina, Centroamérica y el Entorno Andino. Los países que se escogieron se relacionan o hacen parte de convenios comerciales en los cuales Colombia tiene participación: Perú pertenece al Entorno Andino, Chile y Argentina son miembros de Mercosur (Mercado Común del Sur), y México tiene suscrito un TLC (Tratado de Libre Comercio) con Colombia.

Por otra parte, se escogió La Unión Europea con el fin de comparar el ámbito de aplicación que tiene la figura del retracto en algunos países del continente europeo con la aplicación que se le da en Colombia.

Se analizará entonces la denominación dada por cada uno de los países a la figura de retracto, el término fijado por ley para ejercerlo, y su ámbito de aplicación de manera general.

Cuadro 1: Aplicación del retracto en el derecho comparado

PAÍS	DENOMINACIÓN	TÉRMINO DE LEY	ÁMBITO APLICACIÓN
Chile	Derecho de Retracto	10 días calendario	(i) Compra de bienes con aceptación el mismo día, (ii) medios electrónicos, catálogos, avisos o comunicación a distancia.
Argentina	Derecho de Revocación	10 días calendario	(i) Venta domiciliaria, por correspondencia y otros.
Perú	Derecho de Restitución	7 días calendario	(i) Métodos comerciales agresivos o engañosos por parte del proveedor, determinantes en la voluntad de contratar del consumidor.
México	Facultad de Revocar	5 días hábiles	(i) Ventas realizadas por medios en los que sea imposible la entrega del documento al celebrarse la transacción, tales como teléfono, televisión, correo

			o mensajería. Casos en los que no exista trato directo con el comprador.
Colombia	Derecho de Retracto	5 días hábiles	(i) Venta de bienes y servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el proveedor, (ii) ventas de tiempos compartidos o (iii) ventas que utilizan métodos no tradicionales o (iv) a distancia.
Unión Europea	Derecho de Desistimiento	14 días calendario	(i) Contrato a distancia o (ii) celebrado fuera del establecimiento.

Fuente: Resumen de los autores.

2.3.1. CHILE

En Chile el derecho de retracto está consagrado en el artículo 3 de la Ley 19496 de 1997, en donde se establece que “El consumidor podrá poner término unilateralmente al contrato en el plazo de 10 días contados desde la recepción del producto o desde la contratación del servicio y antes de la prestación del mismo.”

El ámbito de aplicación que tiene el retracto en este ordenamiento jurídico se da en las compras de bienes y contratación de servicios realizadas en eventos que tengan como objetivo hacer que el consumidor exprese su aceptación el mismo día, y en los contrato celebrados mediante medios electrónicos, catálogos, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia, a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario.

De lo anterior se identifica que la legislación chilena, al igual que la colombiana, permite que el retracto opere en ventas que utilizan métodos no tradicionales y ventas realizadas a distancia, pues supone que se ejerció por parte del proveedor algún tipo de presión sobre el consumidor y que no se tuvo contacto físico con el bien o servicio al momento de adquirirlo. Sin embargo, respecto a las ventas celebradas a distancia se evidencia que en Chile el retracto opera sólo si el proveedor lo permite, pues se estipula que esta facultad aplica en este tipo de ventas salvo que el proveedor consagre lo contrario, mientras que en Colombia el proveedor no tiene la potestad de elegir si opera o no el retracto, sino que la ley fija el ámbito de aplicación y el consumidor decide si lo ejerce o no.

Por otro lado, al igual que en nuestro ordenamiento jurídico se obliga al proveedor a devolver las sumas abonadas sin retención de gastos o descuentos por concepto alguno. Sin embargo, en Chile se establece un plazo superior al colombiano, toda vez que se estipula que la devolución del dinero no podrá exceder 45 días, mientras que en Colombia son máximo 30 días desde el momento en que se ejerció el derecho.

