



UNA APROXIMACIÓN SOCIOJURÍDICA A LA VULNERACIÓN DE LOS  
DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES A PARTIR DE LAS PRÁCTICAS  
DE ALGUNAS AGENCIAS DE VIAJE EN CENTROS COMERCIALES DEL  
VALLE DE ABURRÁ, DESDE EL AÑO 2023 AL 2024

SUSANA GARCÍA ORTIZ

Monografía de Grado

Asesor, docente

Felipe Villa García

UNIVERSIDAD EAFIT

Escuela de Derecho

Pregrado de Derecho

Medellín

2025

## Tabla de contenido

Resumen.....	3
Introducción .....	3
Capítulo 1: Fundamentos teóricos y marco normativo .....	7
1.1 La eficacia del derecho.....	7
1.2 Barreras de acceso a la justicia.....	10
1.3 Regulación jurídica de protección en el derecho del consumidor.....	20
Capítulo 2: Análisis sobre la participación de los actores en la vulneración de los derechos .....	25
2.1 Identificación y caracterización de los actores clave involucrados .....	25
2.2 Estudio de las prácticas extranegociales y negociales de los actores, que pueden inducir o facilitar la vulneración de los consumidores .....	29
Capítulo 3: La acción popular como mecanismo preventivo .....	35
Referencias bibliográficas .....	39

## **Resumen**

Se propone una aproximación sociojurídica sobre la vulneración de los derechos de los consumidores por parte de ciertas agencias de viaje ubicadas en los centros comerciales del Valle de Aburrá, entre los años 2023 y 2024. Se evidencia que algunas de estas entidades recurren a prácticas comerciales engañosas y abusivas, afectando principalmente a personas en situación de vulnerabilidad, con escasa formación académica e insuficientes recursos económicos. La investigación busca exponer la brecha entre el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y su incumplimiento en la realidad, lo que pone en evidencia una ineficacia instrumental del derecho. A través de este análisis se sugiere el uso de una herramienta jurídica más eficaz, como la acción popular, para asegurar una verdadera protección en el derecho del consumo. Además, el estudio tiene como objetivo generar conciencia en la comunidad, visibilizando el problema para prevenir que más personas hagan parte de estas prácticas abusivas.

**Palabras Claves:** consumidor, agencias de viaje, vulneración a los derechos del consumidor, eficacia instrumental, barreras de acceso a la justicia.

## **Introducción**

Actualmente, en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, Antioquia, Colombia, algunas agencias de viaje ubicadas en los centros comerciales de este sector, promocionan sorteos o premios aparentemente atractivos para vincularse a ellas. Este modo operativo tiene el propósito de manipularlos y engañarlos, vulnerando sus derechos como consumidores para sacar un provecho significativo de la situación, y en varias ocasiones afecta especialmente a personas de escasos recursos económicos o sin una aparente formación académica.

En principio, algunas agencias de viaje, por medio de sus asesores comerciales, abordan a las personas que circulan en el centro comercial para ofrecerles hacer parte de una actividad que brindará algún obsequio. Al obtener tal beneficio, los ciudadanos se ven obligados, en caso de requerir el premio, a desplazarse hacia las instalaciones donde la entidad opera. Una vez ingresan en el local comercial, se les ofrecen los múltiples planes y paquetes que estas

comercializan. El primer escenario enfrentado es que los usuarios, con una percepción equivocada de la realidad, creyendo que es para reclamar el obsequio, firman documentos de contenido jurídico sin información previa, completa y clara. Sin embargo, después se percatan de que han sido vinculados, por medio de contratos de adhesión, con estas entidades y se ven obligados, por tales documentos, a pagar cantidades de dinero con las que no cuentan.

En el segundo escenario, las personas tienen pleno conocimiento de que accedieron a adquirir algún paquete o plan ofrecido; no obstante, no tienen comprensión de las condiciones pactadas en el contrato. Asimismo, en ambos escenarios, puede suceder que las agencias propongan a sus clientes, realizar la apertura de una cuenta de crédito en una entidad bancaria con el fin de facilitar el proceso del pago.

Este fenómeno afecta gravemente a personas que carecen de recursos económicos y de estudios básicos porque no logran comprender las condiciones y consecuencias jurídicas de las relaciones contractuales que se establecen con estas agencias. La falta de conocimiento sobre sus derechos y sobre los términos de los contratos, así como la falta de asesoría jurídica adecuada, contribuyen a que estos consumidores se vean atrapados en un ciclo de engaños que deteriora su bienestar económico y su salud mental.

Por lo anterior, la pregunta a resolver de este trabajo de investigación es: ¿Cómo las agencias de viaje vulneran los derechos de los consumidores a partir de la brecha entre el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y su ineficacia en la práctica? Por consiguiente, el objetivo general es analizar empíricamente esta situación, con base en informes obtenidos de diferentes entidades y testimonios de los afectados. Además, los objetivos específicos son: i) Exponer los fundamentos teóricos y prácticos de la eficacia del derecho, y las barreras del acceso a la justicia. ii) Exponer la regulación jurídica del derecho de consumo. iii) Caracterizar los actores que contribuyen causalmente a la producción de la vulneración del consentimiento de los consumidores que contratan paquetes turísticos con agencias de viajes en centros comerciales. iv) Analizar la manera en que las prácticas y estrategias prenegociales y negociales de dichos actores contribuyen a la mencionada trasgresión. Por último, v) Identificar la eficacia de una acción popular para enfrentar tal situación.

La importancia de este tema en el derecho colombiano radica en la posibilidad de abordar cuestiones clave sobre las garantías establecidas en el Estatuto del Consumidor, cuya finalidad es proteger a los consumidores frente a prácticas desleales o abusivas, desde la eficacia del derecho. A través de esta investigación se busca demostrar cómo, aunque el derecho está claramente estipulado en el ordenamiento jurídico, en la práctica no se cumple de manera efectiva, dejando en evidencia una clara desconexión entre la norma escrita y su cumplimiento real. Las actuaciones de las agencias de viaje contravienen lo establecido por la norma, lo que lleva a una situación de ineficacia instrumental donde la ley existe y regula, pero no se implementa de forma efectiva.

