



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

DELEGATURA PARA ASUNTOS JURISDICCIONALES

Bogotá D.C. 09/12/2022

Sentencia número 12907

Acción de Protección al Consumidor No. 22-112558

Demandante: FRANCISCO VELÁSQUEZ VILLEGAS

Demandada: TRIPJOY S.A.S.

Estando el expediente al Despacho a causa de encontrarse vencido el término de traslado de la demanda, procede la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales a proferir sentencia escrita, teniendo en cuenta que en el presente asunto se cumplen todos los presupuestos contenidos en el inciso 2º del párrafo 3º del artículo 390 del Código General del Proceso. Para ello, se tienen en cuenta los siguientes,

I. ANTECEDENTES

1. Hechos

1.1. Que el día 28 de diciembre de 2021 el extremo demandante, a través de métodos no tradicionales, suscribió un contrato de afiliación con la demandada, cuyo objeto era el siguiente:

“En virtud de este contrato, COMPAÑÍA, otorga a EL SUSCRIPTOR, una afiliación al programa de fidelización vacacional (en adelante "EL PROGRAMA"), donde LA COMPAÑÍA oficiará como intermediaria, obligándose a solicitar por parte del SUSCRIPTOR los servicios turísticos en oferta, venta o promoción ofrecidos por otras personas naturales o jurídicas, sea estas en el territorio nacional o en el extranjero, de acuerdo a la disponibilidad de los mismos por parte de las fuentes de los servicios, de los que se pretende la prestación de los mismos; por lo cual actuará como intermediador entre el SUSCRIPTOR y las personas naturales o jurídicas encargadas de proporcionarlos directamente, otorgando la tarifa del prestador directo del servicio sin cobrar comisión alguna al SUSCRIPTOR, a fin de ofrecer beneficios y tarifas preferenciales frente a las tarifas ofrecidas por cualquier prestador de servicios turísticos”.

1.2. Que el valor pactado y pagado en virtud del contrato fue la suma de **DOS MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESOS M/CTE. (\$2.400.000)**.

1.3. Que de acuerdo a lo manifestado por el extremo demandante, la sociedad demandada no informó de manera clara las condiciones del contrato y omitió brindar información acerca del derecho de retracto.

1.4. Que como consecuencia de lo anterior, el día 17 de febrero de 2022 el extremo demandante elevó reclamación directa ante la demandada, solicitando la terminación del contrato y la devolución del dinero pagado.

2. Pretensiones:

El extremo activo solicita que se declare que el extremo demandado vulneró sus derechos como consumidor y, en consecuencia, que se ordene la devolución del dinero pagado en virtud del contrato, esto es, la suma de **DOS MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESOS M/CTE. (\$2.400.000)**. Así mismo, solicita que se condene en costas y agencias en derecho a la parte demandada.

3. Trámite de la acción:

El día 7 de abril de 2022, mediante Auto No.43600, esta Dependencia admitió la demanda de mínima cuantía interpuesta por la parte demandante, en ejercicio de las facultades Jurisdiccionales atribuidas por la Ley 1480 de 2011, providencia que fue notificada debidamente al extremo demandado, a la dirección electrónica para notificación judicial registrada en el RUES, esto es, al correo tripjoy@outlook.com (Consecutivo 5), con el fin de que ejerciera su derecho de defensa.

Es preciso indicar que dentro de la oportunidad procesal pertinente la sociedad demandada guardó silencio.

4. Pruebas

- **Pruebas allegadas por la parte demandante**

La parte demandante aportó y solicitó que se tuvieran como pruebas los documentos visibles en el consecutivo 0 del expediente.

A estos se les concederá el valor probatorio que corresponda bajo las previsiones de los artículos 244, 245, 246 y 262 del Código General del Proceso.

- **Pruebas allegadas por la parte demandada:**

La parte demandada no aportó ni solicitó prueba alguna, toda vez que dentro del término concedido para dar contestación a la demanda guardó silencio.

