

Bogotá, D. C. 8 de septiembre 2026

Doctor
MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ VÁZQUEZ
Secretario General
Cámara de Representantes
Ciudad

Respetado Secretario General:

En concordancia con el artículo 154 de la Constitución Política de Colombia y el artículo 140 de la Ley 5ª de 1992, en mi condición de Congresista de la República me permito presentar ante la Secretaría General de la Cámara de Representantes de la República el presente Proyecto de Ley **“Por medio de la cual se garantiza el derecho de los consumidores y usuarios a terminar en línea, de manera fácil y expedita, los contratos de suscripción y demás contratos de tracto sucesivo con pago recurrente, se complementa el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”**.

Cordialmente,

JORGE AUGUSTO PALACIO GARZÓN
Representante a la Cámara – Valle del Cauca
Pacto Histórico



DAVID ALEJANDRO TORO RAMIREZ

Representante a la Cámara por Antioquia
Pacto Histórico

DAVID PINILLA CALERO

Representante a la Cámara – Valle del Cauca
Partido Liberal

SANTIAGO OSORIO MARÍN

Representante a la Cámara por Caldas
Partido Alianza Verde

HERNANDO GONZÁLEZ

Representante a la Cámara por Valle del Cauca
Cambio Radical



PROYECTO DE LEY No. _____ DE 2026 CÁMARA

“Por medio de la cual se garantiza el derecho de los consumidores y usuarios a terminar en línea, de manera fácil y expedita, los contratos de suscripción y demás contratos de tracto sucesivo con pago recurrente, se complementa el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

CAPÍTULO I. Objeto, ámbito de aplicación y definiciones

ARTÍCULO 1.º OBJETO. La presente ley tiene por objeto fortalecer la protección de los consumidores y usuarios en el ejercicio de las facultades de terminación de las relaciones de consumo, mediante la eliminación de barreras contractuales, procedimentales y tecnológicas que obstaculicen injustificadamente su ejercicio.

Para tal efecto, se establecen mecanismos que garanticen procedimientos accesibles, sencillos, gratuitos, expeditos y eficaces para la terminación de las relaciones contractuales, y se previenen prácticas derivadas de condiciones predispuestas o del diseño de procedimientos e interfaces que dificulten injustificadamente la decisión del consumidor de poner fin a la relación contractual.

ARTÍCULO 2.º ÁMBITO DE APLICACIÓN. Esta ley se aplica a las relaciones de consumo derivadas de contratos de suscripción o de tracto sucesivo con pago recurrente celebrados con consumidores o usuarios, cualquiera que sea el medio empleado para su celebración, siempre que el proveedor cuente con página web, aplicación móvil u otra interfaz digital de atención o comercialización. Quedan comprendidos, entre otros:

1. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones, incluidos los de telefonía fija y móvil y los de acceso a internet fijo y móvil.
2. Los operadores del servicio de televisión por suscripción y los proveedores de servicios de comunicación audiovisual a petición.
3. Los proveedores de contenidos y aplicaciones.
4. Las plataformas digitales que ofrezcan, mediante suscripción, servicios de música, video, videojuegos, almacenamiento en la nube, programas informáticos como servicio, prensa, revistas y demás publicaciones digitales.
5. Los portales de contacto, en los términos del numeral 18 del artículo 5.º de la Ley 1480 de 2011, adicionado por el artículo 6.º de la Ley 2439 de 2024, respecto de las suscripciones que se contraten a través de ellos.



6. Los establecimientos y empresas que comercialicen membresías, afiliaciones o planes de acceso recurrente, tales como gimnasios, clubes, escuelas y servicios de formación.

7. Los proveedores de servicios de entrega periódica de bienes bajo suscripción.

PARÁGRAFO 1.º Se exceptúan de esta ley los servicios públicos domiciliarios regidos por la Ley 142 de 1994 y aquellos contratos cuya terminación esté sometida por norma legal a una solemnidad más exigente que el mensaje de datos.

PARÁGRAFO 2.º Tratándose de productos y servicios financieros, de seguros y del mercado de valores, las obligaciones previstas en esta ley se aplicarán en lo que resulte compatible con el régimen especial que los gobierna, y su vigilancia corresponderá a la Superintendencia Financiera de Colombia. Lo dispuesto en este parágrafo no altera las normas prudenciales ni el régimen de los seguros obligatorios.

PARÁGRAFO 3.º Esta ley se aplica igualmente a los proveedores domiciliados en el exterior que dirijan deliberadamente su oferta al mercado colombiano, por cualquier medio, cuando el consumidor se encuentre en el territorio nacional.