Desde la perspectiva social, este estudio ofrece una evidencia clara y generalizada de las prácticas abusivas normalizadas por ciertas agencias de viaje, lo que puede generar conciencia en los consumidores de la importancia de conocer sus derechos y de cómo pueden protegerlos, y en el público en general, para prevenir la producción del mismo daño. En cuanto a la Escuela de Derecho de EAFIT, esta investigación permite analizar la normativa desde el punto de vista de su incumplimiento, estudiando cómo la ley, pensada para proteger al consumidor, falla en su implementación en la práctica.

Particularmente, en el contexto del consultorio jurídico y la Clínica de Protección al Consumidor de EAFIT, este trabajo puede ser un punto de partida para formular y presentar una acción popular, utilizando datos empíricos y testimonios de personas afectadas, para argumentar, sustentar y dar visibilidad a un problema recurrente y latente en el ámbito del derecho de consumo. Además, al poner en evidencia este problema, contribuye a que los organismos jurídicos y las entidades que participan causalmente para la producción del daño, deseen tomar medidas correctivas para evitar la propagación de la violación de los derechos de los consumidores.

Es importante precisar que, con el propósito de fortalecer y respaldar el estudio a realizar, tanto documental como estadísticamente, envié los derechos de petición que reposan en el anexo titulado “Derechos de Petición”, tanto a la Fiscalía General de la Nación como a diversos centros comerciales del Área Metropolitana. No obstante, la carpeta “Respuestas”

incluida dentro del anexo mencionado, da cuenta de que la Fiscalía y algunos centros comerciales no dieron respuesta dentro del plazo de 10 días hábiles establecido legalmente para ello, mientras que otros se negaron a proporcionar la información, argumentando la prohibición de divulgar datos personales de terceros sin la debida autorización o fundamento legal.

Por último, la metodología diseñada para el desarrollo del escrito es mediante el estudio de caso, analizando el marco normativo y los fundamentos teóricos de un problema concreto, en un determinado periodo de tiempo. El estudio tiene un carácter dogmático con componentes sociojurídicos y el análisis de contenido se desarrolla con un enfoque tipo mixto, combinando datos cuantitativos y cualitativos, mediante la recolección de informes y entrevistas semiestructuradas para abordar de manera integral el problema, los cuales se presentan como anexos a este documento, disponibles en el siguiente enlace [ANEXOS](#).

## **Capítulo 1: Fundamentos teóricos y marco normativo**

### **1.1 La eficacia del derecho**

La eficacia del derecho se puede definir como el respeto, la aplicación y el cumplimiento del contenido de una norma en la sociedad, específicamente en la conducta de los individuos. De acuerdo con García Villegas (2014), “la incidencia social del derecho puede provenir de la capacidad impositiva o reguladora de los contenidos jurídicos o de la capacidad vinculadora de los símbolos que evoca cuando se publica” (p. 91). Las normas son instauradas como símbolos de convivencia para generar un rol de conducta a ser cumplido, siendo aceptadas y contribuyendo con acciones que permitan vivir en óptimas condiciones con los demás. También están diseñadas para imponer sanciones a quienes no las cumplen y producen un cierto desequilibrio social.

Según el autor, se puede distinguir entre dos terrenos cuando se trata de la eficacia del derecho. El primero de ellos es el terreno instrumental, el cual define las normas jurídicas como elementos prácticos destinados a la acción. Por lo que en este ámbito se logra, a través de los medios, una modificación en la realidad; la existencia de las normas consigue que sus receptores cambien su comportamiento con base en la validez formal que se halla en ellas. Es decir, cuando se habla propiamente de la eficacia instrumental es porque se “logra el cumplimiento de la conducta a través de la difusión de la idea de obligatoriedad o de castigo” (García Villegas, 2014, p. 99).

El segundo de ellos es el terreno simbólico, el cual, de acuerdo con García Villegas (2014, p. 92), define las normas jurídicas como símbolos dirigidos a la representación. Estas producen un efecto interno en los individuos que les permite diferenciar lo que está permitido y lo que es correcto, de lo que está prohibido y es incorrecto, en la realidad. De acuerdo con lo anterior, cuando se habla propiamente de la eficacia simbólica es porque esta “logra sus objetivos por medio de la difusión de una idea de legitimidad, de autoridad o de justicia” (García Villegas, 2014, p. 99).

Conforme a lo mencionado previamente, se advierte una ineficacia instrumental del derecho en el tratamiento de los casos objeto de esta investigación, pues las agencias de viaje conocen las normas vigentes que las regulan, la ilicitud de sus actuaciones y las consecuencias jurídicas que se desprenden de sus acciones, pero están al tanto de que difícilmente se podría generar una actuación adversa o negativa que pudiera afectarlas.

Considerado las diferentes barreras del acceso a la justicia que pueden concurrir, como se expone más adelante en el punto 1.2, y las prácticas que las agencias despliegan, la misma norma jurídica no es suficiente para lograr que sus conductas se ajusten a la ley y, por ende, no se logra el objetivo previsto de la norma. Por lo tanto, en armonía con García Villegas (2014, p. 92), no son preceptos orientados a la producción de una acción por parte de sus receptores, sino que se convierten en meras reglas formales orientadas a ser un simple instrumento de representación legal.

Así las cosas, conforme a García Villegas (2014, p. 94) citando a Liborio Hierro (2003), hay cuatro formas de eficacia de las normas jurídicas que, en el presente caso, difícilmente operan: i) como cumplimiento por parte de los subordinados, ii) como aplicación por parte de las autoridades del Estado, iii) como éxito en los objetivos y, por último, iv) como eficiencia.

La primera de ellas no se aplica en Colombia, puesto que las agencias de viaje continúan, bajo pleno conocimiento, generando situaciones ilegales pese a las consecuencias que se pudieran derivar de su incumplimiento, pues en el país, si bien hay una gran carga de contenido normativo, no se ejecuta. Esto se presenta porque frente a las agencias no siempre es iniciado un proceso en su contra, debido a la existencia de las barreras del acceso a la justicia que se abordarán más adelante en el punto 1.2. No obstante, en caso de iniciarse un proceso y encontrarse responsabilizadas, las mismas impiden la ejecución de las sentencias por medio de las prácticas prenegociales y negociales que estas despliegan, las cuales serán identificadas en el Capítulo 2, punto 2.2, y que llevan a pensar que, en el fondo, estas agencias comprenden que no están asumiendo un verdadero riesgo y, por ello, incumplen la norma.