2.3.2. ARGENTINA

Argentina denomina a la posibilidad de dejar sin efectos el contrato por parte de uno de los contratantes “derecho de revocación”, el cual está definido en el artículo 14 de la Ley 26.361 de 2008. Allí se indica que “el consumidor tiene derecho a revocar la aceptación durante el plazo de diez (10) días corridos contados a partir de la fecha en que se entregue el bien o se celebre el contrato, lo último que ocurra, sin responsabilidad alguna. Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada.”

La facultad de revocar se le permite al consumidor en las compras realizadas fuera del establecimiento de comercio, ya que al igual que Colombia supone que

el consumidor no buscó realizar dicho negocio jurídico sino que fue abordado de forma intempestiva por el proveedor o productor.

Respecto a los gastos de devolución derivados de la devolución del bien o producto, se encuentran diferencias entre el ordenamiento colombiano y argentino, toda vez que el primero dispone que quien devuelve el bien debe asumir los costos que provengan de tal devolución, mientras que en Argentina se establece que es el vendedor del mismo.

2.3.3. PERÚ

Perú por su parte, en el artículo 59 de la Ley 29571 de 2010, establece que “(...) el consumidor tiene derecho a la restitución inmediata de las prestaciones materia del contrato de consumo, contando con un plazo de siete (7) días calendario, contados a partir del día en que se produjo la contratación del producto o servicio, o desde el día de su recepción o inicio de su ejecución, lo que ocurra con posterioridad, sin perjuicio de su derecho a ejercer las acciones administrativas pertinentes conforme a las disposiciones del Código o a solicitar la anulación del contrato en la vía jurisdiccional correspondiente. Corresponde al consumidor probar la causal que sustenta su derecho a la restitución y el ejercicio de este derecho conforme a lo dispuesto en el presente artículo.”

Esta legislación consagra tal posibilidad para los casos en los que las ventas se realicen por métodos comerciales agresivos o engañosos por parte del proveedor.

Teniendo en cuenta que la norma anterior establece que el consumidor debe probar la causal para que opera el derecho a la restitución, se evidencia que esta figura es similar al derecho de reversión del pago, consagrado en el artículo 51 del Estatuto del Consumidor colombiano y no al derecho de retracto, pues exige a la parte que quiera ejercer su derecho, probar la causal que sustenta la restitución del bien.

Por otro lado, al igual que en Colombia, se estipula que no se puede realizar reducción alguna del monto a ser devuelto por parte del vendedor, pero haciendo la salvedad para los casos en los que se haya generado un manifiesto deterioro o pérdida del valor del bien, derivado un mal uso del producto o disfrute del servicio.

2.3.4. MÉXICO

En México, el artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1992 consagra que “el contrato se perfeccionará a los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda. Durante ese lapso, el consumidor tendrá la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna”. Acá, se puede ver cómo el legislador mexicano considera perfeccionado el contrato una vez transcurra el tiempo establecido y el consumidor no haya manifestado su decisión de revocar el consentimiento dado, sin responsabilidad alguna.

Lo anterior aplica en las ventas realizadas a distancia en donde no haya un contacto previo y directo entre el consumidor y el bien, pues no existe la posibilidad de verificar las condiciones reales del producto adquirido.

Conforme a los costos de flete y seguro de devolución del bien se establece, al igual que Colombia, que los mismos correrán por cuenta de quien realice la revocación del negocio.

Una característica propia de este ordenamiento es que define que para los casos en cuales se realice la prestación de un servicio, el derecho de revocación no será aplicable si la fecha de prestación del mismo se encuentra a diez días hábiles o menos de la fecha de la orden de compra.

2.3.5. UNIÓN EUROPEA

Derecho de desistimiento es la denominación que le da la Unión Europea a la posibilidad que tiene el consumidor de desistir de un contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento, sin la obligación de indicar el motivo que lo lleve a tal decisión.

