

Bogotá D.C.,

10

Respetado(a) Señor (a):

[Datos personales eliminados en virtud de la Ley 1581 de 2012]

Asunto: Radicación: 19- 458-1
Trámite: 113
Evento: 0
Actuación: 440
Folios: 1

Reciba cordial saludo.

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 la Ley 1755 de 2015, que sustituyó el Título II del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, fundamento jurídico sobre el cual se funda la consulta objeto de la solicitud, procede la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a emitir un pronunciamiento, en los términos que a continuación se pasan a exponer:

1. OBJETO DE LA CONSULTA

Atendiendo a la solicitud por usted radicada ante esta Entidad a través su comunicación de fecha 2 de enero de 2019 en el cual consulta:

"1- Puede un comprador retractarse de una compra internacional hecha "sobre pedido" desde otro país? entiéndase sobre pedido como pedirle a un vendedor que le compre algo en Estados Unidos exclusivamente para el comprador con la finalidad de traerlo a Colombia exclusivamente para ese cliente. (ejemplo: A pide a B que le compre en Amazon un repuesto para una lavadora, un juguete o un artículo (sic) deportivo con ciertas especificaciones solo para el), B invierte dinero comprando el artículo exclusivamente para A y luego de que llega a Colombia y sale de la Dian, A dice que ya no lo quiere y que le devuelva su dinero.

Según comunicación telefónica con la SIC un comprador no puede retractarse de una compra sobre pedido desde otro país porque 1-son ventas personalizadas y 2- se manejan en otra moneda susceptible a fluctuaciones en la tasa representativa del mercado del dólar.

Mi pregunta se sustenta en la ley 1480 de 2011 artículo (sic) 47: Se excluye del retracto a:



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;(…).”

Nos permitimos realizar las siguientes precisiones:

2. CUESTIÓN PREVIA

Reviste de gran importancia precisar en primer lugar que la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a través de su Oficina Asesora Jurídica no le asiste la facultad de dirimir situaciones de carácter particular, debido a que, una lectura en tal sentido, implicaría la flagrante vulneración del debido proceso como garantía constitucional.

Al respecto, la Corte Constitucional ha establecido en la Sentencia C-542 de 2005:

“Los conceptos emitidos por las entidades en respuesta a un derecho de petición de consulta no constituyen interpretaciones autorizadas de la ley o de un acto administrativo. No pueden reemplazar un acto administrativo. Dada la naturaleza misma de los conceptos, ellos se equiparan a opiniones, a consejos, a pautas de acción, a puntos de vista, a recomendaciones que emite la administración pero que dejan al administrado en libertad para seguirlos o no”.

Ahora bien, una vez realizada la anterior precisión, se suministrarán las herramientas de información y elementos conceptuales necesarios que le permitan absolver las inquietudes por usted manifestadas, como sigue:

3. FACULTADES DE LA SUPERINTENDENCIA DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

En atención al tema de su consulta, le informamos que las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio, según lo disponen los numerales 22 al 31, 42 al 46 y 61 al 66 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, a través del cual se modificó la estructura de la Entidad, en materia de protección al consumidor, tiene entre otras las siguientes facultades:

- Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor.
- Adelantar procedimientos por violación al régimen de protección del consumidor, en ejercicio de funciones administrativas y jurisdiccionales.
- Imponer sanciones por violación al régimen de protección al consumidor, una vez surtida una investigación.



- Impartir instrucciones en materia de protección al consumidor con el fin de establecer criterios y procedimientos que faciliten el cumplimiento de las normas.

En virtud de dichas competencias, entre otras, las funciones que cumple esta Superintendencia se relacionan con temas concernientes a las garantías de los bienes y servicios, así como, la verificación de la responsabilidad por el incumplimiento de las normas sobre información veraz y suficiente, publicidad engañosa, indicación pública de precios y protección contractual en relación con las cláusulas abusivas.

En este orden de ideas, se procederá en primer lugar al desarrollo legal, doctrinal y jurisprudencial que corresponda realizar en torno al objeto de su petición como eje central.