Frente a la segunda forma de eficacia, que va muy relacionada con la primera, puede afirmarse que las autoridades del Estado aplican las normas sustanciales y procesales que

gobiernan las discusiones en materia de protección al consumidor; sin embargo, como se aborda más adelante en el punto 1.2.3, dichas normas, en sí mismas, especialmente las relativas a la ejecución de las sentencias condenatorias, producen una barrera de acceso a la justicia. Por ende, la impunidad de resultados que el Estado logra por medio de la inejecución de sus resoluciones conlleva a que las decisiones de las cortes colombianas solo queden plasmadas en los escritos que estas emiten.

Para la tercera forma, éxito en los objetivos, que su deber es que la norma sea respetada y cumplida o en su defecto ser sancionatoria y reparativa, no se cumple, pues existen múltiples maneras de evadir la ley, que serán tratadas en el Capítulo 2, punto 2.2, y que tienen como consecuencia que la decisión que el juez emite quede siendo incumplida e inobservada por las mismas agencias. En cuanto a la última forma, eficacia como eficiencia, esta no opera porque no se “logran los objetivos previstos a través de la utilización de los mejores medios posibles” (García Villegas, 2014, p. 98), pues los mecanismos procesales demuestran que no alcanzan a ser efectivos para dar una respuesta oportuna.

Después de analizado esto, el objeto de esta investigación no tiene como punto de partida los vacíos legales en las normas del derecho de consumo o en la efectividad de respuesta de la justicia frente a quienes toman medidas legales para la restauración efectiva de sus derechos, sino que se basa en el estudio de por qué a pesar de tener una ley de protección al consumidor, las sanciones dispuestas en ella no funcionan; y por qué entes como las agencias de viaje, que operan y se legitiman en los centros comerciales del Área Metropolitana, siguen operando y vulnerando los derechos de quienes acceden a sus rifas, regalos, productos o servicios.

Esta situación puede ser explicada y entendida desde la distinción formulada por el realismo jurídico estadounidense (Pound, 1910), entre el derecho en los libros (*law-in-books*), que trata sobre la manera en como las reglas se encuentran contempladas en el ordenamiento jurídico, y el derecho en acción (*law-in-action*), entendiendo por este la manera en como estas normas operan en la realidad y sus efectos.

En Colombia, aunque el derecho escrito en el ordenamiento jurídico es bastante robusto, claro y preciso (*law-in-books*), en la práctica (*law-in-action*) no siempre se garantiza su cumplimiento. Esto se debe, en parte, a la existencia de barreras que dificultan el acceso real a la justicia, así como, en el caso concreto, a ciertas estrategias utilizadas por agencias de viajes para evadir las normas. En este escrito, analizaré justamente esas barreras y prácticas presentes en el objeto de esta investigación, ya que considero que representan una violación a los derechos de los consumidores.

## **1.2 Barreras de acceso a la justicia**

La Constitución Política de Colombia de 1991 contempla el derecho de acceso a la justicia en el Artículo 229, al establecer que “se garantiza el derecho de toda persona para acceder a la administración de justicia. La ley indicará en qué casos podrá hacerlo sin la representación de abogado”. Este derecho puede ser definido, a grandes rasgos, como el derecho que tiene cualquier persona, sin distinción alguna, de acceder a ella para que sus conflictos jurídicos sean reconocidos por medio de decisiones de obligatorio cumplimiento, imparciales y satisfactorias. Castilla Juárez (2012), en su libro de *Acceso Efectivo a la Justicia*, lo define como:

Un deber primario del Estado y derecho humano-garantía del que gozan todas las personas, sin distinción alguna para acceder a cualquier mecanismo establecido por ley para la solución de controversias y determinación de derechos-libertades y obligaciones, a fin de que dentro de éste atendiendo a los márgenes y parámetros de eficiencia y eficacia, así como de respeto de los derechos humanos bajo los cuales se debe seguir un proceso, se dicte una resolución que dé solución al problema planteado de manera equitativa y justa hasta el cabal cumplimiento de ésta, con el objetivo de que cada individuo, en la vida diaria, pueda realizar todas las conductas que sean necesarias para desarrollar su proyecto vital y una ciudadanía efectiva que a su vez nutra la consolidación de un Estado Democrático de Derecho por medio de la redistribución de la dignidad e igualdad y un desarrollo con equidad de todas las personas (p. 34).

De acuerdo con el autor, es posible analizar este derecho desde diferentes aspectos. En primer lugar, hablando desde el derecho mismo, y conforme a lo expresamente establecido en la Constitución Política de Colombia de 1991, es esa oportunidad de poder acudir a la jurisdicción en compañía o no de un abogado. Asimismo, incluye los deberes del Estado que implican que los ciudadanos conozcan sus derechos, de brindar los recursos para su efectiva disposición, y que los procesos se tramiten de principio a fin, ofreciendo una solución efectiva bajo los términos establecidos en la misma ley. También, este derecho supone, a su vez, un conjunto de derechos, como el acceso a ciertos recursos judiciales o mecanismos alternativos de protección, el debido proceso y la igualdad ante la ley.

Ahora bien, Castilla Juárez (2012) señala que su definición de acceso a la justicia incluye tres dimensiones que facilitan su entendimiento. En primer lugar, “es un derecho porque da la posibilidad a las personas de hacer, no hacer o exigir, así como de impeler o impedir a otro hacer algo” (p. 28); lo anterior por la oportunidad que tiene cada ciudadano de acudir al sistema de justicia para asegurar el ejercicio de ese derecho social básico humano.

