



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

El deber de información y el ejercicio del derecho de retracto: Aspectos relevantes de la protección al consumidor en los sistemas de tiempo compartido en Colombia.

Laura Cortés Robayo

Especialización en Derecho Comercial

Bogotá D.C.

18 de abril de 2019

Tabla de contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA E HIPÓTESIS	5
III. MARCO TEÓRICO	6
IV. LOS SISTEMAS DE TIEMPO COMPARTIDO.....	7
A. Noción.....	7
B. Modalidades.....	9
C. Naturaleza jurídica	10
1. <i>Multipropiedad</i>	10
2. <i>Multiusufructo</i>	11
3. <i>Derechos personales en los sistemas de tiempo compartido</i>	12
D. Formalidades	12
V. LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LOS SISTEMAS DE TIEMPO COMPARTIDO.....	13
A. El contrato de tiempo compartido como contrato de adhesión y como venta perfeccionada a través de medios no tradicionales	14
B. Deber de información a cargo de promotores y comercializadores de sistemas de tiempo compartido.....	17
1. <i>Etapa precontractual</i>	19
2. <i>Etapa contractual</i>	20
3. <i>Etapa poscontractual</i>	21
C. El ejercicio de derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido.....	22
1. <i>El Decreto 1076 de 1997: Nacimiento del derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido</i>	23
2. <i>Decreto 1912 de 2001: obligación a cargo de promotores y comercializadores de entregar a los usuarios un documento adicional al contrato en el que conste el derecho de retracto</i>	24
3. <i>Decreto 774 de 2010: modificación al término en el que puede ejercerse el derecho de retracto</i>	25
4. <i>Decreto 1074 de 2015: compilación de todas las normas en materia de turismo y en especial del régimen normativo de los sistemas de tiempo compartido</i>	26
5. ¿Conflicto de normas entre la Ley 1480 de 2011 el Decreto 1074 de 2015 en el ejercicio del derecho de retracto?	26
VI. CONCLUSIONES.....	29
Referencias	32

I. INTRODUCCIÓN

La Constitución Política colombiana de 1991 adoptó un modelo de Estado Social de Derecho y con este incorporó al ordenamiento interno un modelo de economía social de mercado. Para este tipo de modelo de economía, las empresas son el motor del desarrollo social por lo que se promueve la actividad económica de los empresarios (Corte Constitucional, Sentencia C-263 de 2011, M.P. Jorge Ignacio Pretelt Chaljub). En el marco de esta libertad de mercado que propende la Carta Política, la actividad turística ha sido un campo ampliamente explotado por las empresas en un país como Colombia que con el pasar de los últimos años, ha logrado mejorar su imagen frente al mundo (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2016)

Tanta es la relevancia del turismo que la misma Constitución en el numeral 2 del artículo 300, encargó a las Asambleas Departamentales a través de ordenanzas expedir las disposiciones relacionadas con planeación, desarrollo económico y social, apoyo financiero y crediticio a los municipios y el turismo entre otras actividades.

Por su parte, el legislador también se ha preocupado por el desarrollo de la industria turística y en virtud de ello promulgó la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo- que ha sido modificada en varias ocasiones, en especial por la Ley 1558 de 2012, cuyo artículo 1 consagra actualmente lo siguiente en relación con la importancia del turismo en Colombia:

***Artículo 1. Importancia de la industria turística:** El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumpla una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.*

En efecto, el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país que ha crecido a pasos acelerados en los últimos años. A mediados del 2018, el Gobierno colombiano expuso un aumento en el registro de la llegada de visitantes extranjeros al país de 150% entre los años 2010 y 2018. Ello, en cifras concretas quiere decir que el número de turistas en el país pasó de 2.6 millones en el año 2010 a aproximadamente 6.5 millones en 2018. De acuerdo con el Ministerio de Comercio, el crecimiento de la industria turística también significó un mayor ingreso de divisas al país. Colombia pasó de recibir USD\$ 3.440 millones en 2010 a USD\$ 5.787 millones en 2017, lo que sin duda significa un impulso significativo a la economía nacional. (Revista Dinero, 2018)

Ahora, sin dejar de lado la función social a su cargo, las empresas dedicadas a la actividad turística también buscan su propio desarrollo y por cuenta de ello, han procurado explorar diversas formas para la comercialización de los productos y servicios que ofrecen.

Desde hace más de dos décadas, cuando el legislador expidió la Ley 300 de 1996, contempló en el Capítulo IX una modalidad de comercialización de hospedaje, el tiempo compartido¹. En esta oportunidad, no se refirió en extenso a este sistema y delegó por medio del artículo 8 su reglamentación al Gobierno Nacional.

Posteriormente, y en virtud del encargo conferido por el legislador, el Gobierno Nacional reglamentó el sistema de tiempo compartido turístico por medio del Decreto 1076 de 1997 que si se refirió en extenso a las características, modalidades, naturaleza jurídica del sistema, garantías, derechos y obligaciones de los usuarios, derechos y obligaciones del promotor y administrador, obligaciones del comercializador, reglamento interno del establecimiento de tiempo compartido turístico, y de la protección al consumidor, entre otros aspectos.

El capítulo de ese Decreto que trata las disposiciones específicas en materia de protección al consumidor, contempla reglas específicas en materia del ejercicio del derecho de retracto, identificación de los promotores de los sistemas de tiempo compartido, responsabilidad por la actividad de las personas subordinadas en el ejercicio de la promoción y comercialización del tiempo compartido, prohibiciones a los prospectadores y la referencia a las sanciones que son aplicables ante la infracción de las normas allí contenidas.

Entonces, pareciera ser que por el carácter especial de este tipo de sistema turístico que para Colombia era nuevo, el Gobierno quiso crear reglas especiales en materia de la protección al consumidor paralelas a las del estatuto del consumidor que estaba vigente para el momento.

A partir de allí, la normatividad turística se fue ampliando y con ella, el Gobierno fue previendo nuevas situaciones relacionadas con la necesidad de protección al consumidor. Muestra de ello es que el Decreto 1912 de 2001 impuso al comercializador el tiempo compartido turístico la obligación de entregar al comprador un formato independiente al contrato que entre comercializador y usuario pudiera celebrarse, en el que constara de manera clara y expresa el derecho que tiene el usuario de retractarse de la celebración del contrato.

Posteriormente, la Ley 300 de 1996 fue modificada por la Ley 1101 de 2006 y por la Ley 1558 de 2012, pero manteniendo el régimen especial de protección al consumidor que contempló en su oportunidad el Decreto 1076 de 1997 y el Decreto 1912 de 2001. Luego, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 774 de 2010 que nuevamente modificó el ejercicio del derecho de retracto. Más de un año después, la Ley 1480 de 2011-Estatuto del Consumidor- vigente a la fecha, robusteció la protección a los usuarios en muchos aspectos, se refirió a las garantías, derechos y deberes de

¹ Vale la pena aclarar que los sistemas de tiempo compartido no fueron una idea original del legislador, por el contrario, el Congreso simplemente introdujo al ordenamiento jurídico colombiano un producto cuyo nacimiento tuvo lugar en Europa, luego se extendió a Estados Unidos y a Latinoamérica (Castañeda Rivas, 2007, p. 419).

proveedores, productores y usuarios, responsabilidad, protección contractual, entre otros ámbitos que, sin lugar a duda, debían armonizarse y aplicarse a la comercialización de los sistemas de tiempo compartido.

Si bien es cierto, la Ley 1480 de 2011 no hace referencia específica a los sistemas de tiempo compartido, si abre algunas puertas para la exigibilidad de ciertas obligaciones y prohibición de algunas prácticas por parte de las empresas comercializadoras de este tipo de sistemas. Finalmente, el Decreto 1074 de 2015 se encargó de compilar en una sola norma todas las disposiciones de los demás decretos que hacen referencia a la protección de los consumidores en materia de adquisición de sistemas de tiempo compartido.

Así las cosas, el propósito de este trabajo es hacer un análisis de las normas que regulan la protección al consumidor en los sistemas de tiempo compartido, en lo que corresponde especialmente al deber de información a cargo de promotores y comercializadores y el derecho de retracto del que son titulares los usuarios, como principales mecanismos de protección a los usuarios. En primer lugar, se planteará el problema y la hipótesis en torno al presente trabajo, en segundo lugar será presentado el marco teórico, en tercer lugar se definirá el concepto, las características, modalidades y formalidades de los sistemas de tiempo compartido, seguidamente, se abordarán cuatro aspectos fundamentales del derecho de consumo relativos a la comercialización de los sistemas de tiempo compartido, estos son: los contratos de tiempo compartido como contratos de adhesión y como venta perfeccionada por medios no tradicionales; el deber de información y el ejercicio del derecho de retracto especialmente consagrado para este tipo de relaciones de consumo. En cuarto lugar, serán presentadas las conclusiones.

Esta investigación se realizará a través de una metodología esencialmente dogmática a partir del análisis documental de normas, doctrina, jurisprudencia en la materia y de pronunciamientos de la Superintendencia de Industria y Comercio.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA E HIPÓTESIS

Como fue mencionado en líneas anteriores, desde su aparición con la Ley 300 de 1996, los sistemas de tiempo compartido en Colombia han sido objeto de interés para el Gobierno y para el legislador, en especial en lo que tiene que ver con la protección a los consumidores y por cuenta de ello, existen disposiciones particulares para salvaguardar los derechos de los usuarios de este tipo de productos. Adicionalmente, la Ley 1480 de 2011 robusteció todo el sistema normativo en materia de derecho de consumo de forma general, lo que también incluyó sin duda a los comercializadores de tiempo compartido como sujetos de obligaciones. Posteriormente, el Decreto Único Reglamentario del Sector Turismo que entró en vigor en 2015 recopiló todas las normas que hasta ese momento estaban dispersas en todos los aspectos y en, particular, procuró unificar las disposiciones referentes a los sistemas de tiempo compartido.