II. CONSIDERACIONES

Agotadas las etapas procesales correspondientes y en ausencia de nulidades que impidan proferir un fallo de fondo, procede el Despacho a dictar sentencia, teniendo en cuenta que el parágrafo 3° del artículo 390 del Código General del Proceso prevé la posibilidad de proferir sentencias escritas en aquellos procesos verbales sumarios de mínima cuantía que versen sobre la acción de protección al consumidor, en los siguientes términos:

*“Parágrafo tercero. Los procesos que versen sobre **violación a los derechos de los consumidores establecidos en normas generales o especiales**, con excepción de las acciones populares y de grupo, se tramitarán por el proceso verbal o por el verbal sumario, según la cuantía, cualquiera que sea la autoridad jurisdiccional que conozca de ellos.*

*Quando se trate de procesos **verbales sumarios, el juez podrá dictar sentencia escrita vencido el término de traslado de la demanda** y sin necesidad de convocar a la audiencia de que trata el artículo 392, si las pruebas aportadas con la demanda y su contestación fueren suficientes para resolver de fondo el litigio y no hubiese más pruebas por decretar y practicar.”. (Negrillas fuera de texto).”*

Con fundamento en lo preceptuado por la norma citada en precedencia, considera el Despacho que en el caso objeto de análisis no resulta necesario decretar pruebas adicionales, habida cuenta que los elementos de juicio existentes son suficientes para resolver la controversia planteada.

De cara analizar la prosperidad de las pretensiones formuladas por la accionante el Despacho analizará los siguientes puntos: i) la existencia de la relación de consumo entre las partes; ii) la aplicación del derecho de retracto en la presente relación de consumo; iii) la información que debe suministrar el vendedor respecto del derecho de retracto; y, iv) los efectos del ejercicio del derecho de retracto.

1. La existencia de la relación de consumo entre las partes

La relación de consumo se encuentra debidamente demostrada en el presente asunto, mediante los documentos visibles en el consecutivo 0 del expediente, en virtud de los cuales se acredita que el día 28 de diciembre de 2021 el extremo demandante, a través de métodos no tradicionales, suscribió un contrato de afiliación con la demandada, por la suma de dos millones cuatrocientos mil pesos m/cte. (\$2.400.000)

La anterior circunstancia da cuenta de la satisfacción del presupuesto de la legitimación por activa de la parte demandante, quien es el contratante de los servicios objeto de reclamo judicial.

2. La aplicación del derecho de retracto en la presente relación de consumo

Se ha reconocido por la doctrina que el derecho de retracto constituye una de las más importantes manifestaciones del derecho del consumidor en el ámbito contractual, pues permite *“balancear, enfrentar, dulcificar, paliar, contrarrestar, reequilibrar, o conjurar, de una u otra manera, la situación de desequilibrio o de indefensión estructural y funcional en que de ordinario se encuentra el consumidor-comprador (...)”*¹.

Se trata de una medida protectora que parte de relativizar ciertos principios clásicos del derecho de los contratos, como lo es, por ejemplo, el *pacta sunt servanda*, de conformidad con el cual el contrato es ley para las partes, para en su lugar otorgar al sujeto protegido la prerrogativa de arrepentirse del convenio celebrado.

Así, con la consagración del derecho de retracto se otorga al consumidor la posibilidad de desligarse del contrato, a su entera voluntad, en la medida en que su decisión de retractarse respecto de la celebración del contrato, *“no tiene que circunscribirse en un catálogo predeterminado de razones (vademécum), sino que es libre de adoptarla, ad libitum, y sin un motivo dado o específico, no sujeto a escrutinio o validación posterior”*².

En otras palabras, el derecho de retracto faculta al consumidor para que, en el marco de la buena fe y la prohibición del abuso del derecho, desista del contrato que ha celebrado para adquirir un producto sin tener que dar explicación o razón alguna de la decisión que ha tomado o, lo que es lo mismo, la parte débil de la relación puede deshacer el convenio *“a voluntad”*³.

La discrecionalidad del derecho de retracto se explica, como lo ha señalado la doctrina, en que *“[l]a relación entre consumidor y productor es asimétrica. Los empresarios emplean múltiples estrategias de marketing con miras a cautivar al consumidor para que adquiera los bienes y servicios que le ofrece. Con posterioridad a la compra del bien o servicio pueden suceder dos cosas: la primera, que el consumidor, luego de reflexionar sobre la transacción realizada, se da cuenta de que no puede cumplir sus obligaciones dinerarias; la segunda, que al consumidor no le gustó el bien o servicio.”*⁴

Lo perseguido por el legislador fue, entonces, permitir al consumidor que de manera reposada y libre de presiones, luego de un período de reflexión, volviera sobre su decisión y, en caso de arrepentirse, tuviera la posibilidad, bajo su simple declaración inmotivada, de recuperar la libertad que había perdido al momento de celebrar el acuerdo para la adquisición de un bien o servicio.