En segundo lugar, es una garantía en sí misma y frente a los demás derechos consagrados en la Carta Política, pues permite lograr la efectividad del ordenamiento jurídico cuando es puesto en práctica y, de la misma manera, permite lograr la eficacia y la materialización de lo escrito en los textos jurídicos. Entonces, según Castilla Juárez (2012, p. 30) parafraseando a Ferrajoli (1999, p. 25): “es garantía porque es la técnica prevista en el ordenamiento para reducir la distancia estructural entre normatividad y efectividad, y, por tanto, para posibilitar la máxima eficacia de los derechos fundamentales en coherencia con su estipulación constitucional”.

En tercer lugar, es considerado un deber del Estado, pues es el ente jurídico que debe garantizar y respetar que el acceso a la justicia sea puesto en práctica. De igual manera, debe garantizar la producción de instrumentos jurídicos y elementos materiales para que se pueda dar su ejercicio de manera correcta. Según Castilla Juárez (2012):

La obligación de garantizar consiste en facilitar el acceso al disfrute de un derecho, adoptar las medidas necesarias y desarrollar condiciones (adecuar “la legislación, modificar prácticas y crear instituciones y políticas públicas”) que permitan a todas las personas el goce pleno y efectivo de los derechos humanos; y también poner a disposición de la víctima de violaciones a sus derechos los mecanismos necesarios para restaurar su ejercicio (p. 32).

No obstante, el acceso a la justicia, tanto como derecho, garantía y deber, supone la existencia de algunas barreras como impedimentos para su correcto ejercicio. Las mismas no permiten que los individuos puedan acceder a este mecanismo para buscar la tutela efectiva de los derechos vulnerados, tener una solución de fondo y obtener una reparación a esa transgresión.

Las barreras pueden ser definidas como obstáculos dados por diversos factores que limitan a la ciudadanía el obtener una restauración real frente alguna vulneración sufrida; esto, entre otras cosas, justifica el porqué, a pesar de existir un ordenamiento jurídico bastante robusto con consecuencias jurídicas negativas frente a su incumplimiento, este no es puesto en práctica, generando una desventaja social en las relaciones jurídicas formadas.

Castilla Juárez (2012, p. 35 a 133), define ocho barreras de acceso a la justicia y dentro de las mismas maneja subdivisiones. Para el tema que me ocupa en este escrito, me centraré en seis de ellas para identificar por qué las agencias de viaje continúan perpetuando sus actuaciones ilícitas, produciendo un detrimento para los consumidores que acceden a los servicios que estas prestan y generando, así, una desconexión entre la norma escrita y la norma en la práctica.

Una primera barrera es la desigualdad con un enfoque en la pobreza; la segunda es la normativa en la subdivisión de los sistemas normativos mono culturales para el hombre promedio y en lenguaje incomprensible para las mayorías. La tercera son las barreras culturales, seguida de las procesales en la subdivisión de la inejecución de resoluciones, impunidad de resultados. Y, por último, se explican las barreras formativas y de credibilidad.

### 1.2.1 Barrera de desigualdad con enfoque en la pobreza

De acuerdo con el ANEXO 0, referente al informe obtenido del Consultorio Jurídico de la Universidad EAFIT “Listado de Procesos 2023-2024”, ubicado en la carpeta “ANEXOS”; se encuentra que las personas de estratos dos y, en casos excepcionales, tres, se ven afectadas y vulneradas por parte de las agencias de viaje. Es importante tener presente que los consultorios jurídicos solo tienen competencia para representar, de manera gratuita, a estos estratos; no obstante, que estas entidades existan no significa que las personas, en una evidente carencia de recursos económicos, no posean una barrera de acceso a la justicia.

Para nadie es un secreto que esta condición de pobreza contiene dificultades que impiden el ejercicio del derecho de acceso a la justicia y se demuestra en las situaciones en las que, incluso contando con este mecanismo, existe un porcentaje de la población que no hace uso de él. Esto es a causa de que no tienen conocimiento de la existencia de los centros o se hallan costos ocultos que impiden su acceso, por ejemplo, el valor del medio de transporte utilizado para dirigirse a la consulta. De ahí que las personas prefieran sufrir el menoscabo que invertir sus recursos, que en ocasiones no llegan a ser el mínimo vital, para acceder a la administración de justicia.

Para acceder a la justicia se requieren, por lo menos, patrones económicos, sociales y educativos de clase media acomodada, pues frente al empobrecimiento de la población, cada vez menos personas poseen tiempo y dinero suficientes para actuar judicialmente en defensa de sus derechos, aunque por nivel educativo conozcan sus derechos y hasta las instancias a las cuales deben acudir (Castilla Juárez, 2012, p. 42).

Sin embargo, la verdadera barrera se evidencia en que, dada la escasez económica, para las personas de estos estratos es más difícil asumir el costo temporal del litigio, puesto que, mientras están a la espera del fallo judicial, deben continuar cumpliendo con el pago oportuno de las cuotas frente a las entidades financieras con quienes realizaron, en muchas circunstancias sin desearlo, la apertura de cuentas crediticias para asumir las obligaciones económicas

suscitadas con las agencias de viaje, so pena de verse sometidos a cobros prejudiciales y/o reportes a centrales de riesgo.

Aquí es donde se evidencia una clara desigualdad en la relación jurídica formada entre los consumidores y las agencias de viaje. Las últimas tienen total comprensión de que pueden infringir la norma frente a este perfil económico sin que esto vaya a suponer, en un futuro, consecuencias negativas que las pudieran afectar, pues conocen que no muchas personas iniciarán un proceso debido a que no cuentan con los medios necesarios para contratar una defensa jurídica que avale, frente a un juez, sus derechos violentados; además de los costos agregados inherentes al juicio. Y, por otro lado, si se accediera a la justicia por medio de los consultorios jurídicos, que aseguran la gratuidad del proceso, siguen existiendo costos ocultos y temporales, que se convierten en impedimento frente a la misma.

### 1.2.2 Barreras normativas

Las normas jurídicas son la que brindan el efectivo acceso a la justicia, pues es allí donde está estipulado el derecho mismo. Estas contienen todo el funcionamiento del aparato jurisdiccional, el ordenamiento jurídico y las estipulaciones bases de la sociedad. En consonancia con Castilla Juárez (2012), “son justamente las normas jurídicas las que pueden sentar las bases para que el acceso a la justicia sea una realidad o siga siendo un gran cuento” (p. 69). Por ende, son las mismas normas las que pueden llegar a producir una barrera de acceso a la justicia.