ARTÍCULO 3.º DEFINICIONES. Para los efectos de esta ley se entiende por:

1. Contrato de suscripción o de tracto sucesivo con pago recurrente: aquel en virtud del cual el proveedor se obliga a suministrar de manera continuada o periódica un bien, un contenido digital o un servicio, a cambio de pagos sucesivos, con independencia de la denominación que las partes le den y de que el precio se cause por adelantado.
2. Interfaz digital: la página web, la aplicación móvil, el asistente conversacional o cualquier otro entorno electrónico a través del cual el proveedor ofrece, celebra, ejecuta o administra el contrato.
3. Mecanismo de terminación en línea: el enlace, botón o función, permanentemente disponible en la interfaz digital, que permite al consumidor manifestar y perfeccionar su voluntad de terminar el contrato sin intervención de un agente del proveedor.
4. Renovación automática: la prórroga del contrato o del período de suscripción que opera sin una nueva manifestación expresa del consumidor.
5. Interfaz engañosa o patrón oscuro: el diseño, la estructura, la secuencia de pasos, la jerarquía visual o el lenguaje de una interfaz que, sin necesidad de un engaño explícito, distorsiona o dificulta la decisión libre del consumidor, en particular la de terminar el contrato.
6. Contrato de adhesión o sometido a condiciones predispuestas unilateralmente: Aquel en el cual las estipulaciones, condiciones o cláusulas que regulan la vinculación, ejecución, permanencia, renovación o terminación de la relación de consumo han sido elaboradas previamente por el productor o proveedor, sin que el consumidor haya tenido



una oportunidad real de negociar individualmente su contenido, limitándose a aceptarlas o rechazarlas en bloque.

CAPÍTULO II. El mecanismo de terminación en línea

ARTÍCULO 4.º PRINCIPIO DE EQUIVALENCIA DE MEDIOS Y DE CARGAS.

Cuando un contrato pueda celebrarse, renovarse, ampliarse o modificarse a través de una interfaz digital, su terminación deberá poder solicitarse y perfeccionarse por esa misma vía. El proveedor no podrá exigir para la terminación un número de pasos, un nivel de autenticación, una forma, unos documentos o unos tiempos de trámite superiores a los que exige para contratar. Toda duda sobre la equivalencia entre uno y otro trámite se resolverá a favor del consumidor.

ARTÍCULO 5.º MECANISMO DE TERMINACIÓN EN LÍNEA. Los sujetos obligados dispondrán, dentro de su interfaz digital, de un mecanismo de terminación en línea que cumpla las siguientes condiciones:

- a) Estará ubicado de forma visible y permanente en la página principal del sitio, en la pantalla inicial de la aplicación y en el área privada del usuario, de manera que pueda alcanzarse desde cualquiera de ellas mediante no más de dos acciones sucesivas.
- b) Se identificará con una expresión inequívoca y fácilmente legible, tal como “Terminar mi contrato aquí” o “Cancelar mi suscripción aquí”. No podrá rotularse con fórmulas que sugieran una simple intención, una consulta, una solicitud sujeta a aprobación o un trámite distinto de la terminación.
- c) Estará disponible las veinticuatro (24) horas del día, todos los días del año, y funcionará tanto en el sitio web como en las aplicaciones móviles del proveedor.
- d) Será gratuito y no podrá generar cobro, consumo de datos tarifado ni cargo alguno.
- e) Exigirá únicamente la autenticación ordinaria con la que el usuario accede a su cuenta. Cuando el contrato se hubiere celebrado sin registro de usuario, el proveedor habilitará un formulario que permita identificar el contrato con los datos que él mismo posee, sin requerir documentos autenticados, presentación personal ni la intervención de un abogado.
- f) Será accesible para las personas con discapacidad, conforme a la Ley 1618 de 2013 y a los estándares de accesibilidad web que adopte el Gobierno nacional.
- g) No podrá condicionarse a que el usuario se encuentre al día en sus pagos, sin perjuicio del derecho del proveedor a exigir las sumas efectivamente adeudadas por la prestación ya ejecutada.
- h) Deberá encontrarse operativo. La indisponibilidad del mecanismo por causas atribuibles al proveedor no suspende ni interrumpe los efectos de la solicitud presentada por cualquier otro medio.



ARTÍCULO 6.º PÁGINA DE CONFIRMACIÓN. El mecanismo conducirá directamente a una página de confirmación en la que el consumidor pueda perfeccionar la terminación. Esa página contendrá exclusivamente la identificación del contrato o de los servicios que se terminan, la opción de escoger entre la terminación inmediata y la terminación al vencimiento del período en curso, la fecha en que surtirá efectos, la indicación de las sumas pendientes de pago con su concepto y el botón de confirmación, rotulado de manera inequívoca. No podrá incluir ofertas comerciales, descuentos, encuestas, publicidad, advertencias disuasivas, pasos intermedios ni información distinta de la señalada en este artículo.

La información podrá incluir exclusivamente las consecuencias jurídicas y económicas objetivas, verificables y directamente derivadas de la terminación, siempre que no utilice lenguaje intimidatorio, engañoso o disuasivo.

ARTÍCULO 7.º CONSTANCIA Y EFECTOS DE LA SOLICITUD. Confirmada la terminación, el proveedor generará de inmediato una constancia con número único de radicación, fecha y hora, y la remitirá al consumidor en soporte duradero dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes. La terminación surtirá efectos en la fecha que el consumidor haya escogido entre las dos opciones previstas en el artículo 6.º y, a falta de indicación, de manera inmediata. Si el consumidor opta por terminar al vencimiento del período de facturación en curso, la terminación se producirá a más tardar en esa fecha. En ningún caso el proveedor podrá cobrar sumas por servicios no prestados con posterioridad a la fecha en que la terminación surta efectos.