Ahora bien, respecto del ámbito de aplicación del derecho de retracto, debe precisarse que, no obstante su importancia, no se encuentra integrado de manera general a los

¹ Carlos Ignacio Jaramillo Jaramillo. *La compraventa en el derecho del consumo* (Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana : Grupo Editorial Ibáñez, 2015), 295

² Carlos Ignacio Jaramillo Jaramillo. *La compraventa en el derecho del consumo* (Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana : Grupo Editorial Ibáñez, 2015), 298

³ Real Academia Española. Diccionario panhispánico de dudas. Disponible en: <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?key=ad%20l%EDbitum>

⁴ Nelson Remolina Angarita y María Lorena Flórez Rojas, “Consumidor y comercio electrónico”, en *Derecho del consumo: problemáticas actuales* (Bogotá, Universidad Santo Tomás – Ibáñez, 2013), 376 – 377.

contratos celebrados entre consumidores y empresarios. En efecto, el legislador circunscribió su aplicación a unos supuestos precisos, que se encuentran previstos en el inciso 1° del artículo 47 de la Ley 1480 de 2011, en los siguientes términos:

“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 <sic> 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.”

De tal suerte que encontrándose el consumidor en alguna de las circunstancias descritas, tendrá derecho a desistir del negocio celebrado, en las condiciones expuestas previamente, siempre que lo haga dentro del término previsto en la norma y que no se encuentre en alguna de las excepciones establecidas en el inciso 4° del referido artículo 47.

En el presente caso, tratándose de la celebración de un contrato de afiliación a través de métodos no tradicionales, no cabe duda de que nos encontramos en uno de los supuestos previstos en la norma, a saber, una venta por métodos a distancia, según la definición prevista en numeral 16 del artículo 5° de la Ley 1480 de 2011⁵, de tal forma que al accionante le asistía el derecho de retracto, respecto del negocio jurídico celebrado.

No obstante lo anterior, se evidencia que al señor Francisco Velásquez Villegas no solo no se le informó sobre el derecho de retracto, sino que, además, de manera flagrante se le negó su ejercicio, ante la negativa de la demandada de devolver el dinero pagado en virtud del contrato. En efecto, aparece en los documentos aportados con la demanda que el consumidor solicitó la devolución del dinero, recibiendo respuesta negativa por parte de la pasiva, frente a sus peticiones.

En el presente caso si bien la manifestación de la demandante respecto del ejercicio del derecho de retracto, exteriorizada en la solicitud de la devolución del dinero, se produjo fuera del término de los cinco (5) días hábiles siguientes a la celebración del contrato de que habla el inciso 3° del artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. Con todo, esta circunstancia no puede ser óbice para reconocer la efectividad del derecho del accionante, toda vez que, como se advierte de las pruebas aportadas al expediente, la demandada nunca le informó al consumidor sobre el derecho que tenía de retractarse y la forma como debía hacerlo.

3. La información que debe suministrar el vendedor respecto del derecho de retracto

El Estatuto del Consumidor reconoce el derecho de los consumidores a recibir información, en los siguientes términos:

“Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.”

De forma correlativa al contenido del mencionado derecho, en el artículo 23 del Estatuto del consumidor se regula la información mínima que debe suministrar el productor o proveedor, junto con la responsabilidad en la que puede incurrir el empresario en los eventos que incumple con dicha obligación.

⁵ Ventas a distancia: Son las 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.

Es claro que este conjunto de normas tiene como finalidad, entre otras, garantizar que el consumidor reciba la información correspondiente a los derechos que le asisten, con el objetivo de que dicho conocimiento le permita exigir y hacer efectivas sus prerrogativas frente a los empresarios, partiendo de la consideración de que la parte débil de la relación de consumo, en su calidad de inexperto o lego en la materia, se encuentra en una posición de inferioridad en relación con las particulares implicaciones que pueden derivarse de una transacción.