#### 1.2.2.1 Sistemas normativos mono culturales para el hombre promedio y en lenguaje incomprensible para las mayorías

El derecho está escrito en un lenguaje complejo para aquellas personas que, por falta de recursos económicos, no pudieron acceder a una educación o accedieron a una que no les brindó las bases suficientes para comprenderlo. El derecho está escrito para quienes los estudian y se forman en él, sin embargo, al ser un recurso tan básico y vital en la sociedad, debería contener un lenguaje accesible para cualquier persona, independiente de la condición que posea; de

manera tal que el acceso a la justicia esté en sí mismo garantizado, sin ser condicionado, en este caso, a un estudio especializado sobre el mismo.

Así, la presencia de normas sustantivas con lenguaje técnico y en demasía especializado, cuando no anquilosado, y de procedimientos no pocas veces lentos, excesivamente formales y tortuosos, condicionan a muchos sectores de la población la posibilidad de que los sistemas de administración de justicia satisfagan las demandas sociales de acceso y eficacia en la prestación de la justicia (Castilla Juárez, 2012, p. 72).

En el caso concreto, las agencias de viajes también están al tanto de esta situación y, para lograr la firma de los documentos por parte de los usuarios, brindan información incompleta o hacen lectura de partes a conveniencia. El tecnicismo utilizado en los textos o contratos que estas personas se ven obligadas a firmar en los establecimientos de comercio, provoca, necesariamente, un vicio en su consentimiento, al no entender con claridad los compromisos, deberes, términos y condiciones que aceptan. En consecuencia, la barrera a la hora de acceder a la justicia se evidencia en el desconocimiento y la cantidad de formalismos que el mismo sistema jurídico supone, que conlleva una falta de comprensión de este y, por ende, dificulta que los sujetos puedan acceder a las leyes y normas jurídicas que les permiten defenderse frente a tal vulneración.

El Código General del Proceso, en su artículo 73, establece el derecho de postulación, entendiendo por este la obligación de la presencia de un abogado al comparecer a un proceso; sin embargo, contiene como excepción la intervención directa, en los procesos donde la misma ley lo permita. Es por esta razón, que, frente a este caso, las personas podrían intervenir de manera directa por ser un proceso de mínima cuantía y estar establecido como excepción a la regla general en el Numeral 2, del Artículo 28 del Decreto 196 de 1971. No obstante, el lenguaje técnico y especializado del derecho hace depender necesariamente el acompañamiento de un abogado en el curso del caso, lo que supone enfrentar más barreras.

### 1.2.3 Barreras culturales

Las barreras culturales “se refieren al desconocimiento que tiene la población respecto a los derechos, libertades y obligaciones con que cuentan. Esto es, el analfabetismo legal o la falta de una cultura Jurídica y cívica mínima que padece una gran parte de la población” (Castilla Juárez, 2012, p. 105). Las barreras de desigualdad con enfoque en la pobreza y las normativas guardan estrecha relación con las barreras culturales, pues las personas de escasos recursos económicos y con una aparente deficiencia en su formación académica, poseen un desconocimiento jurídico que les impide entender todo el sistema, la normativa y estructura jurídica.

Es así como las personas a las que les han sido violentados sus derechos como consumidores, por cuenta de las agencias de viaje, y se encuentran obstaculizadas por alguna de estas barreras, están desinformadas al respecto de la transgresión que han padecido, pues no comprenden los acuerdos pactados y las obligaciones suscitadas de ello. Además, desconocen los distintos medios a los que tienen acceso para obtener la reparación efectiva de sus derechos y, si llegaran a iniciar un eventual proceso, quedan durante este periodo a merced de su representante dada la ignorancia que tienen en todo lo que guarda relación con el trámite comenzado.

Por ende, estas agencias de viaje utilizan la falta de cultura jurídica a su favor, en virtud de que comprenden que se convierte en un impedimento para acceder a la justicia. Esto se debe a que entienden que ciertas personas, por su ignorancia, van a sufrir el menoscabo y las consecuencias negativas en vez de luchar por la defensa de sus derechos, quedando atadas a una posición de desventaja frente a las entidades.

#### 1.2.4 Barreras jurisdiccionales o procesales

Las barreras jurisdiccionales o procesales suponen las trabas o impedimentos frente a los mecanismos de solución de conflictos, pues a menudo los procedimientos establecidos para el ejercicio del mismo cuentan con una gran cantidad de requisitos, formalismos y demás. Como lo refiere Castilla Juárez (2012), “son inercias en las que consciente o inconscientemente gran parte de los órganos de solución de controversias se enrolan pretendiendo ser eficientes y

políticamente correctos, pero en el fondo se convierten ineficaces y certificadores de injusticias e impunidad” (p.78).

#### 1.2.3.1 Inejecución de resoluciones, impunidad de resultados

En relación con el primer análisis realizado en torno a la eficacia del derecho, la inejecución de sentencias es el mayor obstáculo para acceder al sistema judicial. Es inútil disponer de los recursos económicos necesarios y la formación académica suficiente para iniciar un proceso y, seguidamente, obtener una sentencia favorable, si esta no va a tener los medios adecuados para materializarse. Colombia cuenta con un contenido normativo amplio, pero su cumplimiento se da en menor medida. Esto se sintetiza en la desconexión de lo redactado con su aplicación.

Esto puede darse por dos escenarios distintos. El primero de ellos hace referencia a los mecanismos que ofrece la ley para que no sea cumplida, de manera tal que, con un mínimo conocimiento sobre la norma, se puedan realizar distintas actuaciones para evadirla. El segundo de ellos se debe a que la carga procesal de hacer cumplir esa condena reposa en las partes y no en la autoridad competente que emite el fallo. Lo que, de acuerdo con Castilla Juárez (2012), es una “situación a todas luces errónea, pues es justamente la autoridad jurisdiccional la que debe, por mandato y porque cuenta con los medios jurídicos para ello, hacer cumplir sus determinaciones” (p. 87).