No obstante, y a pesar del esfuerzo del legislador y del Gobierno mismo, lo cierto es que, en el estado del arte hasta la fecha sobre los sistemas de tiempo compartido, existen documentos y publicaciones referentes al análisis sobre la naturaleza jurídica, características y modalidades de tiempo compartido desde una perspectiva amplia del Derecho Privado mas no se ha escrito mucho en lo pertinente al ámbito específico de la protección a los consumidores.

Atendiendo a lo anterior y precisamente por esa escasez de doctrina y pronunciamientos judiciales en lo relacionado con el derecho de consumo en lo que corresponde a este tipo de productos turísticos resulta útil resolver ¿Cuáles son los principales mecanismos en materia de protección a los consumidores que existen en el ordenamiento jurídico colombiano respecto de la comercialización de sistemas de tiempo compartido en Colombia desde 1996 hasta 2019? Como respuesta a este interrogante planteamos, que como fue mencionado anteriormente, los principales mecanismos son el deber de información a cargo de promotores y comercializadores y el derecho de retracto del que son titulares los usuarios.

Es relevante hacer un estudio de estos aspectos en materia de protección a los consumidores en los sistemas de tiempo compartido ya que como fue mencionado, existen ciertas normas especiales para los sistemas de tiempo compartido que coexisten con disposiciones generales como el Estatuto del Consumidor de 2011 y que rigen la comercialización y ejecución de los contratos por medio de los cuáles usuarios adquieren un sistema de tiempo compartido. Por tales motivos, merece un análisis particular el desarrollo en materia de derecho de consumo que ha permeado la relación jurídica existente entre las empresas que ofrecen este tipo de servicio turístico y sus compradores.

III. MARCO TEÓRICO

Con el objetivo de desarrollar la investigación el torno al problema planteado, se empleará una metodología esencialmente dogmática a partir del análisis de las siguientes fuentes:

- A. Normas que regulan la interpretación de las disposiciones normativas y el régimen de las obligaciones de forma general, el principio de buena fe y autonomía de la voluntad privada contempladas en la Ley 153 de 1887 y en el Código Civil;
- B. La regulación de los sistemas de tiempo compartido en la Ley 300 de 1996 y posteriores Decretos reglamentarios;
- C. La Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor como norma marco que regula las relaciones de consumo entre productores y proveedores y consumidores de forma general.

D. Jurisprudencia de la Corte Constitucional y de la Corte Suprema de Justicia.

E. Sentencias de la Superintendencia de Industria y Comercio colombiana en materia de protección al consumidor.

Sumado a las normas anteriormente enunciadas se analizará la doctrina que desde 1985 hasta 2019 se ha ocupado de tratar los temas objeto del presente trabajo puesto que en otros países la figura del sistema de tiempo compartido ya existía con anterioridad a la fecha en la que entró en vigencia la Ley 300 de 1996 en Colombia así:

A. Libros especializados en el derecho de consumo y en los sistemas de tiempo compartido, principalmente doctrina extranjera.

B. Artículos académicos y tesis de grado que abordan la naturaleza de los sistemas de tiempo compartido y sus diversas modalidades.

IV. LOS SISTEMAS DE TIEMPO COMPARTIDO

A. Noción

Antes de iniciar con el estudio de la evolución, propiamente dicha que ha tenido del derecho de consumo y la especial protección de la que gozan los consumidores frente a los sistemas de tiempo compartido, es importante entender el concepto de esta figura, sus características, modalidades, naturaleza jurídica y funcionamiento en general. Para tal propósito se estudiará lo dispuesto en las normas y los pronunciamientos que existen en la doctrina sobre los sistemas de tiempo compartido.

Vale la pena señalar que, en Colombia, a pesar de que existe regulación en la materia y que la comercialización de los sistemas de tiempo compartido crece en el territorio nacional a pasos acelerados (Portafolio, 2017), lo cierto es que no existe gran variedad de fuentes en la doctrina colombiana. Sin embargo, con el objetivo de tener mayor claridad del concepto, será empleada doctrina extranjera de países como España, Argentina y México donde se han adelantado estudios más amplios sobre esta modalidad de disfrute de unidades habitacionales turísticas.

Para empezar, es importante señalar que la primera norma en Colombia que se encargó de definir la figura del tiempo compartido fue la Ley 300 de 1996, que en su artículo 95 advierte:

“El sistema de tiempo compartido turístico es aquel mediante el cual 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.”

Posteriormente, los Decretos 1076 de 1997 y el 1074 de 2015 replican lo señalado por la Ley 300 de 1996 pero añaden que también se considerará como sistema de tiempo compartido, el sistema de puntos para la utilización de periodos vacacionales de tiempo compartido y cualquier otra clase de oferta turística que tenga esa misma naturaleza.

La doctrina mexicana ha hecho un esfuerzo por definir la noción del tiempo compartido, dando una explicación más robusta del concepto, en comparación con lo citado de nuestra norma Colombiana. En pocas palabras, Hamdan Amad (1988) sostiene que el tiempo compartido es la utilización sucesiva en el tiempo, de una misma unidad de alojamiento turístico por varias personas a la cuales a cambio de un pago fijo, se les concede el derecho de usar una habitación por un periodo de tiempo determinado. Adicional al pago fijo, los usuarios podrán pagar cuotas variables por concepto de mantenimiento y otros servicios, con lo cual, sin llegar a considerarse como propietarios de un inmueble, les es conferido únicamente el derecho de uso de dicho bien durante cierto tiempo cada año. (p. 51)

Por su parte, la doctrina argentina en cabeza de Puerta de Chacón (2003) ha entendido al sistema de tiempo compartido como un producto turístico alternativo a los modos tradicionales de alojamiento vacacional, por medio del cual se adquiere la propiedad o disfrute de una unidad de alojamiento, en turnos exclusivos, por un periodo de tiempo, que es alternativo y cíclico (p. 129-130). En el mismo orden de ideas, otro sector de la doctrina advierte que:

“Se trata en (sic) la especie de un contrato por el cual una parte adquiere el derecho de usar, por espacios de tiempo (sic) previamente determinados y reservados, unidades inmuebles destinadas a fines de esparcimiento y recreación pagando por ello un precio en dinero a la otra, quien se ocupa de asegurar el ejercicio de aquel derecho y realizar toda una gestión de administración” (Gherssi, 1994, p.292)

Para Ojesto Martinez (1985) las características principales de los sistemas de tiempo compartido son que es un contrato bilateral, oneroso, conmutativo, principal, de tracto sucesivo y de carácter mercantil (p. 107). De otro lado, tenemos que las partes serán el vendedor que puede ser comercializador, promotor y operador del sistema de tiempo compartido y el adquirente que tiene la calidad de turista – consumidor.

En este punto es necesario identificar las diversas figuras que podrán fungir como parte vendedora de los sistemas de tiempo compartido y que están definidas en el artículo 2.2.4.4.1.2 del Decreto 1074 de 2015, que compiló todas las normas en materia de sistemas de tiempo compartido así:

“2. Promotor o desarrollador. la persona natural o jurídica dedicada a la estructuración y puesta en marcha de complejos turísticos destinados a ofrecer mediante un contrato sistema de tiempo compartido.

También se entenderá como promotor o desarrollador aquella persona natural o jurídica que adquiera inmuebles para ser comercializados mediante el sistema de tiempo compartido.

3. Comercializador. la persona natural o jurídica que, en nombre y representación del promotor o desarrollador, fomenta y realiza la venta de tiempo compartido. También se entenderá como comercializador la persona natural o jurídica que celebre contratos destinados a facilitar la utilización períodos vacacionales pertenecientes a terceras personas. “

En la práctica, el promotor, desarrollador y comercializador del sistema de tiempo compartido pueden confluir en una misma persona, así que, si el promotor o desarrollador también comercializa los complejos turísticos objeto de los sistemas de tiempo compartido, todo negocio jurídico que realice, lo hará a nombre y por cuenta propia.

En resumen, el sistema de tiempo compartido es una modalidad de disfrute de periodos vacacionales, en la que, en virtud de un contrato, un promotor, a nombre propio o un comercializador en nombre y representación del promotor, a cambio de un precio y del pago de obligaciones conexas al negocio, entrega o se obliga a facilitar el uso y goce de una unidad de alojamiento a un usuario. El usuario gozará durante un periodo determinado un espacio para su propia recreación y deberá respetar el uso legítimo que adquieren los demás usuarios.

Para Castañeda Rivas (2007) vale la pena aclarar que, en estricto sentido, lo que se comparte en este tipo de sistemas no es el tiempo, sería el bien en si mismo (p. 431). Sin embargo, no es el objeto de este trabajo hacer un análisis semántico de la construcción lingüística, así que la expresión “tiempo compartido” será entendida conforme el significado que le ha sido otorgado en la normatividad y en la doctrina.

De la misma forma, hay que destacar que los sistemas de tiempo compartido, como bien lo advierte la norma citada en párrafos anteriores y lo ha destacado la doctrina, tienen aplicación únicamente en el ámbito del turismo y con fines de alojamiento y recreación propio en unidades dispuestas para ello, excluyendo cualquier otro propósito o destinación. Por lo anterior, necesariamente serán turistas los usuarios de este tipo de sistemas, así que desde la misma definición que trae la ley y como lo han percibido los expertos en la materia, puede observarse claramente que las normas están dirigidas a la protección de los turistas como consumidores.