4. TRATAMIENTO DE LA FIGURA DEL RETRACTO EN EL ESTATUTO DEL CONSUMIDOR – LEY 1480 DE 2011

El artículo 47 de la Ley 1480 de 2011 consagra la figura del retracto en los siguientes términos:

“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. (Resaltado fuera de texto).

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.” (Resaltado fuera de texto).*

De acuerdo con lo anterior, el derecho de retracto procede exclusivamente en los siguientes casos:

- Contratos de venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgadas directamente por el productor o proveedor,
- Venta de tiempos compartidos.
- Ventas que utilizan métodos no tradicionales, las cuales se clasifican en el artículo 2.2.2.37.3 del Decreto 1074 de 2015, como aquellas que son realizadas en el lugar de residencia o de trabajo del consumidor, en las que el consumidor es abordado intempestivamente por fuera del establecimiento de comercio y aquellas en las que es llevado a escenarios especialmente dispuestos para aminorar su capacidad de discernimiento.
- **Ventas a distancia** que en los términos del numeral 18 del artículo 5° de la Ley 1480 de 2011, ocurren cuando el consumidor no tiene contacto directo previo con el producto que adquiere a través de correo, teléfono, catálogo, comercio electrónico o cualquier otra técnica de comunicación a distancia.

Cuando se ejerce el derecho de retracto, se llevan las cosas al estado anterior al contrato, por lo cual, el bien debe ser devuelto por el consumidor, si se trata de la adquisición de bienes, y el productor o proveedor debe devolver las sumas pagadas dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que se ejerció dicho derecho.

En relación con el término o plazo para ejercer el retracto, los autores Alejandro Giraldo López, Carlos Germán Caycedo Espinel y Ramón Eduardo Madriñán Rivera, en la primera edición de su libro Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor, han manifestado:

*“En caso de que **el retracto se ejerza sobre un bien**, el consumidor deberá **informar al vendedor y devolverlo dentro de los 5 días hábiles siguientes** al momento de haberlo recibido, por los mismos medios en que lo recibió. Si la devolución va a hacer (sic) por un servicio postal, se recomienda hacerlo por un servicio en el **que quede constancia de la recepción del producto** en el lugar de destino.*

*En caso de que **el retracto se ejerza sobre un contrato de prestación de servicios que no se haya comenzado a ejecutar**, la simple notificación al*

Cra. 13 #27 - 00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 - PBX: (57) 3879000 - contactenos@sic.gov.co - Bogotá D.C., Colombia

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
www.sic.gov.co - Teléfono en Bogotá: 5920400 - Línea gratuita a nivel nacional: 018000 910165



contratante de su decisión de ejercer el derecho de retracto es suficiente para entender que se ha rescindido el contrato con todos sus efectos.”.

Es importante anotar, que el medio de información o notificación utilizadas deben ser idóneos, y procurar el resultado que persiguen, es decir, dar a conocer al productor o proveedor el ejercicio del derecho de retracto.

Igualmente, debe decirse que el consumidor debe actuar de manera diligente con la devolución del producto y **asegurarse** de que el productor o proveedor lo reciba dentro del término, cuando la devolución deba realizarse en lugar diferente, y dejar constancia de dicha recepción.

5. DE LAS VENTAS A DISTANCIA

Las **ventas a distancia**, son definidas en el artículo 2.2.2.37.6 del Capítulo 37 del Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015, “*Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo*”, que compila el Decreto 1499 de 2014, por ser norma reglamentaria del sector en los siguientes términos:

*“De acuerdo con lo establecido en el numeral 16 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011, se consideran ventas a distancia las realizadas **sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, a través de correo, teléfono, catálogo, comercio electrónico o con la utilización de cualquier otra técnica de comunicación a distancia.**”*

Al respecto debe manifestarse que consideramos que la nota característica de este tipo de ventas es que simultáneamente el consumidor y el proveedor estén ausentes físicamente, sin que por tal motivo se vea afectada la eficacia jurídica de la relación de consumo, porque el consumidor no tenga acceso directo al bien que se propone adquirir.