PARÁGRAFO. En los servicios de comunicaciones, la solicitud presentada a través del mecanismo de terminación en línea no podrá someterse a plazos de antelación superiores a un (1) día hábil anterior a la fecha de corte de facturación. Las normas regulatorias que se expidan sobre la materia no podrán establecer plazos, requisitos o cargas más gravosos que los previstos en esta ley.

ARTÍCULO 8.º PROHIBICIONES. En el trámite de terminación, el proveedor no podrá:

- a) Exigir al consumidor que justifique o motive su decisión, ni supeditar el trámite a que responda encuestas o cuestionarios.
- b) Remitirlo a una línea telefónica, a una oficina física, a un correo electrónico, a un formulario impreso o a cualquier otro canal como condición para terminar el contrato.
- c) Requerir claves adicionales, códigos enviados por canales distintos de los usados para contratar, documentos autenticados, declaraciones extrajuicio o pruebas de identidad más exigentes que las empleadas para la celebración.
- d) Condicionar la terminación a la devolución previa de equipos o elementos de su propiedad, sin perjuicio de la obligación del consumidor de restituirlos y del derecho del proveedor a recogerlos, trámite que no podrá generar cobro alguno.



- e) Introducir tiempos de espera, pantallas de carga, filas virtuales o cualquier otro artificio que dilate la solicitud.
- f) Emplear interfaces engañosas o patrones oscuros, en los términos del numeral 5 del artículo 3.º de esta ley.
- g) Cobrar penalidades, sanciones o indemnizaciones por el ejercicio del derecho a terminar, salvo las sumas legalmente pactadas por cláusulas de permanencia mínima que estuvieren vigentes, liquidadas de manera proporcional al tiempo faltante.
- h) Suspender, degradar o alterar la calidad del servicio mientras la solicitud se encuentra en trámite.
- i) Ocultar, fragmentar o dificultar artificialmente la identificación del mecanismo mediante cambios injustificados en su ubicación, denominación o ruta de acceso.
- j) No podrán utilizar expresiones que induzcan al consumidor a creer que la terminación implica una sanción distinta de las consecuencias legales o contractuales expresamente aplicables.

ARTÍCULO 9.º OFERTAS DE RETENCIÓN. El proveedor podrá presentar al consumidor una oferta dirigida a conservar la relación contractual, por una sola vez y siempre que se cumplan simultáneamente las siguientes condiciones: que el sistema haya registrado previamente la solicitud de terminación; que la oferta no impida, condicione ni retrase la terminación; y que el consumidor pueda rechazarla mediante una sola acción visible y de jerarquía visual equivalente a la de aceptación. En ningún caso la oferta podrá presentarse en la página de confirmación de que trata el artículo 6.º de esta ley.

ARTÍCULO 10. AVISO PREVIO A LA RENOVACIÓN AUTOMÁTICA. Cuando el contrato prevea renovación automática, el proveedor informará al consumidor, con una antelación no inferior a cinco (5) días hábiles ni superior a diez (10) días hábiles respecto de la fecha de renovación, y por el mismo medio que emplea habitualmente para comunicarse con él, la fecha de la renovación, el valor que será cobrado, la periodicidad del cobro y el enlace directo al mecanismo de terminación en línea. La omisión de este aviso hace inoponible la renovación al consumidor y da lugar a la devolución de las sumas cobradas por el nuevo período.

El aviso deberá ser individualizado, visible y diferenciado de las comunicaciones promocionales o publicitarias.

PARÁGRAFO. Todo incremento tarifario deberá informarse en los mismos términos y otorgará al consumidor el derecho a terminar el contrato sin penalidad alguna, dentro del mes siguiente a la comunicación.



CAPÍTULO III. Efectos económicos, régimen probatorio y sanciones

ARTÍCULO 11. CESACIÓN DE COBROS Y DEVOLUCIÓN DE SUMAS. A partir de la fecha en que la terminación surta efectos cesará todo cobro por el servicio terminado. Las sumas que se cobren con posterioridad constituyen pago de lo no debido y deberán devolverse dentro de los quince (15) días calendario siguientes a la reclamación del consumidor, por el medio de pago que este prefiera, sin perjuicio de la reversión del pago prevista en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011 y de las acciones que le asistan.

ARTÍCULO 12. RÉGIMEN PROBATORIO Y CONSERVACIÓN DE REGISTROS. Corresponde al proveedor probar la existencia, disponibilidad y correcto funcionamiento del mecanismo de terminación en línea, así como la fecha y la hora de las solicitudes recibidas y de las constancias remitidas. Para tal efecto conservará los registros correspondientes por un término de dos (2) años contados desde la terminación del contrato y los pondrá a disposición del consumidor y de las autoridades cuando le sean requeridos. A falta de registro, se tendrá por cierta la fecha que afirme el consumidor.

PARÁGRAFO. Vencidas las veinticuatro (24) horas de que trata el artículo 7º sin que el proveedor haya remitido la constancia, el consumidor podrá acreditar la solicitud por cualquier medio. Si transcurren tres (3) días hábiles desde la solicitud sin que la constancia se remita, aquella se entenderá aceptada y el contrato terminado desde la fecha en que fue presentada.