Resulta pertinente aclarar que el numeral 11 del artículo 58 del Estatuto del Consumidor faculta a la Superintendencia de Industria y Comercio para imponer multas y sanciones cuando se incumple un fallo en favor del consumidor. Estas medidas constituyen herramientas administrativas destinadas a hacer cumplir las decisiones, sin embargo, no garantizan por sí solas una reparación directa o efectiva al consumidor afectado. Es decir, aunque se castigue al infractor, el daño ocasionado puede permanecer sin resarcimiento. En muchos casos, la imposición de multas solo resulta efectiva frente a prestadores de servicios formales y comprometidos con el cumplimiento de la ley. No obstante, cuando se trata de empresas que actúan con ánimo defraudatorio, incluso estas medidas terminan siendo inoperantes.

Las sociedades infractoras, usualmente constituidas como Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S), gozan de separación patrimonial y de una limitación de responsabilidad que impide afectar directamente el patrimonio personal de sus socios. Como lo advierte Reyes Villamizar (2020), “la ventaja principal de la sociedad de capitales es la limitación de la responsabilidad de los accionistas. En los casos de insolvencia de la sociedad, el accionista a lo sumo perderá el monto de su inversión” (p. 311). Así, aunque la sociedad enfrente un fallo condenatorio y sea sancionada por la omisión a este, basta con liquidarla formalmente y constituir una nueva persona jurídica, desde la cual se continúan desplegando las mismas prácticas lesivas a los consumidores.

En este sentido, dichas herramientas no aseguran por sí mismas el cumplimiento material del fallo ni la reparación de los derechos vulnerados. Esta limitación también puede verse agravada por otras de las prácticas que despliegan algunas agencias de viajes para eludir las consecuencias jurídicas de sus actos, tema que será ampliado en el Capítulo 2, punto 2.2.

De acuerdo con la página dos del ANEXO 1 - “Respuesta Derecho Petición 25-75994-1”, el cual contiene la respuesta de la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante SIC) al derecho de petición radicado el 19 de febrero de 2025, se profirieron 24 sentencias entre el 2023 y el 2024. No obstante, esta cifra no es indicativa de cuántas de ellas se cumplieron en realidad. Para evaluar este punto, conviene tomar como ejemplo de referencia el ANEXO 2, que incluye sentencias condenatorias de la SIC, en contra de las agencias de viaje, que no fueron cumplidas voluntariamente. Lo anterior, hace necesario iniciar procesos ejecutivos independientes con el fin de lograr el cumplimiento forzado del fallo, lo que, bien sea dicho de paso, ha sido infructuoso, como se abordará en el Capítulo 2, punto 2.2.

Por otro lado, se presenta otra barrera jurisdiccional o procesal concerniente a la falta de ejecución conexa que posee la SIC. La entidad, sobre sus sentencias condenatorias, no tiene la potestad de solicitar su ejecución con base en el fallo emitido; tal y como sucede con los jueces civiles, de acuerdo con el Artículo 306 del Código General del Proceso. Además, posee una falta de ejecución conexa con la jurisdicción ordinaria, por lo cual, el hecho de que no tramite o remita la ejecución de su sentencia a los jueces civiles, supone que, al obtener un

resultado favorable, pero que el mismo haya quedado impune, se debe iniciar nuevamente un proceso, ahora ejecutivo, frente a la jurisdicción ordinaria, viéndose los consumidores en la obligación de elaborar una nueva demanda, esperar nuevos términos y enfrentarse a todas las trabas procesales que el mismo conlleva (ej. inadmisión de demanda); lo que pone de presente más barreras de acceso a la justicia.

Esto demuestra cómo, al trasladar la carga procesal del cumplimiento de las resoluciones a las partes, las mismas no responden, por lo que se da la inexecución de sentencias y, en consecuencia, la impunidad de resultados.

#### 1.2.5 Barreras formativas

Las barreras formativas guardan estrecha relación con la educación de los abogados, pues la profesión de abogacía es la intermediaria necesaria entre los individuos y el sistema judicial. Conforme a Castilla Juárez (2012), “una de nuestras funciones como abogados es facilitarle a todos el ejercicio y goce de sus derechos” (p. 102), por lo tanto, se encuentra en ella inmersa un objeto social e interés común a defender. Esta profesión está adiestrada bajo criterios de individualidad y retribución económica, lo que genera un impedimento al acceso de justicia: los abogados se hallan enfocados en sus asuntos personales, basados en sus propios litigios o en la ocupación de las firmas o empresas a las que están vinculados, y de los cuales obtienen una remuneración pecuniaria por su desempeño, omitiendo los diferentes mecanismos establecidos en el ordenamiento jurídico que pueden ser ejercidos para defender un interés común afectado, sin que ellos supongan obtener un beneficio económico.

Con esto me refiero a los trámites iniciados contra las agencias de viaje que, de manera particular, no han tenido un impacto significativo y aún persiste la vulneración, por lo cual sería pertinente examinar, como expongo en el Capítulo 3 de este escrito, la presentación de una acción popular como medida más eficaz y preventiva a la situación. Si bien, esta última no brinda ninguna retribución monetaria a quienes la realizan, sí puede ofrecer una protección eficaz de los derechos de los consumidores. Quizá el hecho de que esto supone un trabajo dispendioso que no otorga una utilidad económica a cambio, puede ser una causa explicativa de por qué aún no se ha iniciado una acción de este tipo en el caso objeto de esta investigación.

Por tal motivo, las facultades de derecho contribuyen a la configuración de una barrera formativa que dificulta el acceso a la justicia. Esto debido a que, la formación de pensamiento individual e interés lucrativo provoca que sean sus propios casos los que estén dispuestos a defender, sin tener presente que la misma profesión y las normas implican un bienestar colectivo para la protección de los derechos de toda una comunidad, a través de mecanismos jurídicos para acceder a la justicia y defender los derechos transgredidos.