B. Modalidades

El mismo Decreto 1074 de 2015, que mantuvo lo dispuesto en el Decreto 1076 de 1997 en este aspecto, advierte en el artículo 2.2.4.4.1.3. que existen varias modalidades de tiempo compartido, las cuales se pueden clasificar dependiendo de la identificación de la unidad de alojamiento y el

periodo anual de disfrute en fijo, flotante o mixto. Cuando es fijo, el adquiriente utilizará y disfrutará la misma unidad de alojamiento en el mismo periodo de una anualidad. Por su parte, cuando es flotante, el usuario utilizará una unidad inmobiliaria de ciertas características en un periodo específico del año y de forma periódica, es decir, que no necesariamente será siempre la misma unidad habitacional y que puede ser una diferente, pero con características similares. La manera como es determinada la forma en la que se usará y disfrutará dicha unidad se hará atendiendo a criterios de disponibilidad y por medio de procedimientos que garanticen la igualdad de oportunidades de todos los consumidores titulares de los derechos sobre el bien. Finalmente, la modalidad mixta es que combinación de la modalidad fija y de la modalidad flotante.

C. Naturaleza jurídica

Por otro lado, el Decreto 1074 de 2015 indica la naturaleza jurídica del tiempo compartido y en el artículo 2.2.4.4.1.4. consagra que el tiempo compartido puede ser de carácter real o de carácter personal. Esta disposición establece que el tiempo compartido turístico será de carácter real cuando los usuarios adquieran sobre un establecimiento derechos de multipropiedad o multiusufructo. Igualmente, señala que el tiempo compartido será de carácter personal cuando los usuarios establezcan relaciones jurídicas de las que surja un derecho personal que los faculte para utilizar o disfrutar del establecimiento sometido al régimen de tiempo compartido turístico. Para efectos de claridad, es útil citar lo que el Decreto entiende por multipropiedad y por multiusufructo y describir como el disfrute de un sistema de tiempo compartido puede darse por medio de un derecho personal.

1. Multipropiedad

El numeral 11 del artículo 2.2.4.4.1.2. del Decreto 1074 de 2015, que transcribe lo ya regulado en el Decreto 1076 de 1997, reza lo siguiente:

“11. Multipropiedad. Modalidad de derecho real de dominio, según la cual su titular adquiere la propiedad sobre una parte alícuota e indivisa de un inmueble determinado y el derecho exclusivo a su utilización y disfrute durante un periodo de tiempo determinado.”

Como lo describe la norma, en principio, el comprador del sistema de tiempo compartido adquiere el dominio sobre una alícuota de la propiedad de un inmueble determinado y tiene derecho a disfrutar de este durante un periodo específico. En este punto conviene señalar que el término “multipropiedad” es una variación a la noción clásica de propiedad ya que tiene cierta limitación en lo que corresponde al goce y disposición plenos del bien.

En los términos del artículo 669 del Código Civil colombiano, “*la propiedad es el derecho real en una cosa corporal, para gozar y disponer de ella, no siendo contra ley o contra derecho ajeno*”.

Sobre la característica de plenitud del derecho de propiedad, la Corte Constitucional en la Sentencia C- 189 de 2006, con ponencia del Magistrado Rodrigo Escobar Gil señaló que: “*es un derecho pleno porque le confiere a su titular un conjunto amplio de atribuciones que puede ejercer autónomamente dentro de los límites impuestos por el ordenamiento jurídico y los derechos ajenos (...)*” (Subrayado fuera de texto)

Como puede observarse del artículo 2.2.4.4.2 del Decreto mencionado, si bien el usuario adquiere la propiedad de una parte alícuota del bien junto con otros usuarios, todos tendrán ciertas obligaciones y en especial prohibiciones respecto del inmueble que limitan los derechos plenos de goce y de disposición, en concordancia con la observación hecha por el alto tribunal en referencia a los límites impuestos a los derechos propios, por los derechos ajenos. Para la doctrina autorizada en el tema, lo cierto de este fenómeno es que:

“(...) No se atribuye a su titular el disfrute permanente de una residencia secundaria, sino uno limitado en el tiempo, para un corto periodo anual, de manera que otros puedan ejercer el mismo derecho sobre el mismo objeto, en diferentes momentos y de forma excluyente” (Molinari Vilchez, 2002, pp. 40-41)

Para que varios usuarios puedan usar el mismo objeto, en diferentes momentos y de forma excluyente, el ordenamiento jurídico colombiano prevé ciertas restricciones que están contenidas en el artículo 2.2.4.4.1 del Decreto 1074 de 2015. Dentro de lista de las limitaciones consagrada en esa norma se encuentra la prohibición de modificar, alterar, variar o sustituir los bienes e instalaciones de las unidades de alojamiento y los bienes muebles que en ellas se encuentren. El propósito de esta restricción es que todos los compradores puedan disfrutar del periodo que les corresponda de manera pacífica y con la seguridad de que gozarán de cierta calidad de bienes y que ellos no serán modificados de manera unilateral por los demás usuarios, en su perjuicio. En otras palabras, no podrá el usuario de este tipo de sistemas gozar y disponer de forma ilimitada del bien objeto del sistema de tiempo compartido ya que no podrá disfrutar de la unidad de alojamiento en los periodos que no le corresponda, no podrá alterarlo y no podrá enajenar la totalidad del establecimiento.

2. *Multiusufructo*

El numeral 12 del artículo 2.2.4.4.1.2. del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo – Decreto 1074 de 2015, replicando nuevamente lo señalado en el Decreto 1076 de 1997 define al multiusufructo de la siguiente forma:

“12. Multiusufructo. Modalidad del usufructo según la cual el titular adquiere este derecho real sobre un inmueble sometido al régimen de tiempo compartido turístico durante un periodo determinado o determinable del año y a lo largo de un número de años, que deberán quedar señalados en el respectivo contrato y que no podrá exceder el plazo

máximo consagrado en el Código Civil, correspondiendo la nuda propiedad al promotor o a un tercero”

En esta modalidad, por tratarse de usufructo el derecho que se transfiere, conviene advertir que sobre el mismo bien hay dos derechos reales, el usufructo entendido como la facultad de gozar de la cosa y la nuda propiedad que se mantiene a favor del propietario, en otras palabras *“el usufructuario, puede gozar temporalmente de la cosa que pertenece a otro, sin alterar su esencia”*. (Valencia Zea, 1990, p. 335). Para efectos del multiusufructo, varias personas serán titulares de este derecho de disfrutar la cosa y otra u otros conservarán el derecho de disponer del inmueble.

3. Derechos personales en los sistemas de tiempo compartido

La norma establece la posibilidad de que además del carácter real de los derechos por medio de los cuales se puede disfrutar del tiempo compartido, existan derechos de carácter personal en cabeza de los consumidores de este tipo de producto turístico. Para entender mejor esta figura, resulta pertinente citar lo plasmado en el artículo 666 del Código Civil sobre los derechos personales o créditos: *“son los que sólo pueden reclamarse de ciertas personas que, por un hecho suyo o la sola disposición de la ley, han contraído las obligaciones correlativas (...)”*.

En otras palabras, a lo que la disposición hace referencia es a que un derecho personal es la facultad que tiene un sujeto para exigir a otro una prestación, de dar, hacer o no hacer algo. En este caso, para Puerta de Chacón (2003), el usuario tendría con el comercializador de un sistema de tiempo compartido un vínculo en virtud del cual el primero, a cambio de un precio, tiene derecho a exigir del segundo la prestación de los servicios relacionados con el disfrute de una unidad de alojamiento turístico, por un periodo temporal y recurrente mientras dure el contrato sin que por ello consumidor sea titular de la propiedad o del usufructo de ese bien. (p.142)

Así pues, el comercializador podrá definir bajo que modalidad, sea un derecho real o uno personal, ofertará al público las unidades habitacionales y deberá igualmente cumplir con ciertas formalidades.

D. Formalidades

En el artículo 2.2.4.4.2.1. del mismo Decreto citado en líneas anteriores, se impone una carga para el propietario del inmueble o quien tenga el derecho de disponer de este, la cual es la de hacer una declaración unilateral de voluntad formalizada por escritura pública ante notario o contenida en un contrato de fiducia mercantil irrevocable, en la que se indique la afectación del inmueble al sistema de tiempo compartido, y el término de afectación, si existe, junto con otra información tal como la descripción del inmueble y su folio de matrícula inmobiliaria; la identificación de las unidades inmobiliarias que se afectarán; el número máximo de semanas que pueden comercializarse; el

procedimiento para el cálculo y recaudo de los gastos de administración y conservación; los elementos de uso común; la descripción del procedimiento establecido para adición de nuevas unidades y de separarlas y la descripción de las instalaciones deportivas y de recreo con que cuenta el establecimiento.

Además, establece que estos actos deberán inscribirse en la Oficina de Registro de Instrumentos públicos y que los comercializadores de este tipo de proyectos deberán cumplir con el requisito de inscripción en el Registro Nacional de Turismo que gestionan las Cámaras de Comercio de cada ciudad.

Luego de este breve estudio de los aspectos más importantes de los sistemas de tiempo compartido, conviene continuar con los aspectos más relevantes de la protección al consumidor en lo que atañe a los usuarios de este tipo de producto turístico.

V. LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LOS SISTEMAS DE TIEMPO COMPARTIDO

Desde la entrada en vigor de la Ley 300 de 1996, el legislador previó que el consumidor debía ser sujeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas (núm 8, art. 2). En lo que concierne a los sistemas de tiempo compartido, la norma se limitó a encargar al Gobierno Nacional la reglamentación de las modalidades, requisitos y demás aspectos necesarios para el desarrollo de este tipo de producto incluyendo específicamente la protección de los adquirentes de tiempo compartido.

La protección a los consumidores y en especial a los compradores de sistemas de tiempo compartido, ha sido objeto de atención por el ordenamiento jurídico ya que la misma dinámica del mercado trae como consecuencia que los adquirentes sean la parte débil de la relación contractual. En respuesta a ese hecho, las normas en Colombia y en los demás países donde existe esa figura han seguido una tendencia clara: la protección al consumidor y la limitación a la autonomía de la voluntad de las grandes empresas promotoras, comercializadoras y prestadoras de los servicios (Puerta de Chacón, 2003, p. 147).