ARTÍCULO 13. INEFICACIA DE PLENO DERECHO. Son ineficaces de pleno derecho, en los términos del artículo 43 de la Ley 1480 de 2011, las cláusulas y las condiciones generales que impidan o restrinjan la terminación en línea del contrato, que impongan requisitos adicionales a los previstos en esta ley, que trasladen al consumidor la carga de probar la solicitud o que presuman su consentimiento para la renovación cuando no se le hubiere dado el aviso previo de que trata el artículo 10.

ARTÍCULO 14. TERMINACIÓN SIN PREAVISO POR INEXISTENCIA O MAL FUNCIONAMIENTO DEL MECANISMO. Cuando el proveedor no disponga del mecanismo de terminación en línea, este no cumpla las condiciones del artículo 5.º o no se encuentre operativo, el consumidor podrá terminar el contrato en cualquier tiempo, por cualquier medio y sin preaviso, sin que haya lugar al cobro de penalidades ni de las sumas asociadas a cláusulas de permanencia mínima. Para acreditar la situación bastará cualquier medio de prueba, incluidas las capturas de pantalla.

ARTÍCULO 15. VIGILANCIA Y CONTROL. La Superintendencia de Industria y Comercio vigilará el cumplimiento de esta ley e impondrá las sanciones previstas en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011, sin perjuicio de las competencias de la Superintendencia Financiera de Colombia en el caso previsto en el parágrafo 2.º del artículo 2.º. La Superintendencia de Industria y Comercio publicará anualmente un informe sobre el cumplimiento de las obligaciones aquí establecidas, discriminado por sector y por proveedor.



CAPÍTULO IV. Disposiciones finales

ARTÍCULO 16. ADECUACIÓN REGULATORIA Y REGLAMENTACIÓN. Dentro de los seis (6) meses siguientes a la publicación de esta ley, la Comisión de Regulación de Comunicaciones ajustará el Régimen de Protección de los Derechos de los Usuarios de Servicios de Comunicaciones a lo aquí dispuesto. El Gobierno nacional, a través de los ministerios de Comercio, Industria y Turismo y de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, reglamentará dentro de los doce (12) meses siguientes los estándares técnicos, de visibilidad y de accesibilidad del mecanismo de terminación en línea. En caso de concurrencia de normas prevalecerá la más favorable al consumidor o usuario.

ARTÍCULO 17. TRANSICIÓN Y VIGENCIA. Los sujetos obligados dispondrán de seis (6) meses contados desde la publicación de esta ley para implementar el mecanismo de terminación en línea. Las micro y pequeñas empresas, en los términos de la Ley 590 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004, y de las normas que las modifiquen o reglamenten, contarán con doce (12) meses. La presente ley rige a partir de su publicación, con sujeción a los plazos de transición aquí previstos, y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Del honorable Congresista,

JORGE AUGUSTO PALACIO GARZÓN
Representante a la Cámara – Valle del Cauca
Pacto Histórico



DAVID ALEJANDRO TORO RAMIREZ
Representante a la Cámara por Antioquia
Pacto Histórico

DAVID PINILLA CALERO
Representante a la Cámara – Valle del Cauca
Partido Liberal

SANTIAGO OSORIO MARÍN
Representante a la Cámara por Caldas
Partido Alianza Verde

HERNANDO GONZÁLEZ
Representante a la Cámara por Valle del Cauca
Cambio Radical



☎ 318 902 6418
☎ (601) 8770720 (EXT. 3481 - 3244)
✉ jorge.palacio@camara.gov.co

📍 Calle 10. No. 7 - 51
Bogotá D.C
🏢 Mezanine Ala Norte



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Contratar hoy un plan de datos, una plataforma de video o una membresía toma dos minutos y un par clics en la pantalla. Sin embargo, cancelar cualquiera de esos contratos puede tomar semanas entre llamadas a líneas de atención que pasan al usuario de un asesor a otro, visitas a oficinas físicas, formularios que nadie responde. Muchos consumidores terminan por rendirse y seguir pagando. La distancia entre lo fácil que resulta entrar y lo difícil que resulta salir no obedece a limitaciones técnicas, sino a que la permanencia forzada produce ingresos.

El presente proyecto parte de una regla sencilla, lo que se contrató con un clic debe poder terminarse con un clic. Con ese propósito obliga a los proveedores de telefonía, internet, televisión por suscripción, plataformas digitales y demás servicios de tracto sucesivo con pago recurrente a mantener en su sitio web y en sus aplicaciones un enlace visible, permanente y claramente rotulado, que le permita al usuario terminar el contrato sin intermediarios y sin explicar sus razones. Fija además un procedimiento breve, con constancia inmediata y efectos ciertos, restringe las prácticas de diseño que dilatan la salida y prevé consecuencias jurídicas para quien incumpla.

Conviene aclarar que no se está creando un derecho nuevo. La facultad de desvincularse de un contrato de duración indefinida es anterior a esta iniciativa y la regulación sectorial la reconoce de manera expresa. Lo que ha faltado es el instrumento que la haga efectiva, porque un derecho cuyo ejercicio supone recorrer un laberinto administrativo termina siendo apenas nominal.

Explicación del articulado

El proyecto se organiza en cuatro capítulos y diecisiete artículos.