En ese sentido, la doctrina nacional ha reconocido que “[*]la información es un presupuesto fundamental para el acto de consumo. No solo ello, es un elemento estructural para el consumidor educado y razonable, esencial para el entendimiento del estándar del llamado usuario medio. Solo el usuario informado cuenta con la capacidad suficiente para ejercer sus derechos.*”⁶

No en vano se señaló en la exposición de motivos del proyecto de ley que dio lugar al Estatuto del Consumidor, que “[*]la información que el proveedor o productor suministre es un elemento vital que le permitirá a los consumidores ejercer y hacer efectivos sus derechos. De la información, particularmente de la suficiencia y claridad con la que se proporcione, dependerá la satisfacción de los intereses y necesidades de los consumidores.*”⁷

Adicionalmente, no se puede pasar por alto que la Ley 1480 de 2011 establece como uno de sus principios generales el de “*la educación al consumidor*” (numeral 3° del art. 1°), que, a su vez, se manifiesta como una prerrogativa de los consumidores, según la cual los ciudadanos tienen “*derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.*”

Ahora bien, en manera alguna puede aceptarse que los empresarios están liberados de esta carga pedagógica, pues, precisamente, la obligación que pesa sobre aquellos en materia de información les impone coadyuvar en la tarea formativa de la parte débil de la relación de consumo. De esta forma la difusión de los derechos de los consumidores necesariamente debe cumplirse y acreditarse por el empresario en cada transacción, so pena de verse sujeto a soportar las consecuencias adversas derivadas de los vacíos informativos, máxime si esta se convierte en una barrera para que el consumidor, por desconocimiento, logre la efectividad de sus derechos.

No se puede pasar por alto que, así como la Constitución Política protege la actividad económica y la iniciativa privada, de igual manera establece que la empresa “*tiene una función social que implica obligaciones*” (art. 334 C.P.C.). De tal forma que el empresario, así como sale al mercado en busca de cautivar a los consumidores para que adquieran sus productos, también debe actuar como emisario o heraldo del derecho del consumo, en tanto que no puede pretender legítimamente percibir el lucro sin contribuir activamente en consolidación de las condiciones para asegurar transacciones transparentes y equilibradas, en el marco de la regulación prevista en la Ley 1480 de 2011.

De esta manera, la información exigida al empresario se erige como una herramienta fundamental en la garantía de los derechos a los consumidores, pues se convierte en el instrumento que, respecto de interacciones particulares, permite equilibrar la asimetría informativa que caracteriza a las relaciones de consumo. Por consiguiente, las deficiencias en que incurra el productor o proveedor frente al consumidor en relación con la información que las normas le imponen suministrar relativa a “*los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos*”, pueden repercutir negativamente en la garantía de la efectividad de los derechos de los sujetos protegidos por la normativa de consumo, dando lugar a la aplicación de los correctivos necesarios por el fallador, de cara a guardar la tutela dispensada constitucional y legalmente al consumidor.

⁶ Fernando Pico Zuñiga, “El alcance de los principios generales del Estatuto del Consumidor colombiano”, *Vniversitas*, N.º 134 (2017): 310

⁷ Congreso de la República. Gaceta No. 626. Exposición de motivos del Proyecto de Ley No. 089 de 2010. Cámara de Representantes.

Así pues, faltando a la carga informativa y de difusión respecto del derecho de retracto que ampara al consumidor en estos casos y el procedimiento para hacerlo efectivo, es claro que, posteriormente, incluso en sede judicial, no podrá el empresario alegar válidamente la ausencia de su ejercicio de forma adecuada y oportuna por el consumidor. Lo anterior, puesto que se trata de una consecuencia negativa derivada, principalmente, del incumplimiento por parte del empresario de su misión como mensajero y difusor, por expresa disposición legal, de esta prerrogativa legal.

Una conclusión diferente, esto es, aceptar que las deficiencias informativas por parte del productor o proveedor resultan insubstanciales, bajo el argumento de que la ignorancia de la Ley no puede constituir una excusa de su cumplimiento, sería tanto como "*borrar con el codo lo que se escribió con la mano*", lo que resulta a todas luces incompatible con el carácter imperativo de las normas del Estatuto del Consumidor. Y es que, no se puede perder de vista el artículo 4° de la Ley 1480 de 2011, dejó sentado que "*las disposiciones contenidas en esta ley son de orden público*", lo que resulta demostrativo del querer del legislador de procurar la conservación de la protección a los consumidores.