En virtud de dicho mandato, el Gobierno no tardó en reglamentar lo pertinente a todo lo relativo a los sistemas de tiempo compartido y por medio del Decreto 1076 del 14 de abril 1997 fueron establecidas las características, condiciones, modalidades y mecanismos para proteger al consumidor en la comercialización de este tipo de productos.

Dentro del Decreto se dedicó un capítulo exclusivamente para la protección al consumidor. Dentro de dicho capítulo se establecieron obligaciones concretas a cargo de promotores y comercializadores de sistemas de tiempo compartido y derechos en cabeza de los consumidores.

Normas posteriores desarrollaron los artículos contenidos allí y se complementaron con disposiciones con ámbitos de aplicación más amplios como lo es la Ley 1480 de 2011 – Estatuto de Protección al Consumidor- que serán objeto de estudio en líneas siguientes. La protección al consumidor en este tipo de negocios tiene especial relevancia dada la naturaleza de las prestaciones y en especial, en nuestra opinión, debido a que la forma como nacen las obligaciones recíprocas para las partes proviene de un contrato de adhesión y como venta perfeccionada a través de medios no tradicionales. A continuación, se hará un estudio sobre los contratos de tiempo compartido como contratos de adhesión y como venta por medios no tradicionales, seguidamente un análisis del deber de información de comercializadores de sistemas de tiempo compartido y luego un estudio sobre el ejercicio del derecho de retracto en este tipo de sistemas.

A. El contrato de tiempo compartido como contrato de adhesión y como venta perfeccionada a través de medios no tradicionales

Hoy por hoy, la negociación individual de contratos que tienen vocación de celebrarse de forma masiva no responde a las necesidades de eficiencia del mercado. Por lo anterior, los contratos de adhesión son el instrumento jurídico ideal para viabilizar el intercambio masivo de bienes y servicios. (Posada Torres, 2015, p. 142)

En lo que corresponde a la noción del contrato de adhesión, la doctrina ha advertido que:

“(...) el elemento característico del contrato de adhesión consiste en que las disposiciones contractuales no son susceptibles de discutirse entre las partes; ya que una de estas las comunica a la otra, quien solo puede dar su consentimiento en bloque o negarse a celebrar el contrato si tales disposiciones no le convienen” (Larroumet, 1999, p. 207)

En la misma línea de la doctrina, el Estatuto del Consumidor también se ocupa de definir la figura de contrato de adhesión en el numeral 4 del artículo 5 en los siguientes términos:

4. Contrato de adhesión: *Aquel en el que las cláusulas son dispuestas por el productor o proveedor, de manera que el consumidor no puede modificarlas, ni puede hacer otra cosa que aceptarlas o rechazarlas.*

De manera general, y como pautas de comportamiento de productores y proveedores, la Ley 1480 de 2011 también se refirió a las condiciones generales de los contratos de adhesión en el artículo 37 los siguientes términos:

“Artículo 37. Condiciones negociales generales y de los contratos de adhesión. *Las Condiciones Negociales Generales y de los contratos de adhesión deberán cumplir como mínimo los siguientes requisitos:*

1. Haber informado suficiente, anticipada y expresamente al adherente sobre la existencia efectos y alcance de las condiciones generales. En los contratos se utilizará el idioma castellano.

2. Las condiciones generales del contrato deben ser concretas, claras y completas.

3. En los contratos escritos, los caracteres deberán ser legibles a simple vista y no incluir espacios en blanco, En los contratos de seguros, el asegurador hará entrega anticipada del clausulado al tomador, explicándole el contenido de la cobertura, de las exclusiones y de las garantías.

Serán ineficaces y se tendrán por no escritas las condiciones generales de los contratos de adhesión que no reúnan los requisitos señalados en este artículo.” (Subrayado fuera de texto)

En resumen, el contrato de adhesión es el convenio en el que una parte denominada predisponente impone a otra parte llamada adherente las condiciones de celebración de un negocio jurídico sin que esta última pueda discutir o modificar las cláusulas de un contrato sobre el cual solo puede decidir si acepta o no (Posada Torres, 2015). No puede dejarse de lado que el legislador otorgó especial relevancia al deber que tiene la parte contractual que dispone las cláusulas, de informar de forma suficiente, anticipada y expresa sobre las condiciones del negocio jurídico y además previó que dichas condiciones debían ser concretas, claras y completas. Este deber de información es una manera de equilibrar la relación asimétrica existente entre las partes de un contrato de adhesión y será explicado de manera más amplia más adelante.

Ahora bien, en lo pertinente a los sistemas de tiempo compartido, la doctrina especializada ha reconocido que la parte vendedora es quien “*predispone las cláusulas del contrato de enajenación*” (Puerta de Chacón, 2003, p. 134). Esa predisposición de las condiciones contractuales que regirán el cumplimiento de obligaciones recíprocas entre las partes obedece sin lugar a duda a la masificación y despersonalización en la formación de los negocios jurídicos, que fue mencionada anteriormente, en contraposición con la negociación individual en los sistemas de tiempo compartido que en la práctica no es lo usual.

Otro sector de la doctrina sostiene que este tipo de contratación “*supone una restricción en la libertad dentro del contrato, por cuanto una de las partes, la económicamente más fuerte, predispone las cláusulas que constituyen las bases del acuerdo sin que la otra pueda discutir su contenido*” (Lovece y Gherzi, 2000, pp. 85-86) Esta limitación que señala la doctrina, trae como resultado que la parte económicamente más débil solo pueda ejercer la autonomía de su voluntad manifestando si acepta o rechaza el clausulado ofrecido.

Conviene señalar que en si mismos, los contratos de adhesión no están prohibidos en el ordenamiento jurídico, ya que, de serlo, la velocidad de las transacciones de nuestra época se frenaría y ello tendría efectos perjudiciales para el desarrollo de la economía (Posada Torres, 2015,

p. 144). Para contrarrestar la asimetría de las relaciones de consumo por adhesión, la ley adoptó diversos mecanismos para procurar una relación más equilibrada entre productor, proveedor y consumidor en general y para efectos de lo que nos ocupa en este trabajo, para armonizar la relación de consumo entre comercializador y consumidor de tiempo compartido.

En virtud precisamente de la adhesión a la que se sujetan los usuarios en los negocios que contemplan los sistemas de tiempo compartido, el ordenamiento protege al extremo débil por medio de varios instrumentos, el primero es imponiendo el contenido mínimo de los contratos, como será señalado más adelante, el segundo es el cumplimiento del deber de información debido a que principalmente la desigualdad que existe entre las partes con relación a su poder contractual se manifiesta en *“los especiales y profundos conocimientos que ha adquirido el predisponente como consecuencia del desarrollo de su actividad económica y de los cuales normalmente no dispone el adherente”* (Posada Torres, 2015, p. 144) y el ejercicio del derecho de retracto como una medida *a posteriori* que será estudiado en líneas siguientes.

Entonces, sumado a que el predisponente conoce, como es lógico, de primera mano los servicios que ofrece, esta información no está al alcance del adherente quien solo se entera de las características del producto ofrecido por lo que el comercializador le informa o por la información que está disponible en el mercado, que no necesariamente es la más detallada. Además, y partiendo de ese conocimiento que tiene el predisponente de su propio producto, impone unilateralmente las condiciones bajo las cuales se regirá el cumplimiento de las prestaciones del negocio jurídico.

En adición a lo anterior, en la práctica, los sistemas de tiempo compartido son comercializados a través de medios no tradicionales de venta, en los que el consumidor es abordado e invitado a conocer el producto sin que por propia voluntad haya decidido acercarse a un establecimiento de comercio a adquirirlo. El numeral 15 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 define la venta hecha a través de medios no tradicionales así:

“15. Ventas con utilización de métodos no tradicionales: Son 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 o es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento.”

En Colombia, los promotores y comercializadores de sistemas de tiempo compartido disponen de cierta fuerza de ventas que se encarga de atraer potenciales compradores por fuera del establecimiento y quienes son llevados a un espacio en el que les ofrecido formalmente el producto.

Esta dinámica de las ventas hechas por medios no tradicionales pone en cierta desventaja al consumidor, lo cual ha sido observado por la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio que en la Sentencia 2591 del 5 de marzo de 2019 con Radicado No. 18-337853; en la Sentencia 2638 del 6 de marzo de 2019 dentro del proceso con Radicado No. 18-311699 y en la Sentencia 2993 del 13 de marzo de 2019 en el proceso con Radicado No. 18-276691 sostuvo lo siguiente:

“Sea lo primero señalar que, atendiendo a lo dispuesto en los numerales 15 y 16 del artículo 5 y los artículos 45, 46, 47 y 48 de la Ley 1480 de 2011, las operaciones mercantiles pactadas mediante sistemas de financiación y las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, fueron objeto de especial supervisión y, por ende, cuentan con pautas claras y expresas para su ejecución, pues precisamente siendo operaciones atípicas en las que prima el escaso contacto del consumidor con el producto o servicio que va a adquirir y la forma en que se realiza el abordaje del cliente para obtener su consentimiento fue que el legislador consideró necesario reglamentar este tipo de negocios. De este modo, la normativa busca proteger los derechos de los consumidores y garantizar que en efecto puedan adquirir y recibir bienes y servicios en condiciones de calidad e idoneidad, que además se compadezcan con las características ofrecidas y las condiciones pactadas al momento de realizar la compra.”

Como puede observarse, en este punto, cobra especial relevancia el deber de información en cabeza de la parte más fuerte del contrato ya que la brecha de conocimiento entre esta y el usuario puede de alguna forma disminuirse si el consumidor tiene toda la información precisa, completa y suficiente para toma una decisión de consumo razonada como pasa a explicarse.