El capítulo I delimita el objeto, el ámbito de aplicación y las definiciones. El criterio de cobertura no atiende al sector económico sino a la estructura del contrato: la ley se aplica a toda relación de consumo de tracto sucesivo con pago recurrente en la que el proveedor cuente con una interfaz digital. La enumeración del artículo 2.º es ilustrativa y no taxativa, para que la norma no envejezca al ritmo de los modelos de negocio. Se exceptúan los servicios públicos domiciliarios regidos por la Ley 142 de 1994, que tienen régimen propio de terminación, y se prevé una regla de armonización para los productos financieros y de seguros, cuya vigilancia permanece en cabeza de la Superintendencia Financiera de Colombia. Un tercer párrafo extiende la ley a los proveedores del exterior que dirijan deliberadamente su oferta al mercado colombiano; sin esa previsión la protección sería fácilmente eludible.

El capítulo II contiene el núcleo de la propuesta. El artículo 4.º enuncia el principio de equivalencia: la terminación no puede exigir más pasos, más autenticación, más documentos ni más tiempo que la contratación. El artículo 5.º traduce ese principio en requisitos verificables sobre la ubicación del enlace, su rótulo, su disponibilidad permanente, su



gratuidad, el nivel de autenticación exigible y su accesibilidad. El artículo 6.º regula la página de confirmación y le impone una regla de contenido cerrado, que es la manera más eficaz de impedir que ese último paso se convierta en un embudo de retención. El artículo 7.º fija la constancia con número de radicación y los efectos temporales de la solicitud, e incluye un párrafo que impide someter la terminación en línea a plazos de antelación superiores a un día hábil antes del corte de facturación en los servicios de comunicaciones. El artículo 8.º enumera las prohibiciones y el 9.º admite la oferta de retención, aunque sometida a condiciones que garantizan que sea una opción y no un requisito de paso. El artículo 10 exige el aviso previo a la renovación automática, con enlace directo al mecanismo, y sanciona su omisión con la inoponibilidad de la renovación.

El capítulo III se ocupa de las consecuencias. El artículo 11 ordena la cesación de cobros y la devolución de lo indebidamente cobrado dentro de quince días calendario, en concordancia con el plazo que la Ley 2439 de 2024 fijó para el retracto. El artículo 12 traslada al proveedor la carga de probar la existencia y el funcionamiento del mecanismo, le impone conservar los registros por dos años y establece un efecto de silencio positivo si no remite la constancia dentro de los tres días hábiles siguientes. El artículo 13 declara la ineficacia de pleno derecho de las cláusulas que contraríen estas reglas, remitiendo al artículo 43 de la Ley 1480 de 2011. El artículo 14 recoge la solución alemana y reconoce al consumidor el derecho a terminar sin preaviso y sin penalidad cuando el mecanismo no exista o no funcione. El artículo 15 asigna la vigilancia y ordena a la Superintendencia de Industria y Comercio publicar un informe anual de cumplimiento, discriminado por sector y por proveedor.

El capítulo IV cierra con la adecuación regulatoria a cargo de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la reglamentación técnica del Gobierno nacional, una regla de favorabilidad para los casos de concurrencia normativa y un régimen de transición de seis meses, ampliado a doce para las micro y pequeñas empresas.

El problema que se quiere corregir

La contratación por medios digitales se diseñó para ser fluida, en ese sentido, en el proceso de compra se elimina cada paso innecesario, se autocompleta cada campo y se despeja cada duda antes de que el usuario alcance a formularla. Esa misma ingeniería, aplicada en sentido contrario, sirve para retener: se multiplican las pantallas, se oculta el enlace, se exige una llamada, se interpone una oferta de descuento y se pide confirmar la decisión varias veces. La literatura especializada denomina patrones oscuros a este tipo de diseños. Su eficacia no depende de engañar al consumidor de manera abierta, sino de aprovechar su inercia, su rechazo a los trámites y la atención limitada que puede dedicarle a cada uno de los contratos que sostiene.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones construyó el régimen de protección de usuarios vigente sobre estudios que involucraron a expertos en psicología del consumidor y en economía del comportamiento, precisamente porque advirtió que la calidad formal de las



normas no bastaba si el entorno de decisión seguía siendo adverso para el usuario.¹ Aunque se ha diagnosticado sobre el problema, aún las consecuencias no son claras y generan complicaciones a los usuarios.

Dentro de los datos que identificó la Superintendencia de Industria y Comercio está las barreras para la terminación de suscripciones y la opacidad en su trámite interno por parte de las empresas prestadoras del servicio. El problema desbordó hace tiempo al sector de las comunicaciones ya que a la telefonía y a internet se sumaron las suscripciones de video, música, videojuegos, almacenamiento en la nube, prensa digital, aplicaciones de productividad, cajas de entrega periódica y membresías deportivas, cuyo peso en el gasto de los hogares colombianos no ha sido medido oficialmente, pero que se ha vuelto perceptible en el extracto mensual de cualquier usuario. Muchos de esos contratos se renuevan solos, se cargan de manera automática a una tarjeta y se cancelan, cuando se logra, en una interfaz distinta de aquella en la que se contrataron. El resultado es un cobro que sobrevive al interés del consumidor en el servicio.