En relación con el tema, la doctrina se ha pronunciado en los siguientes términos:

“Las ventas a distancia son las que se realizan sin que el consumidor se haya trasladado hasta el almacén o haya tenido contacto directo previo con el producto, como cuando se compra por internet, por teléfono o por catálogo. En estos casos a lo sumo ha podido ver una fotografía del producto, pero no tiene claridad sobre las características y condiciones del bien o servicio que va a adquirir, tal como las tendría si lo hubiera podido ver, tocar y probar directamente.

Este tipo de ventas, por sus características especiales, presenta un alto riesgo de insatisfacción del consumidor, especialmente al momento de la entrega, porque muchas veces el producto no le llega, o llega deteriorado o averiado. En



otras ocasiones el consumidor se siente frustrado porque el producto que recibe no cumple con las expectativas que se había generado de él.¹

Respecto a los posibles problemas que conlleva la realización de esta clase de ventas, la doctrina ha manifestado:

“[L]os problemas básicos a los que el consumidor se enfrenta en este tipo de contratación cuando contrae un compromiso –que podría denominarse a «ciegas»- son: (i) que no tiene la posibilidad de verificar la identidad de la otra parte contratante; (ii) que no puede comprobar de manera directa y personal las características del objeto sobre el que contrata; y (iii) que no queda claramente determinado en qué momento surgen las obligaciones para las partes”²

5.1. Comercio electrónico

El artículo 49 de la Ley 1480 de 2011 establece qué se debe entender por comercio electrónico para efectos del derecho del consumo:

“ARTÍCULO 49. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 1o, inciso b) de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios.” (Resaltado fuera de texto)

En consideración a la norma transcrita la doctrina ha conceptualizado:

“Según lo anterior, cualquier acto u operación de comercio, señalado en el artículo 20 del Código de Comercio (134), tales como la manufactura, intermediación y expendio de todo tipo de bienes, las transacciones de títulos valores, el transporte de personas y cosas, los contratos de edición, y los actos de las sociedades comerciales, para mencionar solamente algunos, se encuentran cubiertos por la Ley 1480.

Debe recordarse que, como sobre la materia de protección al consumidor mediante medios electrónicos (comercio electrónico), no existe norma especial diferente de la Ley 527 de 1999, la cual cubre temas de importancia para el comercio electrónico, como el transporte de mercancías, (los cuales aplican a comerciantes y no- comerciantes, como los consumidores) (135), las normas de la Ley 1480 aplican a todas las actividades mercantiles.

Adicionalmente, debe señalarse que el artículo 49 de la Ley 1480, queriendo hacer referencia al literal b) del artículo 2° de la Ley 527 de 1999 (no obstante el texto oficial hace referencia al artículo 1° de la Ley 527) (136), precisó que las obligaciones contenidas en el título VI sobre protección al consumidor del comercio electrónico deben entenderse, sin perjuicio de la definición de

¹ Giraldo López Alejandro, Caycedo Espinel Carlos Germán y Madriñán Rivera Ramón Eduardo, “Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor”, Legis, Primera Edición, 2012, páginas 127 y 128

² Nota al pie del original: Alicia Arroyo Aparicio. Los Consumidores ante los contratos a distancia, citada por Jaramillo J Carlos Ignacio. La Compra-venta en el Derecho del Consumo. Editorial Ibañez. Bogotá, 2015, página



comercio electrónico de la Ley 527 de 1999, y por ende, las normas del Estatuto del Consumidor, incluida su definición de comercio electrónico, son exclusivamente aplicables a la Ley 1480 (137)³.

Debe decirse entonces que, la Ley 1480 de 2011, contempla una regulación particular y específica en lo relacionado con el comercio electrónico, la cual, puede ser aplicada a todas las actividades mercantiles, por lo tanto, sus lineamientos, deberán ser seguidos por todos aquellos que pretendan comercializar productos y servicios a través de la utilización de medios electrónicos o cualquier otra técnica de comunicación a distancia.