B. Deber de información a cargo de promotores y comercializadores de sistemas de tiempo compartido.

En la actualidad, es aceptado que existe una asimetría entre las partes involucradas en una relación de consumo y los consumidores son considerados como la parte débil, por las limitaciones a las que pueden enfrentarse para tener un conocimiento pleno de los productos y servicios que les son ofrecidos en el mercado. En el otro extremo, están los productores y distribuidores quienes ostentan la posición más favorable dentro de la relación pues son quienes desarrollan, conocen y publicitan los bienes y servicios que ofrecen y por ende, son quienes más los conocen. En virtud de lo anterior, los productores y proveedores lógicamente tienen información más completa sobre las características de lo que ellos mismos ofrecen. (Morgestein Sánchez, 2015, p. 2). Así pues, el instrumento que se ha establecido para procurar un equilibrio en las relaciones de consumo es el concepto de información y el deber subyacente en cabeza del productor o proveedor de informar al consumidor sobre el producto que le es ofrecido, que él si conoce y debe dar a conocer al usuario, ya que un consumidor bien informado tiene las herramientas suficientes para tomar una decisión que satisfaga sus intereses (Namén Baquero, 2009, p. 1).

El Estatuto del Consumidor en su artículo 23 establece como principio rector el deber de información en cabeza de proveedores y productores en los siguientes términos:

“Artículo 23. Información mínima y responsabilidad. Los proveedores y productores deberán suministrar a los consumidores información, clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea sobre los productos que ofrezcan y, sin perjuicio de lo señalado para los productos defectuosos, serán responsables de todo daño que sea consecuencia de la inadecuada o insuficiente información. En todos los casos la información mínima debe estar en castellano.”

Este principio que consagra la norma tiene su fundamento en la buena fe y se concreta en la obligación a en cabeza del productor o proveedor de expresarse claramente, no incurrir en imprecisiones u ocultamiento intencional de la información, información que de haber sido conocida por el consumidor llevaría a no celebrar el contrato o a celebrarlo en condiciones diferentes (Morgestein Sánchez, 2015, p. 10).

Por su parte, la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio ha proferido diversas sentencias en las que se ocupa de tratar el deber de información y el correspondiente derecho a recibir información del que son titulares los consumidores. Como muestra de ello está la Sentencia 3227 del 18 de marzo de 2019 dentro del proceso con Radicado No. 18-300498, en cuya motivación está expresado lo siguiente:

“Ahora bien, resulta pertinente mencionar que asistiéndole a los compradores el derecho de recibir información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa es idónea respecto de los bienes y servicios que se le ofrecen y habiéndose consagrado la responsabilidad en cabeza de los productores y proveedores por el incumplimiento de tales obligaciones conforme se dispone en los artículos 23 y siguientes del Estatuto de Protección al Consumidor, no se pretende otra cosa más que garantizar que los consumidores cuenten con los elementos de juicio suficientes que les permitan elegir entre la variedad de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado y así adoptar decisiones de consumo razonadas.”

En esta misma providencia, la Delegatura reconoce que como consecuencia de la experiencia en el mercado que tienen productores y expendedores y de sus conocimientos en el proceso de producción y comercialización, lo común es que tengan mayor y mejor información sobre los productos que venden, en contraposición con el consumidor, quien a pesar de ser quien mejor conoce cuáles son sus intereses, no siempre cuenta con toda la información para poder tomar una decisión que más le convenga.

Por su parte, la doctrina ha definido la información como:

“(…) un elemento de conocimiento suministrado obligatoriamente por una de las partes contratantes (deudor de la obligación de información) a la otra parte (acreedor de la obligación de información), teniendo como objeto principal la adecuada formación del consentimiento contractual de este último; en lo referente a los aspectos tanto jurídicos como materiales del negocio” (Namén Baquero, 2009, p. 3)

Una vez aclarado el deber de información que le es atribuido a productores y proveedores en general, es necesario enmarcarlo dentro de la comercialización de los sistemas de tiempo compartido. Con el objetivo de entender de manera más sencilla el deber de información que deben atender los promotores y comercializadores de sistemas de tiempo compartido, se estudiarán por separado las diferentes etapas del vínculo contractual y los deberes concretos que se ubican en cada uno de esos momentos.

1. Etapa precontractual

Antes de que un negocio jurídico se perfeccione, existe una etapa precontractual en la que a las partes les es exigible un comportamiento honesto en virtud del principio de buena fe (Borda, 2014, pp.10-12). Este deber de actuar de buena fe en la etapa precontractual ha sido consagrado en el artículo 863 del Código de Comercio el cual indica que *“Las partes deberán proceder de buena fe exenta de culpa en el periodo precontractual, so pena de indemnizar los perjuicios que se causen”*. Este principio, ha sido objeto de pronunciamientos por la Sala de Casación Civil de Corte Suprema de Justicia que en la Sentencia de 21 de marzo de 1998 con ponencia del Magistrado Rafael Romero Sierra que advirtió lo siguiente:

“(…) el legislador ha recurrido a una cláusula general, con el fin de ofrecer al intérprete un criterio elástico de evaluación, (...) descargando en cada uno de los futuros contratantes el deber de comportarse de buena fe, como una fórmula comprensiva de varios deberes (seriedad, probidad y diligencia) que pueden integrar el criterio fundamental de la rectitud en el tráfico jurídico, a pesar de que todavía no estén ligados por el vínculo contractual al que a la postre quieren llegar.”

Dentro de ese actuar correcto que las partes están obligadas a atender y como un deber directamente ligado a este, está el deber de brindar información a la otra parte. Para un sector de la doctrina, en lo que tiene que ver especialmente con los sistemas de tiempo compartido y el comportamiento de los promotores y comercializadores en la etapa precontractual:

“(…) Debe exigirse a los promotores y vendedores la información pormenorizada de las condiciones de venta, a fin de evitar que la publicidad engañosa no sorprenda la buena fe

del adquiriente. La oferta, los anuncios y los prospectos publicitarios deben tener carácter vinculante” (Puerta de Chacón, 2003, p.159)

Así las cosas, la primera disposición que introdujo el deber de informar en los sistemas de tiempo compartido fue el Decreto 1076 de 1997 que a lo largo del cuerpo normativo impuso obligaciones concretas de informar a los comercializadores y promotores del tiempo compartido. Esta norma fue compilada y ampliada en el Decreto 1074 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, así que será a este Decreto al que nos referiremos en este punto. Así pues, en el artículo 2.2.4.4.6.1. de dicha norma, se impone al comercializador la obligación de brindar toda la información relacionada con las condiciones del negocio que potencialmente podría celebrar con un usuario, las formalidades; régimen legal y las formas como dicho usuario puede transferir el derecho que adquiere.

De igual forma, en el artículo 2.2.4.4.8.3 y los siguientes se establece un deber de obligatorio cumplimiento para los prospectadores de tiempo compartido el cual es portar una credencial que los identifique y señale su vinculación a una o más firmas comercializadoras de tiempo compartido, esta credencial. Ello con el propósito de que los consumidores conozcan desde el momento en que un promotor o comercializador de este producto turístico se acerca, aquellos tengan conocimiento del tipo de negocio que les será ofrecido y tengan la certeza de que el comercializador está autorizado para realizar dichos ofrecimientos.

2. Etapa contractual

Para la doctrina, en la etapa contractual propiamente dicha, se deben contemplar las exigencias relativas a la redacción y contenido de contratos que vincularán a usuario y comercializador de sistema de tiempo compartido (Puerta de Chacón, 2003, p.159). En concordancia con la doctrina, el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, también impuso un mínimo de información que debe estar contenida en el documento que las partes firmarán como prueba del convenio vinculante que han celebrado, ello además como fue señalado anteriormente, con el propósito de equilibrar la relación desigual que existe entre comercializador y consumidor por tratarse de un contrato de adhesión y en los casos que corresponda, por haberse hecho la venta usando métodos no tradicionales. Este contenido mínimo que exige la disposición está consagrado en el artículo 2.2.4.4.2.6., del cual pueden destacarse los siguientes puntos:

- i) La identificación y descripción de la unidad inmobiliaria objeto del contrato con expresa mención del periodo o temporada, según se trate de la modalidad de tiempo fijo o tiempo flotante, así como del número de personas que pueden ocupar simultáneamente el alojamiento;
- ii) La referencia a la escritura pública o del contrato de fiducia mercantil;

- iii) El valor total que debe pagar el adquiriente incluyendo el precio inicial y cualquier otra cantidad adicional que deba pagar, así como la obligación de pagar anualmente las cuotas ordinarias y extraordinarias que se causen conforme lo contemple el reglamento interno para mantenimiento, operación y administración;
- iv) La identificación del establecimiento de tiempo compartido turístico, con indicación del lugar de ubicación, sus fases de desarrollo y fecha estimada de terminación de construcción, si ello aplica;
- v) La descripción de la modalidad y duración del programa, así como la mención particular si dependiendo la modalidad implica la adquisición de un derecho real o no; la indicación expresa de cargas y gravámenes.