Existe, por último, una dimensión que trasciende la protección individual. Los costos de salida operan como costos de cambio y, en esa medida, reducen la presión competitiva: cuando desvincularse resulta difícil, el proveedor deja de competir por conservar al usuario y se limita a retenerlo por fricción. Facilitar la salida, lejos de perjudicar al mercado, lo obliga a competir por precio y calidad.

El marco jurídico vigente y el vacío que persiste

1. El Estatuto del Consumidor

La Ley 1480 de 2011 ofrece un marco general sólido, en donde se reconoce el derecho a recibir información completa y oportuna, somete los contratos de adhesión a exigencias de claridad, sanciona con ineficacia de pleno derecho las cláusulas abusivas de que trata su artículo 43 y regula el derecho de retracto en el artículo 47. Su capítulo VI, sobre comercio electrónico, impone además deberes de información y la obligación de disponer canales de atención.

Ese marco fue actualizado por la Ley 2439 de 2024,² que modificó los literales b), g) y h) del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 y exigió a los proveedores disponer, en el mismo medio en que realizan comercio electrónico, de canales de fácil acceso que garanticen la orientación

¹ Comisión de Regulación de Comunicaciones, Resolución 5111 de 2017 (Diario Oficial No. 50.157 del 24 de febrero de 2017), por la cual se establece el Régimen de Protección de los Derechos de los Usuarios de Servicios de Comunicaciones, se modifica el Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones», considerandos. Allí la Comisión deja constancia de que el proyecto regulatorio se apoyó en “expertos en psicología del consumidor y economía del comportamiento” y en encuestas sobre percepción de calidad, facturación y medios de atención. Texto consultado en la compilación normativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

² Ley 2439 de 2024 (Diario Oficial No. 52.975 del 19 de diciembre de 2024), “por medio de la cual se modifica la Ley 1480 de 2011 y se crean medidas de protección en favor del consumidor de comercio electrónico”.



al consumidor y la trazabilidad de sus reclamaciones, con número de registro o radicado, fecha, hora y mecanismo de seguimiento.³ La reforma también acortó a quince (15) días calendario el plazo para devolver el dinero en ejercicio del derecho de retracto y ordenó que la suma se aplique sobre el instrumento o medio de pago correspondiente, o por el medio que acuerden las partes, debiendo el proveedor informar previamente al consumidor las opciones de que dispone.⁴

Con todo, esas normas atienden un problema distinto del que aquí se plantea. El retracto opera en una ventana breve posterior a la celebración del contrato y está pensado para la compra a distancia; el canal de atención del literal g) sirve para radicar peticiones, quejas y reclamos. Ninguna de las dos figuras equivale a una función específica, permanente y rotulada que le permita al consumidor terminar por sí mismo, en cualquier momento de la vida del contrato, una relación de tracto sucesivo que ya viene ejecutándose. Retractarse y terminar son operaciones jurídicas distintas, y un formulario de contacto no cumple la función de un botón de cancelación.

2. El régimen sectorial de comunicaciones

En el sector de las comunicaciones la protección es más compleja, como se ve en el Régimen de Protección de los Derechos de los Usuarios de Servicios de Comunicaciones, contenido en el Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016 en la redacción que le dio la Resolución CRC 5111 de 2017,⁵ en donde se reconoce al usuario el derecho a terminar el contrato en cualquier momento y a través de cualquiera de los medios de atención, y ordena que la solicitud se presente al menos tres (3) días hábiles antes del corte de facturación, sin que el operador pueda oponerse, pedirle que justifique su decisión ni exigirle documentos o requisitos adicionales.⁶ El régimen prohíbe además remitir al usuario a un medio de atención distinto de aquel por el que se dirigió al operador, y regula la página web como canal para la presentación de peticiones, quejas, reclamos o recursos.⁷ Para los proveedores de contenidos y aplicaciones existe una regla de cancelación por palabras clave, correo electrónico, línea gratuita o página web.⁸

Ese régimen fue bien construido para el momento en que se expidió, que fue febrero de 2017, con entrada en vigencia el 1.º de enero de 2018. Desde entonces la relación con los operadores migró de manera masiva a las aplicaciones móviles, aparecieron modelos de negocio que

³ Ley 1480 de 2011, artículo 50, literal g), en la redacción dada por el artículo 4.º de la Ley 2439 de 2024.

⁴ Ley 1480 de 2011, artículo 47, inciso final, modificado por el artículo 3.º de la Ley 2439 de 2024.

⁵ Resolución CRC 5111 de 2017, ya citada, que modificó el Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016.

⁶ Resolución CRC 5050 de 2016, artículos 2.1.2.1.4 y 2.1.8.3, en la redacción dada por la Resolución CRC 5111 de 2017.

⁷ Resolución CRC 5050 de 2016, artículo 2.1.25.4. El artículo 2.1.25.1.1 prohíbe, además, remitir al usuario a un medio de atención distinto de aquel por el que presentó su solicitud.