Lo anterior está definido en el artículo 9 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en donde se consagra al igual que en Colombia que el consumidor al momento de realizar la devolución del bien no incurrirá en ningún costo, salvo en los casos en los que se haya seleccionado una modalidad de entrega distinta a la ordinaria, y cuando el valor del bien disminuya por causas imputables a la inadecuada manipulación del mismo.

Una vez analizado brevemente el ámbito de aplicación del derecho de retracto en otros ordenamientos jurídicos, es posible identificar los diferentes métodos de protección al consumidor en algunos tipos de contratos, evidenciar el tiempo estipulado por ley para ejercerlo, conocer las obligaciones y cargas impuestas a las partes, entre otros aspectos importantes a saber al momento de querer hacer uso de dicha facultad.

En general, todas las legislaciones revisadas definen algún tipo de derecho de retracto, con diferentes denominaciones y pequeñas diferencias de plazo, siendo Colombia y México los ordenamientos jurídicos que establecen el término más corto para ejercerlo.

Así mismo se identifica que todos los países mencionados, salvo Perú, otorgan al contratante de bienes y servicios la facultad de poner fin, desistir o revocar la transacción realizada, dentro de un plazo establecido, sin la obligación de indicar justa causa o asumir penalidad alguna.

Por otro lado, los ordenamientos jurídicos estudiados coinciden en estipular que quien quiere ejercer este derecho deberá devolver el producto al vendedor o proveedor por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió.

Adicionalmente, en cuanto al ámbito de aplicación se evidencia que Colombia es el país que otorga más protección en materia de retracto, pues le permite al consumidor ejercer dicha facultad en cuatro tipos de compras mientras que los otros países coinciden en permitirlo solo para uno o dos de ellas. Igualmente, el retracto es permitido en dichos países porque, al igual que Colombia, consideran que o bien la venta se realizó sin que el consumidor haya buscado el producto, o la voluntad del consumidor se vio influenciada, o se utilizaron métodos agresivos al momento de la venta, o no hubo contacto directo entre el consumidor y el bien, ni éste tuvo la posibilidad de verificar las condiciones ofrecidas y el estado real del bien.

Por último, se evidencia que nuestra postura respecto al efecto principal del retracto (esto es, considerarlo como condición resolutoria) coincide, a excepción de México, con todos los ordenamientos jurídicos analizados, donde se entiende que la facultad de arrepentirse de la compra realizada es una forma de terminar un contrato ya perfecto. México, en efecto, por su parte establece que el contrato se entenderá perfecto una vez transcurra el tiempo otorgado por ley para ejercer el retracto y el consumidor no exprese su decisión de revocar el consentimiento dado anteriormente, es decir, se condiciona el perfeccionamiento del contrato al ejercicio del retracto por parte del consumidor.

3. ALGUNOS CASOS EN LOS QUE SE IDENTIFICA LA APLICACIÓN DEL DERECHO DE RETRACTO Y LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN COLOMBIA RESPECTO A ESTA FACULTAD

En caso de violación a los derechos de los consumidores y que se desee ejercer alguna acción en contra del proveedor o productor del bien o servicio que no permitió el retracto, debe tenerse en cuenta que la competencia para conocer de la misma es a prevención, lo que significa que el consumidor puede escoger si demanda ante la jurisdicción ordinaria o ante la Superintendencia de Industria y Comercio en pro de sus funciones jurisdiccionales.

Al acudir ante la Superintendencia para instaurar algún tipo de acción se supone que el proceso cuenta con más celeridad comparado con la jurisdicción ordinaria, pues atendiendo a la realidad de nuestro país hay que reconocer la congestión existente en los juzgados colombianos. Conforme a lo anterior, es pertinente mencionar que actualmente no evidenciamos casos en donde se haya acudido a la jurisdicción ordinaria por parte de los consumidores para que se tomen las medidas necesarias ante la violación al ejercicio del derecho de retracto.