Toda esta información debe quedar consignada en el documento que contenga el negocio jurídico para efectos de que el usuario tenga la mayor certeza de los derechos, obligaciones y en especial del objeto del contrato y del precio que pagará por su disfrute. Por otro lado, el artículo 30 de la Ley 1480 de 2011 claramente prohíbe la publicidad engañosa y advierte que:

“El anunciante será responsable de los perjuicios que cause la publicidad engañosa. El medio de comunicación será responsable solidariamente solo si se comprueba dolo o culpa grave. En los casos en que el anunciante no cumpla con las condiciones objetivas anunciadas en la publicidad, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que haya lugar, deberá responder frente al consumidor por los daños y perjuicios causados. “

3. Etapa poscontractual

En esta etapa el promotor o comercializador de los sistemas de tiempo compartido debe actuar bajo los principios de buena fe y acatar el deber de información en la ejecución del negocio jurídico para garantizar el disfrute pleno del servicio ofrecido por parte del usuario. Lo cierto, es que además de ese deber de información también tiene un deber de permitir el ejercicio de los derechos de los que es titular el usuario dentro de los que naturalmente se incluye el uso del espacio, así como la facultad de terminar unilateralmente el contrato bajo ciertas condiciones, esto es, ejercer su derecho de retracto.

Para Puerta de Chacón (2003), el legislador debe contemplar un marco protector que comprenda la etapa poscontractual dentro de ese ámbito de salvaguardia de los derechos de los consumidores y que conceda a los adquirientes un periodo prudente de reflexión para poder desistir del contrato celebrado (p.159). Necesariamente ligado al deber de información, que en este caso tendrá efectos en la etapa posterior a la firma, el Decreto Único Reglamentario dispone que el comercializador de tiempo compartido deberá informar al comprador del programa que tiene 30 días para terminar unilateralmente el contrato, que solo se retendrá el 5% de la cuota inicial y el resto del dinero le será reintegrado. El ejercicio del derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido será ampliado a continuación.

C. El ejercicio de derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido

El régimen general del ejercicio del derecho de retracto está contemplado en el artículo 47 del Capítulo V de la Ley 1480 de 2011 que se ocupa de las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia 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.

(...)

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.”

Esta prerrogativa en cabeza de los consumidores, para efectos de las ventas hechas a través de medios no tradicionales, tiene un fundamento y este obedece a “cierta presunción de que el consumidor fue sometido a una persuasión sin la cual no hubiera procedido a celebrar el contrato” (Bernal-Fandiño, 2012, p. 53). Así mismo, reconoce Bernal – Fandiño (2012), que esta forma especial en la que es captada la atención del consumidor, lo toma por sorpresa y en virtud de ese factor inesperado, se tiene como consecuencia un “déficit de reflexión y conciencia comercial” (p. 53). Sobre la sorpresa, la doctrina internacional también se ha ocupado y ha sostenido que las ofertas que son realizadas por fuera del establecimiento de comercio, están fundadas esencialmente en el efecto sorpresa, que indiscutiblemente pone al consumidor en una situación de desventaja que limita el ejercicio comparativo que puede hacer de las diferentes opciones del mercado, restringiendo de esta forma la posibilidad de elegir ya que además lo somete a cierta presión (Lovece y Ghersi, 2000, p. 89).

Desde las primeras formas de reglamentación de los sistemas de tiempo compartido en Colombia, el ordenamiento jurídico consagró un régimen especial en cuanto al ejercicio del derecho de retracto por parte de los consumidores.

Esta facultad de la que gozan los usuarios de tiempo compartido ha sido objeto de regulación por el gobierno, quien ha expedido variedad de decretos en esa materia, y por el legislador, que con la expedición de la Ley 1480 de 2011 introdujo un marco general, que ya fue citado, al que debían armonizarse las disposiciones ya existentes para ese momento. A continuación, realizaremos un recuento de las normas que han regulado el derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido en orden cronológico.

1. El Decreto 1076 de 1997: Nacimiento del derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido

El artículo 98 de la Ley 300 de 1996 asigna al Gobierno Nacional la tarea de reglamentar lo relativo a las modalidades de tiempo compartido, requisitos de los contratos, otros aspectos relevantes y en especial, las medidas de protección a los adquirentes de los sistemas de tiempo compartido.

En cumplimiento del deber que la rama legislativa encargó al Gobierno, el Decreto 1076 de 1997 contempló disposiciones especiales en materia de protección al consumidor desde el artículo 27 y siguientes. Particularmente, el artículo 28 de la norma citada hace referencia por primera vez al derecho de retracto a favor de los adquirentes de los sistemas de tiempo compartido así:

“Artículo 28. Derecho de retracto. El contrato o la promesa de contrato por el cual se comercialicen programas de tiempo compartido turístico podrán darse por terminados unilateralmente por el titular siempre que no hubiera disfrutado del servicio contratado, dentro de los cinco días comunes siguientes a la fecha de la firma del mismo.”

Entonces, el derecho de retracto brinda la oportunidad a los adquirentes de los sistemas de tiempo compartido de dar por terminado el contrato de manera unilateral, con solo expresar su voluntad, siempre que no hubieren hecho uso de los servicios. Para Puerta de Chacón (2003) el vendedor del sistema de tiempo compartido debe conceder al comprador un periodo prudente de reflexión, con el fin de que este último pueda decidir si abandona el negocio que celebró. (p.159)

A pesar de la facultad que tienen los usuarios de retractarse del contrato celebrado, en esta primera aproximación del Gobierno, el vendedor tenía derecho a descontar de la suma que debería devolver al comprador ciertos valores, cuando ejerza el derecho de retracto en el artículo 29 y consagró diversas reglas así:

- i. Cuando el promotor o comercializador hubieren recibido como cuota inicial del pago un monto superior al 30% del valor total del programa, no podrá retener por conceptos efectuados por razón de la venta más del 20% pagado.
- ii. Cuando el promotor o comercializador hubieren recibido como cuota inicial una suma entre el 15% y el 30% del precio total del programa, no podrán retener más del 15% del valor pagado.
- iii. Cuando el promotor o comercializador hubieren recibido como cuota inicial una suma entre el 1% y el 15%, el valor que podrá retener la parte vendedora no podrá ser superior al 10% efectivamente recibido.

A diferencia de lo que hoy en día establece el Estatuto del Consumidor sobre la devolución completa del total del valor pagado si el retracto se ejerce dentro de los siguientes 5 días hábiles a la celebración del contrato, la primera norma que reguló el retracto para los contratos por medio de los cuales se adquiría un sistema de tiempo compartido contemplaba la facultad de retener cierto porcentaje del dinero pagado dependiendo del valor que se haya pagado por aquel. Estas reglas de descuento contenidas en los artículos 28 y 29 del Decreto 1076 de 1997 fueron derogadas por el Decreto 774 de 2010 que estudiaremos más adelante.

2. Decreto 1912 de 2001: obligación a cargo de promotores y comercializadores de entregar a los usuarios un documento adicional al contrato en el que conste el derecho de retracto

Con posterioridad a lo reglamentado en el Decreto 1076 de 1997, el Gobierno Nacional expidió una nueva norma en lo referente a la protección a los usuarios de los sistemas de tiempo compartido, que solo contempló una obligación a cargo del comercializador en los siguientes términos:

“Artículo 1º. Para efectos del deber establecido en el numeral 3 del artículo 23 del Decreto 1076 de 1997, el comercializador de tiempo compartido turístico deberá elaborar un formato en original y copia en el que conste de manera clara y expresa el derecho de retracto. El comercializador entregará al comprador el original y este deberá suscribir ambas copias, en señal de que comprende el derecho que le asiste. Lo anterior, sin perjuicio de lo preceptuado en el literal g) del artículo 11 del Decreto 1076 de 1997.”

Como puede apreciarse de la lectura de esta norma, surgió el deber en cabeza del comercializador de entregar al adquirente del programa de tiempo compartido un documento adicional al contrato mismo, en el que deberá constar que el comprador podrá ejercer el derecho de retracto en los términos que consagra la ley. No obstante, es importante destacar que conforme lo previó el Decreto 1076 de 1997, en las estipulaciones mínimas del contrato debe estar el derecho de retracto que los adquirentes pueden ejercer, es decir, si bien existe un documento adicional en el que debe estar consagrado el derecho de retracto, ello no significa que se excluya de las cláusulas contenidas

en el contrato, por el contrario, tanto el contrato como el documento adicional deben contemplar esta prerrogativa a favor del usuario. Este Decreto fue derogado por el Decreto 774 de 2010 que contempló la misma obligación a cargo de promotor y comercializador pero adicionó otras disposiciones.

3. *Decreto 774 de 2010: modificación al término en el que puede ejercerse el derecho de retracto.*

Algunos años después del Decreto 1912 de 2001, el Gobierno Nacional, modificó las disposiciones que hasta el momento existían en lo pertinente al derecho de retracto. Por medio de esta norma, se extendió el periodo en el cual podría ejercerse ese derecho y se fijó en un porcentaje único el descuento que estaría facultado para hacer el promotor o comercializador y otras disposiciones así:

***“Artículo 1. Derecho de Retracto:** El contrato o la promesa de contrato por el cual se comercialicen 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.*

***Artículo 2. Descuento cuando se ejerza el derecho de retracto:** Cuando el comprador ejerza el derecho de retracto dentro del término establecido en el artículo anterior, el promotor o el comercializador podrán descontar, por concepto de gastos efectuados por razón de la venta, un porcentaje que no supere el 5% del valor recibido como cuota inicial del contrato de tiempo compartido.*

***Artículo 3°. Plazo para la devolución.** En un término no mayor a un mes, contado a partir de la fecha en que el titular así lo informe por escrito al promotor o comercializador, se deberán devolver las sumas que hubieren recibido como parte de pago al comprador que ejerza en tiempo su derecho de retracto, en desarrollo del contrato o de la promesa de compraventa de tiempo compartido, previo el descuento autorizado en el artículo anterior.”*

***Artículo 4°. Información obligatoria sobre el derecho de retracto.** Para efectos del deber establecido en el numeral 3 del artículo 23 del Decreto 1076 de 1997, el comercializador de tiempo compartido turístico deberá elaborar un formato separado del contrato principal y de cualquier otro documento relacionado con la venta, en original y copia en el que conste de manera clara, expresa y exclusiva el derecho de retracto, en idénticos términos a los establecidos en el artículo 1° y el plazo máximo para la devolución señalado en el artículo 3° de este decreto. El comercializador entregará al comprador el original y este deberá suscribir ambas copias, en señal de que comprende el derecho que le asiste. Lo anterior, sin perjuicio de lo preceptuado en el literal g) del artículo 11 del Decreto 1076 de 1997.*

La norma impone un deber al promotor o comercializador del sistema de tiempo compartido, en virtud del cual, una vez el usuario informe por escrito su voluntad de retractarse del contrato, la parte vendedora reembolsar el dinero pagado, luego de haber hecho el descuento que le permite la ley. Esta devolución deberá hacerse en un término no mayor a un mes contado desde la fecha en que el usuario haya hecho saber su voluntad. Finalmente, advierte que la elaboración de un formato separado del contrato principal en el que conste de manera clara, expresa y exclusiva el derecho de retracto es una obligación a cargo del promotor o comercializador. Este último punto, consideramos que es con el fin de que el comprador tenga un conocimiento más claro e independiente del contrato mismo sobre el derecho que tiene de retractarse del negocio ya celebrado.