⁸ Resolución CRC 5050 de 2016, artículos 2.1.19.2, literal e), 2.1.19.7 y 2.1.19.8, aplicables a los proveedores de contenidos y aplicaciones que prestan servicios por suscripción a través de mensajería y códigos cortos.



entonces no existían o eran marginales y cambió el propio andamiaje institucional: la Autoridad Nacional de Televisión, a la que el régimen remite en varios artículos, fue suprimida por la Ley 1978 de 2019.⁹

3. *Hacia la terminación en línea*

De lo expuesto se sigue que el ordenamiento colombiano no cuenta con una norma de rango legal que imponga, de manera transversal, un mecanismo de terminación en línea con características definidas. El vacío se manifiesta en cinco frentes.

1. La garantía más próxima a la que aquí se propone está contenida en una resolución de una comisión de regulación, esto es, en una norma que la propia autoridad puede modificar en cualquier momento y sin deliberación parlamentaria. Un contenido con esta incidencia sobre el patrimonio de los hogares debería tener respaldo legal, que es además el que permite fijar consecuencias civiles y sancionatorias uniformes.
2. La regulación sectorial cubre telefonía, internet y televisión cerrada, y deja por fuera las plataformas de contenidos por suscripción, el software como servicio, la prensa digital, los gimnasios y los servicios de entrega periódica, que hoy representan una porción creciente del gasto recurrente.
3. Que el usuario pueda terminar el contrato a través de cualquiera de los medios de atención no equivale a exigir un enlace identificable, permanente y rotulado de manera inequívoca para hacerlo. En la práctica, el canal web suele resolverse con un formulario genérico de peticiones que traslada al usuario la carga de redactar la solicitud y de esperar una respuesta.
4. Ninguna norma vigente regula el flujo de cancelación: no fija un número máximo de pasos, no exige una página de confirmación despejada, no limita las ofertas de retención ni prohíbe los patrones oscuros. Es justamente allí, en el diseño, donde hoy se decide si el derecho puede o no ejercerse.
5. Exigir que la solicitud se presente tres días hábiles antes del corte de facturación introduce una fricción cuyo efecto práctico consiste en desplazar la terminación a un período completo adicional. A ello se agrega que el usuario rara vez conserva evidencia de haber intentado cancelar, mientras que el proveedor es quien controla los registros del sistema.

Fundamento constitucional

El artículo 78 de la Constitución encomienda a la ley la regulación del control de calidad de los bienes y servicios ofrecidos a la comunidad y de la información que debe suministrarse al público, y sujeta a responsabilidad a quienes en la producción y comercialización atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento de consumidores y usuarios.

⁹ Ley 1978 del 25 de julio de 2019, que suprimió y ordenó la liquidación de la Autoridad Nacional de Televisión y redistribuyó sus funciones entre el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Agencia Nacional del Espectro y la Superintendencia de Industria y Comercio.



La Corte Constitucional, desde la sentencia C-1141 de 2000, ha explicado que el fundamento de este régimen es la necesidad de compensar la posición de inferioridad en la que el consumidor, disperso y con información limitada, enfrenta a las fuerzas de la producción y la comercialización.¹⁰

En esta iniciativa no se propone reconocer un derecho que la Constitución ya lo hace, sino dotarlo de una técnica de realización. La asimetría que la Corte identificó en el año 2000 entre productor y consumidor se ha desplazado, en el entorno digital, hacia el control del diseño: quien administra la interfaz determina en buena medida las decisiones que el usuario alcanza a tomar dentro de ella. Una legislación de consumo que desatienda esa dimensión protege el texto del contrato y deja intacta la práctica.

La medida interviene, desde luego, en la libertad económica y en la iniciativa privada que reconoce el artículo 333 de la Constitución. Lo hace dentro de los límites que esa misma disposición traza, pues la libre empresa se ejerce dentro de los límites del bien común y la ley puede delimitar su alcance cuando lo exijan el interés social y el ambiente. La intervención resiste, además, un examen de proporcionalidad ya que persigue un fin constitucionalmente valioso, que es la efectividad del derecho del consumidor; es idónea, porque remueve de manera directa el obstáculo que impide ejercerlo; y es necesaria, pues la alternativa menos lesiva, consistente en imponer deberes de información y reconocer el derecho sin regular el canal para ejercerlo, ya se ensayó y no produjo el resultado esperado, según lo muestran las cifras de quejas del regulador y del supervisor. En sentido estricto también resulta proporcionada, porque la carga que impone es un desarrollo tecnológico de bajo costo y ejecución única, sujeto a un período de transición y a un plazo ampliado para las micro y pequeñas empresas, mientras que el beneficio se extiende a millones de relaciones de consumo. Conviene precisar, en todo caso, lo que el proyecto no hace: no fija precios, no prohíbe la renovación automática, no elimina las cláusulas de permanencia mínima legalmente pactadas ni impide al proveedor cobrar lo que se le adeuda por servicios efectivamente prestados.

Existe, por último, una dimensión de igualdad material, ya que el modelo lo terminan padeciendo en mayor intensidad las personas mayores, quienes tienen menor familiaridad con el entorno digital, quienes viven lejos de una oficina de atención y las personas con discapacidad, para quienes una interfaz mal diseñada puede resultar sencillamente impracticable. Por esa razón el artículo 5.º del proyecto vincula el mecanismo a las obligaciones de accesibilidad de la Ley 1618 de 2013.