El artículo 50 impone a quienes comercializan productos o servicios a través de comercio electrónico una serie de obligaciones que se orientan a que el consumidor tome decisiones de manera informada, especialmente en relación con el ejercicio de sus derechos y la seguridad de la información personal del consumidor.

En relación con esta normativa, el Dr. Juan Carlos Villalba Cuellar en su libro *“Introducción al Derecho del Consumo”*, señala:

“...El artículo 50 consagra unos deberes especiales a cargo de los productores y proveedores en el comercio electrónico entre los cuales merece destacarse: a) Acentuación del deber de información a cargo del productor y proveedor sobre las mercancías o servicios en venta, cuando el ofrecimiento se acompañe de imágenes o no, encaminada a que el consumidor pueda hacerse una idea lo más aproximada a la realidad de los mismos. b) Información sobre todas las características del contrato, medio de pago, entrega, plazos, derecho de retracto, y en general toda información relevante. c) Obligación de publicar el contenido del contrato a condiciones generales. d) Obligación adicional de presentar un resumen del pedido con indicación de los bienes y precios para que consumidor pueda verificar que corresponde a lo querido y dar su aprobación. e) Obligación de presentar al consumidor a más tardar al día siguiente un acuse de recibo del pedido, f) Conservar los soportes y pruebas de la transacciones realizadas con los consumidores a fin de poder probar ante los organismos de control la conformidad de las mismas e) Adoptar mecanismos

³ Giraldo López Alejandro, Caycedo Espinel Carlos Germán y Madriñán Rivera Ramón Eduardo, *“Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor”*, Legis, Primera Edición, 2012, páginas 134 y 135

Nota al pie del original: (134) Ver Código de Comercio, artículo 20. Ver también comentario al numeral 3 del artículo 5° de la ley 1480.

(135) Ver Ley 527 de 1999, artículos 26 y 27.

(136) Ver Ley 527 de 1999, artículo 2°, literal b)

(137) Ver Ley 527 de 1999, artículo 2°, literal b). El mencionado literal define: “b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes y servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías



de seguridad para proteger la información del consumidor y la seguridad de la transacción, entre otras enunciadas en el texto extenso del artículo...”

Por su parte, en relación con el nuevo esquema de ventas por medio electrónicos la doctrina señala:

“La Ley 1480 de 2011 introduce una reforma significativa al régimen anterior de protección al consumidor, entre otros, incluyendo una regulación particular y específica en relación con las actividades por medios electrónicos.

La protección al consumidor en el comercio electrónico complementa y fortalece las nuevas reglas de protección con un carácter especial.

Las reglas de protección del consumidor en comercio electrónico son detalladas y minuciosas con el fin de garantizar que la información en línea sea más precisa, clara, veraz y que realmente sirva al consumidor para tomar una decisión libre.⁴”

6. TERRITORIALIDAD DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El principio de territorialidad de la ley es por antonomasia el desarrollo de la soberanía de los Estados. En concordancia con este principio, el artículo 4 de la Constitución Política establece que *“(...) es deber de los nacionales y de los extranjeros en Colombia acatar la Constitución y las leyes, y respetar y obedecer a las autoridades”*.

En el mismo sentido, el artículo 18 del Código Civil, establece que *“la Ley es obligatoria tanto a los nacionales como a los extranjeros residentes en Colombia.”*

El asunto de la territorialidad de la ley y las excepciones a la misma han sido decantadas por la Corte Constitucional de Colombia en Sentencia 1157/00, veamos:

“El principio de la territorialidad de la ley es consustancial con la soberanía que ejercen los Estados dentro de su territorio; de este modo cada Estado puede expedir normas y hacerlas aplicar dentro de los confines de su territorio. El mencionado principio se encuentra morigerado con las siguientes excepciones: i) los colombianos residentes o domiciliados en el extranjero permanecerán sujetos a la ley colombiana, en lo relativo al estado civil, a su capacidad, a la determinación de derechos y obligaciones de familias, en la medida que se trate de ejecutar actos que deban tener efectos en Colombia; ii) todo lo concerniente a los bienes, en razón de que hacen parte del territorio nacional y se vinculan con los derechos de soberanía, se rigen por la ley colombiana, a partir de la norma contenida en el art. 20 del Código Civil, que aun cuando referida a los bienes en cuya propiedad tiene interés o derecho la Nación es aplicable, en general, a toda relación jurídica referida a los bienes ubicados dentro del