A continuación, se ilustrarán algunos casos donde se ve reflejado lo indicado a lo largo de esta tesis de manera práctica, referente a la protección al consumidor en Colombia y al ejercicio del derecho de retracto, en donde se acude por parte de los consumidores a la Superintendencia de Industria y Comercio, reconociéndola como entidad garante de las normas de protección al consumidor, para hacer valer sus derechos y que se imponga la sanción correspondiente al vendedor o proveedor del bien o servicio por no reconocerlos inicialmente.

3.1. EL RETRACTO EN VENTAS REALIZADAS A TRAVÉS DE INTERNET

- **Caso AVIANCA.**

El 28 de julio de 2014, la SIC condenó judicialmente a AVIANCA por desconocer el derecho de retracto de un consumidor que había comprado un pasaje aéreo por Internet y quiso retractarse de su compra dentro del término permitido por ley. Se le ordenó a la compañía devolverle al consumidor la totalidad del dinero pagado por el tiquete, y se le impuso una multa de sesenta y un millones seiscientos mil pesos (\$61.600.000) por violar este derecho consagrado en el Estatuto del Consumidor²¹.

En este caso, la compañía argumentó que el pasaje aéreo había sido comprado en tarifa promocional por el consumidor, por lo tanto no podría retractarse de su compra. Frente a dicha afirmación, la SIC indicó que el ejercicio del derecho de retracto puede hacerse incluso en productos adquiridos mediante tarifas promocionales.

- **Caso LAN COLOMBIA AIRLINES S.A.**

LAN COLOMBIA AIRLINES S.A. fue otra aerolínea condenada por la SIC, mediante sentencia N° 25 de 2014, por no respetar el derecho de retracto que tenía un consumidor de la compra de unos tiquetes aéreos dentro de los cinco días siguientes a la transacción²².

²¹ Superintendencia de Industria y Comercio, sentencia de única instancia proferida el 28 de julio de 2014.

²² Superintendencia de Industria y Comercio, sentencia N° 25 de 2014.

La condena judicial en este caso implicó la devolución al consumidor del ciento por ciento del precio pagado por los tiquetes, y la imposición de una multa por el valor de diez salario mínimos mensuales legales vigentes.

Conforme a los dos casos indicados anteriormente es pertinente mencionar que respecto al derecho de retracto, la Aeronáutica Civil, mediante carta N° 1060-2014025650 sustentó que las aerolíneas se rigen por las normas establecidas por la “Aerocivil” y no por el Estatuto del Consumidor, fundamentando que el mismo Estatuto reconoce que todos los sectores de la economía respecto de los cuales no existe regulación especial, se suplirán con éste. Por lo tanto, la Aeronáutica Civil alegó que las aerolíneas deben ser excluidas de la aplicación de la Ley 1480 de 2011, pues tienen regulación especial.

Nuestra postura frente al argumento dado por el organismo de control de la aviación civil en Colombia, referente al tema del régimen especial que regula a las aerolíneas, sugiere acudir al principio de favorabilidad frente al consumidor, para analizar la normatividad a aplicar en caso de controversia entre diversos regímenes. Por lo tanto, a pesar de que la aerolíneas tengan un régimen especial, deben permitir el retracto para las relaciones de consumo de servicios de transporte aéreo, pues hay que tener en cuenta que independientemente de la disposición que adopte dicha entidad, no puede ser menos garantista y favorable que lo establecido en el Estatuto de Protección al Consumidor, ya que el consumidor debe ser protegido en cualquier escenario comercial.

De igual manera la Superintendencia de Industria y Comercio se ha pronunciado reafirmando que en Colombia no existe ningún sector de la economía que pueda sustraerse de la obligación de garantizar el derecho de retracto y que aplica incluso en el sector aeronáutico²³.

²³ Superintendencia de Industria y Comercio, sentencia de única instancia proferida el 28 de julio de 2014.