#### 1.2.6 Barreras de credibilidad

Todas las barreras anteriormente explicadas, producen una falta de credibilidad en el sistema jurídico colombiano. Las personas, bajo los supuestos planteados, no consideran que el ordenamiento jurídico y los órganos jurisdiccionales sean suficientes para solucionar los conflictos suscitados en el ámbito social, lo que produce una nueva barrera por la falta de credibilidad, limitando a los ciudadanos a ejercer el derecho de acceso a la justicia.

En consecuencia, quienes han logrado acceder a la justicia ordinaria o a los diferentes mecanismos alternativos de solución de conflictos, tienen conocimiento directo de los impedimentos, trabas y tiempos que han tenido que enfrentar antes, durante y después de la diligencia, estos comprenden la contratación de un abogado o consultorio jurídico, la admisión de la demanda presentada e, incluso, el cumplimiento del mismo fallo a su favor. Esto lleva a que haya aún más desconfianza en la justicia colombiana cuando surge una situación problemática jurídicamente relevante que debe escalarse a un litigio, lo que supone que estas personas se resignen a quedar en condiciones desfavorables antes de recurrir a los órganos jurisdiccionales. En línea con lo mencionado, las agencias de viaje confían en que las personas prefieran resistir la vulneración antes que iniciar un proceso, pues el Estado aún no se ha hecho suficientemente responsable para solucionar los conflictos de manera eficiente y eficaz.

### **1.3 Regulación jurídica de protección en el derecho del consumidor**

Conforme a lo mencionado en todo el apartado inicial, la ineficacia del derecho y las barreras del acceso a la justicia, provocan una relación jurídica de desigualdad, producto de un

vicio en el consentimiento de los consumidores, generado por las agencias de viajes. De acuerdo con Rengifo Gardeazábal (2022), se va a entender por relación jurídica de consumo,

Aquella que tiene en, por lo menos, uno de sus extremos a un consumidor jurídico o material, es decir, al adquirente o receptor de un producto o servicio por fuera de su actividad profesional o empresarial, así como a los miembros de su familia. El otro extremo de la relación puede estar constituido por la persona que, actuando profesionalmente, pone el producto o servicio en contacto directo con el consumidor (relación contractual) o por medio de intermediarios (relación extracontractual) (p.59).

Es así como, el Estatuto del Consumidor, en su Artículo 5, entiende por consumidor:

Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

El consentimiento se puede definir como la aceptación libre, voluntaria, consciente y suficientemente informada (Ospina Fernández & Ospina Acosta, 2005) que, en el caso concreto, los consumidores otorgan para permitir la creación de la relación jurídica con las agencias de viaje. El consentimiento en esta situación particular está viciado por dolo, el cual se puede entender como aquella afectación del conocimiento, debido a una idea equivocada de la realidad por la falta, el ocultamiento o la tergiversación de la información. Lo anterior sucede como obra de los asesores comerciales de estas entidades y, por supuesto, por el desconocimiento jurídico y el lenguaje técnico de los documentos que se ven obligados a suscribir.

Las personas incurren en este vicio al firmar documentos bajo el supuesto de obtener un beneficio, sin consentir frente a contratos de adhesión en los que se ven inmersos y en los

cuales se estipulan cláusulas abusivas y obligaciones de pagos de altas cantidades de dinero. El Código Civil, en su Artículo 63, comprende su concepto general y lo define como la conducta intencional dirigida a causarle daño a otro individuo. Este puede ser entendido, en primer lugar, como fuente de responsabilidad extracontractual (Código Civil, art. 2341), debido a que los engaños y el ocultamiento de información a los consumidores se dan en etapas prenegociales con de la intención de llegar a una etapa negocial. Si bien sería posible iniciar un proceso ante la justicia ordinaria para la reparación de los perjuicios, este enfrentaría los mismos obstáculos derivados de la ineficacia instrumental del derecho tratados en el punto 1.1 y, asimismo, las prácticas tratadas en el Capítulo 2, llevadas a cabo por las agencias de viaje para evadir la ley, se presentarían igualmente en este contexto .Y, en segundo lugar, como vicio en el consentimiento (Código Civil, art. 1515), pues es el engaño tendiente para obtener la declaración negocial de otro, por medio de una conducta positiva, como el acto de guardar silencio y no revelar información completa, y por medio de un acto de reticencia entendido como el comportamiento intencional y dirigido al incumplimiento del deber de información.

De esta manera, se evidencia un dolo dirimente, entendido como aquel comportamiento intencional engañoso, obra de una de las partes, que por su gravedad produce la invalidez del negocio jurídico celebrado, pues se considera determinante para el acto (Ospina Fernández & Ospina Acosta, 2005). En consecuencia, los asesores comerciales de las agencias de viaje tienen la intención de ocultar dicha información para que las personas tengan una percepción equivocada de la realidad y, así, obtener para su propio beneficio, el consentimiento mediante la firma en los documentos contractuales. Prueba de esta última afirmación, es la respuesta ubicada en el ANEXO 3, numeral cinco del documento “Transcripción Entrevistas Usuarios Consultorio Jurídico EAFIT”, que contiene los testimonios de los afectados y donde queda demostrado una falta de interés genuino en establecer una relación jurídica con las agencias de viaje, en caso de conocer la información completa con antelación.

A la luz de lo expuesto, el Estatuto del Consumidor brinda diferentes mecanismos de protecciones para asegurar el equilibrio en las relaciones donde, por la naturaleza misma de las partes, se está en desventaja. El primer mecanismo se concreta en los derechos a la educación y a la información. El primer derecho hace referencia a la facultad del ciudadano de conocer

los mismos y cómo pueden hacerse efectivos frente a la administración de justicia. Al garantizarlo, se evitará la presencia de barreras normativas y culturales frente a la incompreensión o el desconocimiento, eludiendo la condena de sufrir consecuencias negativas frente a las actuaciones que realizan las agencias de viaje.

El segundo derecho, a la información, busca que la misma se brinde de manera completa, clara y precisa, de modo tal que los consumidores puedan tomar decisiones fundadas bajo argumentos adecuados. De acuerdo con el Numeral 1.3, Artículo 3 de la ley anteriormente mencionada, los usuarios tendrán derecho a

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

Asimismo, el Artículo 24, brinda el contenido mínimo de información que debe recibir el consumidor para que se entienda otorgada correctamente.