⁴ Peña Valenzuela, Daniel, *“La Protección del Consumidor en el Comercio Electrónico”*, en *“Perspectivas del Derecho del Consumo”* dirigido por Carmen Ligia Valderrama Rojas, edición Universidad Externado de Colombia.



territorio nacional; iii) la forma de los instrumentos públicos se determina por la ley del país en que hayan sido otorgados”

En relación con la regulación del comercio electrónico en el estatuto del Consumidor, el artículo 50 indica de manera expresa que dichas normas resultan aplicables exclusivamente para proveedores y expendedores ubicados en el territorio colombiano:

*“Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley, los proveedores y expendedores **ubicados en el territorio nacional** que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos (...)”*(Resaltado fuera del texto).

De acuerdo con lo anterior, los productores, distribuidores o expendedores de bienes y servicios que se encuentren ubicados en territorio de otro Estado, y comercialicen sus productos a través de comercio electrónico, no estarán sometidos a las normas contenidas en la Ley 1480, Estatuto de Protección al Consumidor.

7. CONSIDERACIONES FINALES EN TORNO A LA CONSULTA PRESENTADA.

En línea con lo anterior, y teniendo en cuenta que a este punto se ha logrado la exposición de las consideraciones de orden legal y doctrinal, en el marco de los interrogantes planteados en la solicitud formulada, nos permitimos manifestar:

El derecho de retracto constituye un mecanismo ágil para que el consumidor pueda dar por terminada la relación de consumo en los eventos taxativos que contempla la ley, esto es:

- (i) *Contratos de venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgadas directamente por el productor o proveedor*
- (ii) *Ventas que utilizan métodos no tradicionales, de conformidad con los lineamientos establecidos por el artículo 2.2.2.37.3 del Decreto 1074 de 2015.*
- (iii) **Ventas a distancia** que en los términos del numeral 18 del artículo 5° de la Ley 1480 de 2011.
- (iv) *Venta de tiempos compartidos.*

Para determinar la procedencia del derecho de retracto deberá evaluarse en primer lugar la existencia de una relación de consumo⁵. En este punto debe tenerse en

⁵ Corte Suprema de Justicia. Sala Civil. sentencia del 30 de abril de 2009. *“La relación de consumo constituye una particular categoría que surge entre quienes se dedican profesionalmente a elaborar o proveer bienes o prestar servicios con quien los adquiere con el fin de consumirlos; y es precisamente el consumidor, quien, por encontrarse en condiciones de vulnerabilidad económica y desequilibrio, es destinatario de una especial protección normativa; por supuesto que la profesionalidad del productor que lo hace experto en las materias técnicas científicas en torno de las cuales realiza su labor, su sólida capacidad económica, su vocación para contratar masivamente, las modalidades de contratación a las que acude, entre muchas otras particularidades, lo sitúan en un plano de innegable ventaja negocial que reclama la intervención de legisladores y jueces con miras a reestablecer el equilibrio perdido.”*



cuenta que la relación de consumo se presenta también en aquellos casos en los que pese a no vincularse directamente con el proveedor o productor, se disfruta o utiliza los bienes o servicios que estos han puesto en circulación en el mercado.

La noción de consumidor comprende no solo a quien **adquiere** un bien de un productor y/o proveedor para satisfacer una necesidad propia, privada, familiar o empresarial que no esté ligada intrínsecamente con su actividad económica, sino también a quien **disfruta o utiliza** el bien o servicio. No obstante, cuando no se trata del consumidor directo, es necesario que exista un acto de transmisión ya sea de carácter oneroso (por ej. venta) o gratuito (por ej. donación, regalo) para que los consumidores indirectos o conexos puedan tenerse como tal.