Este Decreto de alguna forma simplificó y favoreció los intereses de los consumidores, quienes ahora, sin importar el porcentaje de la cuota inicial del programa de tiempo compartido que hayan pagado, tendrán el derecho a que máximo se les retenga un 5% de lo pagado y no una proporción mayor como lo preveían las normas anteriores.

4. Decreto 1074 de 2015: compilación de todas las normas en materia de turismo y en especial del régimen normativo de los sistemas de tiempo compartido

En materia de protección al consumidor, este decreto compilatorio consagra en una misma norma todo lo referente al régimen de los sistemas de tiempo compartido y reitera lo descrito en el Decreto 774 de 2010 sobre el ejercicio del derecho de retracto, por lo que nos remitiremos a lo ya expuesto en líneas anteriores.

5. ¿Conflicto de normas entre la Ley 1480 de 2011 el Decreto 1074 de 2015 en el ejercicio del derecho de retracto?

Ahora bien, como fue descrito en líneas anteriores, paralelamente al régimen especial que regula los sistemas de tiempo compartido, existe el régimen general que se ocupa de las relaciones entre productores, proveedores y consumidores de cualquier producto o servicio. En este punto es importante hacer un breve análisis de la situación de aparente discrepancia entre lo contenido en la Ley 1480 de 2011 y el Decreto 1074 de 2015 en lo relativo al término para ejercer el derecho de retracto y las consecuencias que ello trae a proveedores y consumidores.

Así las cosas, a manera de recapitulación y como fue señalado al comenzar esta parte del trabajo, el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011 advierte que: *“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. En este caso, el proveedor deberá reembolsar la totalidad del dinero pagado”*.

Posteriormente, el Decreto 1074 de 2015 previó que, los contratos por medio de los cuales se adquieren los sistemas de tiempo compartido: *“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”*, en este evento, contrario a lo señalado por el Estatuto del Consumidor, el promotor o comercializador no podrá descontar más del 5% del valor de la cuota inicial pagada.

Tenemos entonces, dos normas que regulan la misma situación, una de forma general y la otra en una operación específica, pero que prevén términos diferentes para el ejercicio del derecho de retracto. Si nos remitiéramos al artículo 3 de la Ley 153 de 1887 la respuesta parecería sencilla:

“Artículo 3. Estimase insubsistente una disposición legal por declaración expresa del legislador, ó por incompatibilidad con disposiciones especiales posteriores, ó por existir una ley nueva que regula íntegramente la materia a que la anterior disposición se refería.”

En este caso, en lo que corresponde al ejercicio del derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido, es claro que existe una disposición especial posterior, el Decreto 1074 de 2015, que regula de forma particular el periodo de reflexión que tienen los consumidores para terminar unilateralmente el contrato por medio del cual adquirieron los derechos y obligación que hemos mencionado a lo largo del trabajo y en consecuencia, en lo que sea relativo exclusivamente a los sistemas de tiempo compartido, en principio no tendría aplicación el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011. No obstante lo anterior, consideramos que en la práctica, resulta más acertado adoptar una posición intermedia y, a nuestro juicio, más conservadora frente a la sobre protección al consumidor que se puede percibir del sistema en general, esta posición es aplicar de forma armónica ambas normas.

Teniendo en cuenta que a) la Ley 1480 de 2011 dispone que los consumidores podrán ejercer su derecho de retracto dentro de los 5 días hábiles siguientes contados a partir de la celebración del contrato, término dentro del cual el proveedor deberá atender la solicitud y dentro de los 30 días calendario siguientes a dicha petición tendrá la obligación de devolver todo el dinero pagado por el consumidor sin ningún descuento o retención y b) que el Decreto 1074 de 2015 advierte que el usuario podrá terminar unilateralmente el contrato por medio del cual se comercializa el programa de tiempo compartido dentro de los 30 días calendario siguientes a la fecha de la firma del documento y el promotor o comercializador tendrá derecho a retener un porcentaje que no supere el 5% del valor recibido como cuota inicial, nuestra posición es que si un usuario que celebró un contrato en el que se hizo parte de un sistema de tiempo compartido, se retracta del negocio jurídico dentro de los 5 días hábiles siguientes, el promotor o comercializador deberá devolver todo el dinero pagado, dando aplicación a la Ley 1480 de 2011, pero si el usuario ejerce su derecho de retracto dentro del día 6 y el 30 calendarios siguientes contados a partir de la fecha de firma del contrato, sea descontado el 5% del precio pagado por la cuota inicial, dando aplicación al Decreto 1074 de 2015.

Esta perspectiva intermedia de aplicación de ambas normas, ya fue contemplada por la misma Superintendencia de Industria y Comercio quien propuso adicionar el numeral 2.19 en el Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio con ocasión de lo dispuesto en el Decreto 1074 de 2015 en los siguientes términos:

“2.19 Obligación de informar sobre el derecho de retracto

(...)

2.19.2.1 Obligación de Informar sobre el derecho de retracto

En todos los casos de que trata el objeto de la presente Circular, los promotores y comercializadores de tiempo compartido, así como los productores y proveedores que vendan bienes o servicios mediante sistemas de financiación directa o utilizando métodos no tradicionales o a distancia, deberán informar al consumidor, según sea el caso lo siguiente:

2.19.2.1.1. Promotores y comercializadores de tiempo compartido

- Que de conformidad con el Estatuto del Consumidor le asiste el derecho al retracto, por tratarse de una transacción de las previstas en el artículo 47 de la Ley 1480 de 2011.*
- Que el término máximo para ejercer el derecho de retracto es de treinta (30) días calendario, contados a partir de la celebración del contrato o promesa de contrato siempre que no haya disfrutado aún del servicio contratado.*
- Que en el evento de ejercer el derecho de retracto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la celebración del contrato o promesa de contrato se reintegrará el dinero que se hubiese pagado sin que haya lugar a ningún tipo de descuento o retención, en un término no mayor de treinta (30) días calendario, contados desde el momento en que se ejerza el derecho.*
- Que en el evento de ejercer el derecho de retracto con posterioridad a los primeros cinco (5) días hábiles siguientes a la celebración del contrato o promesa de contrato y en todo caso antes de treinta (30) días calendario, el promotor o comercializador podrá descontar por concepto de gastos efectuados por razón de la venta un porcentaje que no supere el cinco por ciento (5%) del valor recibido como cuota inicial del contrato de tiempo compartido turístico. En estos casos también se informará al consumidor que la devolución del dinero con el respectivo descuento procederá en un término no mayor de treinta (30) días calendario contados desde el momento en que se ejerza el derecho.”*

Esta propuesta de adición a la circular finalmente no quedó incluida dentro de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio pero lo cierto es que de alguna forma reveló la posición que tiene la entidad frente al ejercicio del derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido por lo que, como expusimos en líneas anteriores, adoptar una aplicación intermedia de ambas disposiciones puede ser lo más conservador en la práctica para promotores y comercializadores, quienes en el mercado lo han hecho.

VI. CONCLUSIONES

La introducción de la figura de los sistemas de tiempo compartido al mercado colombiano, necesariamente trajo como consecuencia que, tanto el legislador como el ejecutivo, por delegación expresa del Congreso, hayan provisto al sistema jurídico colombiano de normas que regulan este tipo tan particular de producto turístico y en especial, la protección a los usuarios, consideramos que en parte por la complejidad de figuras que pueden aparecer en la adquisición de estos productos.

Si bien la protección a los consumidores, de manera general, nunca ha sido ajena a los intereses del Estado, lo cierto es que en lo que atañe en especial a los usuarios, quienes dada la misma naturaleza y forma como se comercializan los sistemas de tiempo compartido, ya sea mediante contratos de adhesión y por medio de ventas empleando métodos no tradicionales, están en desventaja frente al promotor o comercializador.

Esta asimetría que existe entre promotor, comercializador y titulares o usuarios de los sistemas de tiempo compartido, trata de ser morigerada por medio de obligaciones concretas a cargo del promotor y comercializador relativas al deber de informar, en la etapa precontractual, a los consumidores sobre toda condición relevante que tenga la potencialidad de ser determinante para tomar una decisión de consumo por parte del consumidor. Por otro lado, en la etapa contractual, el documento que contenga derechos y obligaciones que asumen las partes en ese tipo de negocio deberá tener información mínima como la referencia a la escritura pública o del contrato de fiducia mercantil; el precio y los demás conceptos que deban pagarse con ocasión del negocio celebrado, la identificación del establecimiento de tiempo compartido y la descripción explícita sobre modalidad del programa y si implica la adquisición de un derecho real o no. Una de las cargas más importantes de información en la etapa poscontractual, que sin duda inicia en la etapa contractual, pero tiene efectos a posteriori, es la de manifestar al consumidor que tiene la facultad legal de retractarse del contrato celebrado.