Derecho comparado

La solución que aquí se propone no es experimental ya que varios ordenamientos comparables la adoptaron en los últimos años y lo hicieron. Ese modelo comparado es la

¹⁰ Corte Constitucional, sentencia C-1141 del 30 de agosto de 2000, M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz.



inspiración de este Proyecto para traer una normatividad moderna en protección del consumidor e impulso de la competencia en Colombia.

Alemania fue la primera en positivizarla. El Código Civil alemán obliga al empresario a poner a disposición del consumidor un botón de cancelación rotulado con la fórmula “Verträge hier kündigen” o con una expresión equivalente, que debe ser fácilmente legible, estar permanentemente disponible y ser directa y fácilmente accesible, y que conduce a una página de confirmación desde la cual se envía la declaración de terminación. El incumplimiento tiene una consecuencia civil severa ya que el consumidor puede terminar el contrato en cualquier momento y sin sujeción a plazo de preaviso¹¹, una fórmula que se explora en este proyecto para garantizar la operabilidad de la disposición.

La Unión Europea con la Directiva (UE) 2023/2673 introdujo en la Directiva 2011/83/UE un artículo 11 bis que impone, para los contratos a distancia celebrados mediante una interfaz en línea, una función de desistimiento etiquetada de manera fácilmente legible.

México en su Ley Federal de Protección al Consumidor estableció dos acciones:

1. La primera obliga al proveedor a informar de forma clara, destacada y accesible si el servicio implica cobros automáticos recurrentes, con su monto, periodicidad y fecha de cobro, y a notificar la renovación automática con al menos cinco días naturales de anticipación, permitiendo cancelar sin penalización.
2. La segunda impone implementar mecanismos que permitan al consumidor cancelar el servicio, suscripción o membresía de manera inmediata.¹²

La Comisión Federal de Comercio en Estados Unidos ha avanzado desde 2024 en construir una regla conocida como “click to cancel”, que tendría como objetivo definir requisitos estrictos de divulgación, consentimiento y cancelación para los planes de renovación automática. Este es un tema que aún está en trámite, pero puede ser traído dentro de este proyecto como un antecedente comparado relevante sobre la importancia de avanzar en una regulación en este tema.

Efectos sobre la libre competencia

Al reducir los costos de cambio, la iniciativa favorece la movilidad de los usuarios entre proveedores y, con ello, la presión competitiva sobre precio y calidad. No impone barreras de entrada, no discrimina entre agentes y no altera la estructura de los mercados afectados. Esto significa un impulso natural a la competencia, en donde lo que importa es la calidad y

¹¹ Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), incorporado por la Gesetz für faire Verbraucherverträge del 10 de agosto de 2021 y vigente desde el 1.º de julio de 2022. Texto consultado en el repositorio oficial [gesetze-im-internet.de](https://www.gesetze-im-internet.de).

¹² Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación de México el 12 de diciembre de 2025, por el cual se adicionan las fracciones VIII y IX al artículo 76 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en materia de cancelación de suscripciones y membresías con cobro recurrente.



beneficio de los servicios y no trabas procedimentales al usuario en su capacidad de libre elección.

Impacto fiscal

En cumplimiento del artículo 7.º de la Ley 819 de 2003 se deja constancia de que esta iniciativa no ordena gasto público, no crea rentas de destinación específica, no otorga beneficios tributarios ni dispone la creación de empleos o de estructuras administrativas nuevas. Las obligaciones que establece recaen sobre particulares y consisten, en lo esencial, en un desarrollo tecnológico de ejecución única sobre plataformas que los sujetos obligados ya operan. Las funciones que se atribuyen a la Superintendencia de Industria y Comercio y a la Comisión de Regulación de Comunicaciones se enmarcan en las competencias que ambas entidades ya ejercen en materia de protección de usuarios y consumidores, y se atenderán con cargo a sus presupuestos vigentes.

Conflicto de intereses

En cumplimiento del artículo 291 de la Ley 5.ª de 1992, modificado por la Ley 2003 de 2019, se señala lo siguiente: las disposiciones de este proyecto son generales, abstractas e impersonales y sus efectos favorecen a la generalidad de los consumidores y usuarios del país, de modo que en principio no configuran un beneficio particular, actual y directo en los términos del artículo 286 de la misma ley. Podría plantearse, sin embargo, un eventual conflicto respecto de los congresistas que tengan participación relevante en empresas sujetas a las obligaciones aquí previstas, o cuyos parientes dentro de los grados señalados en la ley la tengan. Esta descripción no releva a cada congresista de examinar su situación particular, pues la valoración definitiva le corresponde según sus consideraciones personales.

Del honorable Congresista,

JORGE AUGUSTO PALACIO GARZÓN
Representante a la Cámara – Valle del Cauca
Pacto Histórico



DAVID ALEJANDRO TORO RAMIREZ

Representante a la Cámara por Antioquia
Pacto Histórico

DAVID PINILLA CALERO

Representante a la Cámara – Valle del Cauca
Partido Liberal

SANTIAGO OSORIO MARÍN

Representante a la Cámara por Caldas
Partido Alianza Verde

HERNANDO GONZÁLEZ

Representante a la Cámara por Valle del Cauca
Cambio Radical