De lo anterior se deriva que solo puede considerarse consumidor quien no siendo parte de la relación de consumo original o primaria, con ocasión de la transmisión a **título gratuito u oneroso utilice o disfrute** los bienes y servicios adquiridos por el consumidor directo.

Es pertinente señalar que el artículo 10 de la Ley 1480 de 2011, establece la responsabilidad solidaria del productor y el productor, en los siguientes términos:

*“Artículo 10. Responsables de la garantía legal. Ante los consumidores, la **responsabilidad por la garantía legal recae solidariamente en los productores y proveedores respectivos** (...).”*

En consecuencia, el consumidor puede dirigirse indiferentemente a cualquiera de los proveedores que participan en la cadena de comercialización para reclamar sus derechos.

Sin embargo, debe considerarse que en materia de ventas a distancia solamente en aquellos casos en que el portal⁶ intervenga activamente en las transacciones, por ejemplo si recibe comisión, o de alguna forma se lucra de su actividad, de modo que pueda considerársele como un auténtico proveedor, serán aplicables las normas sobre protección al consumidor.

Por lo tanto, será necesario que en cada caso se analicen las diversas relaciones que pueden presentarse para determinar la aplicación o no de las normas de protección al consumidor, así:

- Consumidor – Consumidor

⁶ Ley 1480 de 2011. “Artículo 53. Portales de contacto. Quien ponga a disposición una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, para lo cual deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.”



- Consumidor – Empresario (profesional)
- Consumidor – portal de contacto – Empresario

En segundo lugar, la relación de consumo debe estar referida a la venta de bienes y prestación de servicios en los que el proveedor y/o productor otorga directamente financiación, ventas que utilicen métodos no tradicionales y **ventas a distancia** (comercio electrónico, telefónico, etc), venta de tiempos compartidos

En tercer lugar, el contrato no debe ser de aquellos de los que la ley exceptuó de su aplicación.

La consagración de las excepciones al derecho de retracto en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011 indica que dicho derecho no es absoluto, por lo tanto, si un producto es adquirido mediante los medios anteriormente señalados y no está cobijado por alguna de las excepciones, el consumidor tiene el derecho de ejercerlo en el plazo previsto por la norma.

Por el contrario, si no se adquiere por tales medios o está exceptuado de esta prerrogativa, de conformidad con la lista consagrada en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011, no será viable el ejercicio del derecho de retracto.

Finalmente, en virtud del principio de territorialidad de la ley las normas del Estatuto del Consumidor y demás normas que lo reglamentan y complementan, solo serán aplicables a aquellos empresarios, actos o contratos que se encuentren dentro de la jurisdicción colombiana.

Tratándose de comercio electrónico donde el empresario se encuentre fuera del territorio colombiano, el retracto se podrá ejercer siempre que las partes lo hayan pactado, y en los términos acordados. En ausencia de pacto, deberá establecerse cuál es la ley aplicable al caso particular y concreto.

En ese orden de ideas, esperamos haber atendido satisfactoriamente su consulta, reiterándole que la misma se expone bajo los parámetros del artículo 28 de la ley 1437 de 2011, esto es, bajo el entendido que las mismas no comprometen la responsabilidad de esta Superintendencia ni son de obligatorio cumplimiento ni ejecución.

Finalmente le informamos que algunos conceptos de interés general emitidos por la Oficina Jurídica, así como las resoluciones y circulares proferidas por ésta Superintendencia, las puede consultar en nuestra página web <http://www.sic.gov.co/Doctrina-1>

En la Oficina Asesora Jurídica de la Superintendencia de Industria y Comercio estamos comprometidos con nuestros usuarios para hacer de la atención una experiencia de calidad. Por tal razón le invitamos a evaluar nuestra gestión a través del siguiente link <http://www.encuestar.com.co/index.php/2100?lang=esQ>



Atentamente,

JAZMIN ROCIO SOACHA PEDRAZA
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: Adonia Aroca
Revisó: Jazmín Rocío Soacha
Aprobó: Jazmín Rocío Soacha