Así las cosas, el derecho de retracto es uno de los mecanismos principales para proteger los derechos de los consumidores quienes se enfrentan a un contrato de adhesión que es celebrado usando métodos no tradicionales de venta, dos factores que confluyen y que objetivamente tienen la potencialidad de dejar al consumidor en una posición no tan favorable en comparación con el promotor o comercializador. Es importante recordar, que la forma como es atraído el interés el

usuario en las ventas usando métodos no tradicionales, necesariamente implica cierta sorpresa que para el consumidor quien ve disminuida su capacidad de reflexión negocial. Además, el mismo contrato por medio del cual se adquiere un sistema de tiempo compartido turístico es de adhesión, lo que significa que el consumidor no tendrá la posibilidad de negociar los derechos y obligaciones de los que se está haciendo titular, simplemente decide si acepta o no el clausulado que se pone a su disposición.

En virtud del encuentro de esos dos factores, el consumidor está en una posición desventajosa frente al promotor o comercializador y lo que la consagración normativa del ejercicio del derecho de retracto procura es equilibrar esa relación asimétrica. Este equilibrio se reestablece, al otorgarle un término al usuario para estudiar de forma más detenida y en calma, sin el factor sorpresa y analizando las condiciones a las que se adhirió, si el contrato celebrado satisface sus intereses realmente y de no serlo, o por la simple voluntad de darlo por terminado, retractarse de su celebración.

No es un secreto que esta modalidad de servicios turísticos es compleja y que un consumidor medio, aún con alguna formación académica, no tendría todas las herramientas para entender de forma completa y sin asomo de dudas todas las figuras jurídicas que hacen parte de la adquisición de sistemas de tiempo compartido. Encontramos que los mecanismos de protección de los derechos de los consumidores, como el deber de información a cargo del promotor o comercializador, en el entendido de brindar toda la información necesaria para que el potencial usuario tome una determinación razonada y la facultad de ejercer el derecho de retracto en este tipo de contratos, con un régimen y periodo especial, como lo son los 30 días siguientes a la celebración del contrato, resultan idóneos e imperiosos para salvaguardar los intereses de los consumidores.

A pesar de que, en efecto, tales mecanismos son necesarios para proteger a los usuarios de este tipo de sistemas, observamos que el ordenamiento jurídico en general tiene una clara tendencia hacia la sobreprotección de los consumidores. La Superintendencia de Industria y Comercio en general ha adoptado una posición visiblemente parcializada a proteger los derechos de los consumidores por lo que el mensaje que se ha enviado a la población es que sin importar si se tienen suficientes argumentos para considerar alguna vulneración a sus derechos como consumidores, cualquiera que lo desee puede acudir a presentar su demanda o queja y de esta forma saturar el sistema que actualmente está sobrecargado.

Si bien es cierto, el acceso a la justicia es un principio básico de cualquier Estado Social de Derecho y la Ley 1480 de 2011 otorga amplias facultades a la Superintendencia de Industria y Comercio para impartir justicia y sancionar administrativamente a proveedores y productores cuando vulneren las disposiciones contenidas en la norma y a los consumidores cuando obren de mala fe. Esas facultades sancionatorias son aplicadas diariamente a proveedores y productores y son publicadas en medios de amplia circulación, no obstante, en lo que corresponde a la temeridad y mala fe de los consumidores no conocemos alguna decisión que haya castigado ese comportamiento por parte de algún usuario o a lo sumo a condenarlo en costas dentro de una

decisión proferida por la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Finalmente, es claro que los consumidores entendidos como parte débil de una relación de consumo necesitan protección por parte del ordenamiento jurídico colombiano, sin embargo, como fue explicado a lo largo de este trabajo, siempre es necesario buscar el equilibrio y es este el que debe primar en las decisiones que el Estado tome en lo que pueda afectar a los usuarios y al ejercicio de la libertad de empresa de productores y proveedores.

Referencias

- Bernal Fandiño, M. (2012), Ventas a distancia y su tratamiento en el nuevo estatuto del consumidor, *Vniversitas* (124), 43-61. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n124/n124a03.pdf>
- Borda, A. (2014). La buena fe en la etapa precontractual. *Vniversitas* (129). 39-79. Doi: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.VJ129.lbfe>.
- Castañeda Rivas, M. L. (2007). Naturaleza jurídica del tiempo compartido. *Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM*, 417-440. Recuperado de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2722/26.pdf>
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-263 de 2011, Magistrado Ponente: Jorge Ignacio Pretelt Chaljub.
- Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-189 de 2016, Magistrado Ponente: Rodrigo Escobar Gil.
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. Sentencia del 21 de marzo de 1998, Magistrado Ponente: Rafael Romero Sierra.
- Decreto 410 de 1971 “*Por el cual se expide el Código de Comercio*”. Diario Oficial de Colombia No. 33.3339 de 27 de junio de 1971
- Decreto 1076 de 1997 “*Por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico*”. Diario Oficial de Colombia No. 43.023 de 17 de abril de 1997.
- Decreto 1912 de 2001 (Derogado por el Decreto 774 de 2010) “*Por el cual se precisa la obligación de informar sobre el derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido turístico*”. Diario Oficial de Colombia No. 44.558 de 21 de septiembre de 2001.
- Decreto 774 de 2010 “*Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico*”. Diario Oficial de Colombia No. 47.646 de 9 de marzo de 2010.
- Decreto 1074 de 2015 “*Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo*”. Diario Oficial de Colombia No. 49.523 de 26 de mayo de 2015.
- Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 2591 del 5 de marzo de 2019. Juez: Milena Katherine Gómez Triana.
- Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 2638 del 6 de marzo de 2019. Juez: Jenny Lorena Murillo Lozano.

- Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 2993 del 13 marzo de 2019. Juez: Lina Margarita Flórez Pernet.
- Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia No. 3227 del 18 de marzo de 2019. Juez: Diego Alejandro Delgado Salazar.
- Gherzi, C. A. (1994). *Contratos civiles y comerciales. (Parte general y especial)*. Buenos Aires: Astrea.
- Hamdan Amad, F. (1988). Análisis de la figura jurídica denominada tiempo compartido en las actividades turísticas. *Estudios jurídicos*, (2), 51.
- Larroumet, C. (1999) *Teoría general del contrato*. Bogotá, Colombia: Temis.
- Ley 57 de 1887 Código Civil. “*Sobre adopción de códigos y unificación de la legislación nacional*”. Abril 15 de 1887.
- Ley 153 de 1887. “*Por la cual se adiciona y reforma los códigos nacionales, la ley 61 de 1996 y la 57 de 1887*”. Agosto 15 de 1887.
- Ley 300 de 1996 “*Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*”. Diario Oficial de Colombia No. 42.845, de 30 de julio de 1996.
- Ley 1101 de 2006 “*Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*”. Diario Oficial de Colombia No. 46.461, de 23 de noviembre de 2006.
- Ley 1480 de 2011 “*Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*”. Diario Oficial de Colombia No. 48.220, de 12 de octubre de 2011.
- Ley 1558 de 2012 “*Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones*”. Diario Oficial de Colombia No. 48.487, de 10 de julio de 2012.
- Lovece, G, & Gherzi, C.A. (2000). *Contrato de tiempo compartido*. Buenos Aires: Editorial Universidad.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (21 de Abril de 2016). *En tema de seguridad, Colombia mejora imagen ante el mundo*. Recuperado el Agosto de 2018, de <http://mincit.gov.co/publicaciones/36366/en tema de seguridad colombia mejora imagen ante el mundo>
- Molinari Vílchez, W. (2002). *La naturaleza jurídica pluriforme de la multipropiedad*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/4361/1/T25710.pdf>

- Morgenstein Sánchez, W.I. (2015). El concepto de información en el Estatuto del Consumidor colombiano. Un estudio jurídico de la institución en la Ley 1480 de 2011. *Revista Estudios Sociojurídicos de la Universidad del Rosario*. 195-217. doi: [dx.doi.org/10.12804/esj17.01.2014.06](https://doi.org/10.12804/esj17.01.2014.06).
- Namén Baquero, J., Bonilla, J., Pabón Almanza, C., & Uribe Jiménez, I. (2009). La Obligación De Información En Las Diferentes Fases De La Relación De Consumo. *Revista E-Mercatoria*, 8(1). Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/2033>
- Ojesto Martínez, M.C. (1985). Algunas consideraciones acerca del contrato de tiempo compartido. *Revista de la Facultad de Derecho de México - UNAM*, 107.
- Posada Torres, C. (2015). Las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión en el derecho colombiano. *Revista de derecho Privado de la Universidad Externado de Colombia*. (29), 141-182. doi: <http://dx.doi.org/10.18601/01234366.n29.07>
- Proyecto de Circular – Adiciona el Numeral 2.19 en el Capítulo Segundo del Título II de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio (octubre 29 de 2015).
- Puerta de Chacón, A. (2003) *Tiempo Compartido. ¿Un producto turístico?* En Kemelmajer de Carlucci, A. & Benítez, D. (coords.), *Turismo, Derecho y Economía Regional*. (pp. 129-160). Buenos Aires: Rubinzal – Culzoni Editores.
- Revista Dinero. (7 de Julio de 2018). Turismo: la prometedor industria que no contamina. *Revista dinero*. Recuperado el Septiembre de 2018, de <https://www.dinero.com/pais/articulo/balance-del-sector-turismo-en-colombia-2018/260070>
- Revista Portafolio (2017), El negocio de tiempo compartido crece a un ritmo del 20% anual. *Revista Portafolio*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/turismo-de-tiempo-compartido-crece-en-colombia-508971>
- Valencia Zea, A. (1990) *Derecho Civil*. Bogotá, Colombia: Temis