Sin embargo, cabe resaltar que recientemente, como resultado de la discusión suscitada tras los dos casos mencionados, en los reglamentos aeronáuticos fue incluida la figura del retracto especial. En este retracto se le permite al comprador “desistir o arrepentirse de comprar un tiquete aéreo dentro de las 48 horas siguientes a la compra, con la posibilidad de retener hasta el 5% del valor del tiquete, y cuando se trate de tarifas promocionales, el monto ascenderá al 15%. Por otro lado, si el pasajero decide no viajar ocho días antes de su vuelo en rutas nacionales y hasta 15 días antes en internacionales, podrá solicitar la devolución de su dinero. Pero las aerolíneas podrán retener hasta el 15 % del precio del tiquete y cuando se trate de tarifas promocionales, hasta la tercera parte del valor del tiquete.”²⁴

Se evidencia entonces que la Aeronáutica Civil ha acogido la figura del retracto pero con una reglamentación diferente a la estipulada en el Estatuto del Consumidor, lo que podría tener diferentes implicaciones al momento de hacerlo efectivo. La primera consiste en afirmar que dicha entidad está pensando más en el bienestar del consumidor y en sus derechos, por lo que le otorga un plazo de 48 horas para acudir ante la misma aerolínea a interponer el retracto y no tener que dirigirse ante la SIC; sin embargo dichas posibilidades no son excluyentes: si por preferencias del consumidor éste decide acudir ante la SIC, nada le impedirá hacerlo, ya que ésta le ofrece un plazo superior.

Por otro lado, podría presentarse que las aerolíneas pretendan que prevalezca su regulación frente a la del Estatuto del Consumidor, pues se atiende al argumento dado por la Aeronáutica Civil consistente en afirmar que es una entidad con régimen especial y que el mismo estatuto lo reconoce. No obstante, frente a este argumento habría que mencionar, tal y como se dijo renglones arriba, que las

²⁴ RODRÍGUEZ, Daniel. Aerocivil establece nuevas medidas para sancionar aerolíneas con mal servicio. En: Notinet Legal. Edición N°34 (mayo, 2015)

aerolíneas no pueden ser menos garantistas frente a los derechos de los consumidores en relación a lo estipulado en el estatuto, por lo que no podría negársele la posibilidad al consumidor de ejercer el retracto ante la SIC, teniendo en cuenta que éste deberá efectuarse antes de culminar los 5 días establecidos en la Ley 1480 de 2011.

3.2. EL RETRACTO EN VENTAS REALIZADAS MEDIANTE MÉTODOS NO TRADICIONALES

- **Caso AMERICAN LATIN TRAVELS S.A.S**

El 23 de julio de 2015 la SIC condenó a la sociedad AMERICAN LATIN TRAVELS S.A.S mediante sentencia judicial por no permitir el retracto de un consumidor que decidió terminar el contrato celebrado de turismo dentro del tiempo permitido por ley.

“La Superintendencia de Industria y Comercio comprobó durante el proceso que al consumidor le ofrecieron, en un centro comercial de la ciudad de Tunja, adquirir los servicios de descuentos turísticos y para convencerlo le prometieron participar por un premio de un crucero, para lo cual lo citaron en un lugar fuera del centro comercial, donde finalmente se suscribió el contrato. Esta modalidad de comercialización de servicios es denominada por el Estatuto del Consumidor como un “método no tradicional”, por cuanto

se somete al consumidor a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento y decisión.”²⁵

En este caso la acción de la sociedad trajo como consecuencia que se ordenara el reintegro al consumidor del cien por ciento del valor total pagado por el contrato suscrito, más una multa equivalente a cien salarios mínimos legales mensuales vigentes (100 S.M.L.M.V).