En consecuencia, en los eventos en que la realización de alguna de las prerrogativas de los consumidores fracase debido a que el empresario no le brindó una información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea, el fallador debe buscar repeler dicha burla a la materialización de la tutela de la parte débil de la relación de consumo, abriendo la puerta para que dicho derecho sea ejercido, incluso, en los eventos en que este no se hubiera hecho en debida forma o se hubiera realizado de manera extemporánea, como medida para conservar la naturaleza de orden público de estas disposiciones.

De esta forma, se responsabiliza al productor o proveedor de la lesión o vulneración al derecho a la información que le asiste al consumidor, así como se evita que las omisiones o defectos informativos puedan servir como mecanismos de derogatoria encubierta de las prerrogativas de los consumidores, en cuanto a que el silencio del empresario, en manera alguna, puede reportarle un provecho, máxime si este tiene, en la práctica, el mismo efecto anulador que cualquier estipulación que va en contravía de las normas del Estatuto del Consumidor.

Corolario de lo expuesto, en los eventos en que el empresario que realiza ventas por métodos no tradicionales omite informar al consumidor sobre el derecho de retracto que le asiste o ha suministrado una información inoportuna o incompleta al respecto, le es dable al juez otorgar la protección permitiendo al sujeto afecto ejercer dicha prerrogativa, a pesar de que se hubiera vencido el término previsto por el legislador. Y es que la sanción que subyace a la preclusión de la oportunidad para ejercer una prerrogativa de esta índole únicamente guarda su lógica en los eventos en que la parte que está llamada a actuar dentro de ese término está en condiciones para hacerlo, lo que no ocurre cuando no se le ha brindado la información adecuada.

Así las cosas, en la presente controversia, si bien el consumidor ejerció de forma extemporánea el derecho de retracto, lo cierto es que ante el flagrante incumplimiento por parte del empresario de su deber de información, sumado a la negativa a reconocer la devolución del dinero al consumidor, no cabe duda alguna de que están dadas las condiciones para que se tome el correctivo mencionado, esto es, que se avale la decisión del demandante de deshacer el negocio, en los términos del artículo 47 de la Ley 1480 de 2011.

4. Los efectos del ejercicio del derecho de retracto

Verificado que resulta procedente el ejercicio del derecho de retracto por parte del demandante, se torna oportuno analizar las consecuencias que se derivan de la efectividad de esa prerrogativa, punto sobre el cual la doctrina ha explicado:

“La retractación tiene dos efectos según se examine la cuestión del lado del vendedor o del cliente. En el primer caso, el vendedor está obligado a restituir al usuario el dinero entregado en pago del contrato rescindido. Por su parte, el adquirente arrepentido está obligado a restituir la cosa en el mismo estado y por los mismos medios por los que fue entregada”⁸.

Como se colige de la cita doctrinal, contrario a lo argüido por la demandada, el hecho de que la accionante no hubiera devuelto los productos adquiridos no impide el ejercicio del derecho de retracto, como tampoco constituye condición de la devolución del dinero, pues, de conformidad con la regulación legal prevista, se trata de obligaciones independientes, que las partes están llamadas a cumplir, sin que les esté dado establecer modalidades o condicionantes no previstas por el legislador, mucho menos en detrimento de la protección reconocida por el ordenamiento a favor del consumidor.

A esa conclusión se arriba de lo dispuesto en los incisos 2° y 5° del artículo 47 de la Ley 1480 de 2011, que establecen, respectivamente, lo siguiente:

“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 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.”

Como es claro de esta transcripción normativa, con el ejercicio del derecho de retracto y consecuente resolución del contrato, surgen en cabeza de las partes de la relación del consumo obligaciones autónomas, las cuales deben cumplirse dentro de los términos previstos por el legislador.

En consecuencia y considerando que el demandante pretendió el ejercicio del derecho de retracto, deberá ordenarse a la demandada que dé por terminado el contrato de afiliación suscrito entre las partes y se devuelva el dinero pagado por el consumidor, en virtud de dicho contrato, esto es, la suma de **DOS MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESOS M/CTE. (\$2.400.000)**.