3.3. EL RETRACTO EN VENTAS REALIZADAS A DISTANCIA

- **Caso MAILEX S.A.S.**

Un cuarto caso en el cual la SIC protegió al consumidor por el desconocimiento de su derecho de retracto, es la condena judicial realizada a MAILEX S.A.S. mediante sentencia judicial N° 156 de 2014, por no atender la solicitud de retracto del cliente frente a la compra de una máquina para hacer ejercicio, realizada telefónicamente²⁶.

Una vez notificada la sociedad demandada, ésta guardó silencio y no contestó la demanda, por lo que la SIC procedió a ordenarle restituir al consumidor el cien por ciento (100%) del valor pagado por el bien y le impuso una multa de cincuenta y cinco millones cuatrocientos cuarenta y cuatro mil pesos (\$55.444.000), equivalentes a noventa (90) salarios

²⁵ Superintendencia de Industria y Comercio. Por vulneración al derecho de retracto, Superindustria condena judicialmente a AMERICAN LATIN TRAVELS a devolver a un consumidor el 100% del dinero pagado por un contrato de descuentos turísticos y le impone una multa. Comunicado del 23 de julio de 2015

²⁶ Superintendencia de Industria y Comercio, sentencia N° 156 de 2014.

mínimos legales mensuales vigentes por desconocer el derecho de retracto ejercido oportunamente.

Después de mencionar algunos casos en los que el consumidor ha hecho efectivo su derecho de retracto y el mismo no ha sido permitido por el proveedor o productor del bien o servicio, puede evidenciarse que al acudir ante la Superintendencia de Industria y Comercio en pro de sus funciones jurisdiccionales se emplean los medios necesarios para garantizar el derecho de los consumidores, aunque este objetivo implique la imposición de multas y sanciones a quienes hagan caso omiso de las disposiciones consagradas en el Estatuto del Consumidor, pues se identifica que dicha entidad tiene plenas facultades para fallar en una proporción mayor a la solicitada por el consumidor.

Por otro lado, al reconocer el consumidor como sujeto de protección (lo cual se deriva de un negocio jurídico celebrado previamente), se evidencia que la Superintendencia de Industria y Comercio coincide con nuestra postura respecto al efecto principal del retracto, entendiendo que éste finaliza la relación jurídica preexistente. Esto se ve reflejado cuando la SIC ordena al productor o proveedor respetar la decisión del consumidor y por ende terminar el contrato, realizando las restituciones a que haya lugar.

CONCLUSIONES

- Teniendo en cuenta lo desarrollado acerca de quién se entiende consumidor, éste podría definirse como toda persona natural o jurídica que adquiera un determinado producto, derivado de un contrato previamente celebrado sin necesariamente ser la parte contratante pues puede ser el destinatario final. Dicho producto puede ser un servicio o un bien tanto mueble como inmueble, adquirido ya sea a título gratuito u oneroso, para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica.
- Una vez desarrollado el derecho de retracto puede concluirse que es la facultad atribuida por la ley a una de las partes de la relación de consumo (consumidor) para poner fin a ésta y terminar de manera unilateral los efectos del contrato previamente celebrado, con el fin de desligarse de un vínculo como si éste no hubiera existido, en donde se deberá restablecer las cosas al estado en que se encontraban antes de su celebración.
- El efecto principal que tiene el ejercicio del retracto por parte del consumidor es terminar una relación jurídica ya perfecta, constituyendo así una condición resolutoria en donde se tiene como consecuencia resolver el contrato y realizar restituciones mutuas.
- Las principales características del derecho de retracto pueden resumirse en que éste es un derecho legal, irrenunciable, gratuito, unilateral, discrecional y con efectos resolutorios, en donde las partes vuelvan al estado anterior a la contratación.

- La justificación de permitir al consumidor desligarse del acuerdo y ponerle fin a la relación de consumo, es que en ciertos casos éste carece de contacto previo y directo del consumidor con el bien adquirido y en la no presencia física simultánea de las partes, lo cual puede generar cierta incertidumbre al consumidor acerca de las características físicas y funcionales del producto, y del cumplimiento de las condiciones bajo las cuales se realizó el negocio jurídico.

De igual manera, el retracto se permite con el fin de asegurar una decisión más madura, reflexiva, definitiva y libre por parte del consumidor frente al bien o servicio adquirido, pues se busca que ésta no sea producto del momento y de las presiones e intimidaciones a las que puede verse expuesto, ya que al momento de realizar la transacción pudo haber otorgado su consentimiento de forma influenciada, o haber sido abordado de forma agresiva con el fin de disminuir su capacidad de decisión y juicio.

- En cuanto a los contratos en los que opera el derecho de retracto se podría concluir que al estatuto mencionar su aplicación en “ventas” hace referencia a contratos de compraventa en donde hay una compra de un producto por parte del consumidor y una venta por parte del productor o proveedor. No obstante, se evidencia que hay casos en los que se está en presencia de un escenario donde el vendedor ofrece un servicio como tal y no un bien, configurándose así un contrato de prestación de servicios y en estos casos también aplica el retracto.
- Es importante resaltar que aunque el ámbito de aplicación del retrato es restringido, pues se menciona de forma taxativa los escenarios en los que puede ser ejercido, éste opera en todos los sectores de la economía pues así se trate de sectores vigilados por otra Superintendencia o con régimen

especial, ningún sector puede sustraerse de la obligación de garantizar este derecho.

- Al comparar el ámbito de aplicación del retracto en Colombia con los países analizados se evidencia que el ordenamiento jurídico colombiano brinda un ámbito más amplio al consumidor para retractarse de sus compras, pues permite que se haga efectiva dicha facultad en cuatro tipos de contratos mientras que los otros países solo coinciden con permitirlo en uno o dos de ellos.
- A excepción de Perú, quien exige al consumidor demostrar que la compra se realizó mediante métodos comerciales agresivos o engañosos por parte del proveedor o productor, ninguna de las otras legislaciones comparadas exige por parte del consumidor la obligación de invocar una justa causa que fundamente la restitución o desistimiento de la transacción realizada.

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA JAIME, Viviana Lucia. Generando confianza en el comercio electrónico: Análisis de la conveniencia de reconocer el derecho a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por Internet. Trabajo de grado de Magíster en Derecho de la Propiedad Intelectual y de la Competencia. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Escuela de Posgrado. 2014.

BERNAL FANDIÑO, Mariana. Ventas a distancia y su tratamiento en el nuevo estatuto del consumidor. En: Vniversitas. Colombia. 2012.

COTES, Luis; BULA, Alfredo y OTERO, Andrea. Limitaciones de la Ley 1480 de 2011 en realción con los medios de pago y el plazo de ejercicio del derecho de retractación. En: Actualidad Jurídica. Universidad del Norte. Colombia. 2014.

DURAND CARRIÓN, Julio Baltazar. El derecho del consumidor y sus efectos en el derecho civil, frente a la contratación de consumo en el mercado. Perú. 2013.

ECHEVERRI SALAZAR, Verónica María. Estatuto del Consumidor, Una mirada a la Ley 1480 de 2011: Algunos fundamentos para la protección del consumidor. En: Foro del Jurista / Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Edición N°29, (Octubre de 2012). Medellín. ISBN: 978 958 99131-6-1.

ECHEVERRI SALAZAR, Verónica María. Tratamiento constitucional de la protección al consumidor en Colombia: Una visión integral de la protección del consumidor en Colombia. En: Memorias Cámara de Comercio de Medellín. 2012.

JARAMILLO J, Carlos Ignacio. La compraventa en el derecho de consumo: El derecho de retracto en el contrato de compraventa. Regulación, alcance e incidencia en la relación de consumo establecida entre comprador y vendedor. Bogotá: Grupo Editorial IBÁÑEZ. ISBN Volumen 978—958-749-416-7. 2015.