En mérito de lo expuesto, la Superintendencia de Industria y Comercio, en ejercicio de las facultades jurisdiccionales conferidas por la Ley 1480 de 2011 y el artículo 24 del Código General del Proceso, administrando justicia en nombre de la República de Colombia y por autoridad de la ley,

RESUELVE

PRIMERO: Declarar que la sociedad **TRIPJOY S.A.S.**, identificada con NIT. 901.104.888-9, vulneró los derechos del consumidor de conformidad con lo expuesto en la parte motiva de esta providencia.

SEGUNDO: En consecuencia, ordenar a la sociedad **TRIPJOY S.A.S.**, identificada con NIT. 901.104.888-9 que, a favor del señor **FRANCISCO VELÁSQUEZ VILLEGAS**, identificado con cédula de ciudadanía No. 8.664.077, dentro de los diez (10) días hábiles, siguientes a la ejecutoria de la presente providencia, dé por terminado el contrato de afiliación suscrito entre las partes y devuelva el dinero pagado en virtud éste, esto es, la suma de **DOS MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESOS M/CTE. (\$2.400.000)**.

⁸ Fernando E. Shina. *Estatuto del consumidor: comentarios a la ley 1480 de 2011* (Bogotá, Universidad del Rosario : Astrea, 2017), 214

La suma a reembolsar deberá indexarse con base en el I.P.C. para la fecha en que se verifique el pago, empleando para el efecto la siguiente fórmula:

$$V_p = V_h \times \frac{(I.P.C. \text{ actual})}{(I.P.C. \text{ inicial})}$$

En donde V_p corresponde al valor a averiguar y V_h al monto cuya devolución se ordena.

TERCERO: Se **ordena** a la parte demandante que, dentro del término improrrogable de treinta (30) días hábiles, contados a partir del día siguiente al vencimiento del plazo concedido para darle cumplimiento a la orden impartida en la Sentencia, **informe** a este Despacho si la demandada dio cumplimiento o no a la orden señalada en esta providencia, lo anterior, con el objetivo de dar inicio al trámite jurisdiccional de verificación del cumplimiento, conforme lo señalado en el numeral 11° del artículo 58 de la Ley 1480 de 2011, **so pena** de declarar el archivo de la actuación en sede de verificación del cumplimiento, con sustento en el desistimiento tácito contemplado en el numeral 1° del artículo 317 del Código General del Proceso.

CUARTO: El retraso en el cumplimiento de la orden causará una multa a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio, por el equivalente a una séptima parte del valor del salario mínimo legal mensual vigente por cada día de retardo, de conformidad con lo dispuesto literal a) del numeral 11 del artículo 58 de la Ley 1480 de 2011.

QUINTO: En caso de persistir el incumplimiento de la orden que se imparte la Superintendencia de Industria y Comercio, podrá decretar el cierre temporal del establecimiento de comercio, de conformidad con el literal b) del numeral 11 del artículo 58 de la Ley 1480 de 2011.

SEXTO: Sin perjuicio del trámite de la imposición de alguna de las sanciones previstas en los numerales que anteceden, téngase en cuenta que la sentencia presta mérito ejecutivo y ante el incumplimiento de la orden impartida por parte de la demandada, el consumidor podrá adelantar ante los jueces competentes la ejecución de la obligación.

SÉPTIMO: Sin condena en costas, por no aparecer causadas.

NOTIFÍQUESE,

FRM_SUPER

NATALIA ANDREA ALONSO MOLINA⁹

⁹ Profesional universitaria adscrita al Grupo de Trabajo de Defensa del Consumidor de la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, autorizado para el ejercicio de funciones jurisdiccionales mediante Resolución 14371 del 29 de marzo de 2017, expedida en desarrollo de lo previsto en el inciso segundo del párrafo primero del artículo 24 del Código General del Proceso.



Delegatura Para Asuntos Jurisdiccionales

De conformidad con lo establecido en el artículo 295 del C. G. del P., la presente Sentencia se notificó por Estado.

No. **227** _____

De fecha: **12/12/2022** _____

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'P. R.', written over a horizontal line.

FIRMA AUTORIZADA