MOMBERG URIBE, Rodrigo. Derecho del Consumo: Recurso de protección, retracto extemporáneo e intervención judicial del contrato. En: Revista chilena de derecho privado. Chile, 2014.

OSSA GÓMEZ, Daniel. Protección, garantías y eficacia de los derechos del consumidor en Colombia. En: Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas. Vol. 40, N°. 112. 2010.

OVIEDO VELEZ, Manuel y MORENO VÁSQUEZ, Mauricio. Remedios del consumidor frente a fallas de calidad e idoneidad del producto: En: Revista de Derecho Privado, N° 52. 2014.

RODRÍGUEZ, Daniel. Aerocivil establece nuevas medidas para sancionar aerolíneas con mal servicio. En: Notinet Legal. Edición N°34 (mayo, 2015).

VILLALBA CUELLAR, Juan Carlos. La noción de consumidor en el derecho comparado y en el derecho colombiano. En: Vniversitas. Bogotá. 2009.

LEGISLACIÓN

COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Decreto 3466. (2, diciembre, 1982). Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C.: La Presidencia, 1982.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Decreto 774. (9, marzo, 2010). Por el cual se dictan disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico. Bogotá D.C.: El ministerio, 2010.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Decreto 1499 (12, agosto, 2014). Por el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia. Bogotá D.C.: El ministerio, 2014.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 300. (26, julio, 1996). Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones. Diario oficial, Bogotá D.C., 1996, nro.42845.

PARLAMENTO EUROPEO. Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo. (25, octubre, 2011). Sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1480. (12, octubre, 2011). Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario oficial, Bogotá D.C., 2011, nro. 48220.

CHILE. CONGRESO NACIONAL. Ley 19496. (7, marzo, 1997). Normas sobre Protección de los Derechos de Consumidores.

ARGENTINA. EL SENADO Y CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN ARGENTINA REUNIDOS EN CONGRESO. Ley 26361. (3, abril, 2008). Defensa del Consumidor.

PERU. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 29571 (2, septiembre, 2010). Código de protección y defensa del consumidor.

MÉXICO. EL CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. (24, septiembre, 1992) Ley Federal de Protección al Consumidor.

JURISPRUDENCIA

COLOMBIA. Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Exp. N° 25899 3193 992 1999 00629 01, 30 de abril de 2009.

COLOMBIA. Superintendencia de Industria y Comercio, sentencia N° 25 de 2014.

COLOMBIA. Superintendencia de Industria y Comercio, sentencia N° 156 de 2014.

Superintendencia de Industria y Comercio, Concepto 03025237. (2003). Bogotá.

Superintendencia de Industria y Comercio. Superindustria condena judicialmente a Avianca por desconocer derecho de retracto. En: Noticias Superintendencia de Industria y Comercio [en línea] (Julio 30 de 2014) <<http://www.sic.gov.co/drupal/noticias/superindustria-condena-judicialmente-a-avianca-por-desconocer-derecho-de-retracto>>.

Superintendencia de Industria y Comercio. Por desconocer el derecho de retracto en ventas a distancia (venta telefónica), Superindustria condena judicialmente a MAILEX S.A.S. En: Noticias Superintendencia de Industria y Comercio [en línea] (Marzo 18 de 2014) <<http://www.sic.gov.co/drupal/noticias/por-desconocer-el-derecho-de-retracto-en-ventas-a-distancia-venta-telefonica-superindustria-condena-judicialmente-a-mailex-s.a.s.>>.

Superintendencia de Industria y Comercio. Por vulneración al derecho de retracto, Superindustria condena judicialmente a AMERICAN LATIN TRAVELS a devolver a un consumidor el 100% del dinero pagado por un contrato de descuentos turísticos y le impone una multa. En: Noticias Superintendencia de Industria y Comercio [en línea] (Julio 23 de 2015) <<http://www.sic.gov.co/drupal/noticias/superindustria-condena-judicialmente-a-avianca-por-desconocer-derecho-de-retracto>>.