Conforme a lo señalado anteriormente, se está afectando el consentimiento de los consumidores por la falta de relación del contenido exteriorizado verbalmente con el contenido redactado en los documentos jurídicos. Lo cual, de manera dolosa, induce a los adquirentes al error, sintiéndose engañados por la realidad confusa en la que se vieron inmersos. Es así como el Estatuto del Consumidor, sitúa la carga en la parte que brinda la información y prohíbe expresamente la publicidad engañosa.

El segundo mecanismo de protección opera en el terreno del contrato. Al respecto, el Estatuto del Consumidor establece diferentes protecciones contractuales. En primer lugar, prohíbe las ventas atadas en su Artículo 36, pues no se puede condicionar “la adquisición de un producto a la adquisición de otro”. Las agencias de viaje normalmente condicionan el otorgamiento de ese obsequio, a la compra de algún paquete que estas comercializan. En

segundo lugar, brinda protecciones frente a las cláusulas abusivas derivadas de los contratos de adhesión, definiéndolas en su Artículo 42 como

Aquellas que producen un desequilibrio injustificado en perjuicio del consumidor y las que, en las mismas condiciones, afecten el tiempo, modo o lugar en que el consumidor puede ejercer sus derechos. Para establecer la naturaleza y magnitud del desequilibrio, serán relevantes todas las condiciones particulares de la transacción particular que se analiza.

Los productores y proveedores no podrán incluir cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores, En caso de ser incluidas serán ineficaces de pleno derecho.

Es por esta razón, que se consagra el derecho del usuario a ser protegido de tal situación, pues la naturaleza del contrato no permite más que la aceptación o rechazo del mismo. El Artículo 37, establece los requisitos mínimos para que las condiciones negociales generales y los contratos de adhesión se entiendan dados en buenos términos y el Artículo 43, brinda una lista de las cláusulas que serán ineficaces de pleno derecho por considerarse abusivas; en el Capítulo 2, punto 2.2, me ocuparé de aquellas que las agencias de viaje utilizan.

El tercer mecanismo que brinda el Estatuto del Consumidor condensa los diferentes instrumentos orientados a la defensa de los derechos de los consumidores. Así, se encuentra el derecho de realizar reclamaciones directas frente al productor, proveedor o prestador del servicio para “obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley” (Estatuto del Consumidor, art. 3, n. 1.5). Lo anterior y de acuerdo con la norma, se podrá realizar por medio o no de un abogado.

De la misma manera, se consagran, en el Artículo 56 del Estatuto del Consumidor, mecanismos procesales para la protección de estos consumidores, tales como las acciones populares y la misma acción de protección al consumidor, mediante la cual se deciden los asuntos contenciosos relacionados con el derecho de consumo. Para ello, el texto jurídico le otorga

facultades jurisdiccionales a la SIC. Sin embargo, esta acción no la habilita para conocer de asuntos como la nulidad de los negocios jurídicos por vicios del consentimiento o la responsabilidad civil, los cuales deben ser tramitados por la vía ordinaria ante los jueces civiles. Así, coexisten la acción especial de protección al consumidor ante la SIC y/o jueces civiles y los remedios ordinarios del derecho privado solo ante el último, según corresponda a la naturaleza del conflicto.

## **Capítulo 2: Análisis sobre la participación de los actores en la vulneración de los derechos**

Después de las primeras consideraciones expuestas, es importante entrar en detalle en la identificación y caracterización de los actores involucrados en la vulneración de los derechos a los consumidores por parte de las agencias de viaje. Las relaciones que a continuación se describen parten de una identificación de condiciones necesarias de causalidad, bajo el fundamento de la teoría NESS, la cual se pregunta “si bajo las circunstancias la condición era un miembro necesario de un grupo de condiciones que conjuntamente son suficientes para producir la consecuencia” (Honoré, 2013).

En este sentido, se evidencia la interdependencia entre los comportamientos de los tres actores en la producción del daño, ya que, en ausencia de alguno de ellos, este podría disminuir significativamente o incluso no llegar a configurarse. Este capítulo no tiene como propósito ampliar la responsabilidad jurídica a los otros dos actores identificados distintos de las agencias de viajes, sino mostrar cómo su accionar contribuye causalmente a la materialización del daño, condicionando su ocurrencia y la forma específica en que se manifiesta.

### **2.1 Identificación y caracterización de los actores clave involucrados**

#### **2.1.1 Agencias de viaje**

Pueden ser identificadas, en el caso concreto, como aquellas empresas que tienen como objeto social la comercialización de paquetes y planes turísticos entre viajeros, y empresas tercerizadas. Actúan como intermediarias entre los usuarios que acceden a sus productos y/o

servicios y las empresas que de manera directa proveen el disfrute de la actividad turística, como las sociedades dedicadas al transporte de pasajeros (aerolíneas, cruceros, trenes), hoteles y afines, guías, etc. Lo atractivo de las agencias de viaje es la facilidad y economía, en tiempo y dinero, que brindan a sus usuarios, pues al contar con distintos planes que, de acuerdo con su valor, ofrecen variedad de actividades, permiten un mayor disfrute del destino.

El papel que estas desempeñan, en el caso concreto, se fundamenta en estar presentes en un local comercial ubicado, no de forma exclusiva, en los Centros Comerciales, y formar un equipo de ventas a través del cual pueden acceder con facilidad a las personas. Los asesores comerciales logran entablar una conversación con los individuos para ofrecerles actividades, como rifas o sorteos, en las cuales se pueden ganar diferentes premios que deben ser reclamados directamente en el local comercial; oportunidad que aprovechan para ofrecer los diferentes paquetes, planes y precios que comercializan con el propósito de obtener una vinculación a ellas.

Las agencias de viaje se vuelven el actor principal al ser la parte que vulnera, directamente, los derechos de los consumidores mediante las prácticas y estrategias detalladas en el punto 2.2 de este capítulo. Sin su existencia, la vulneración cesaría por completo, pues no habría entidades que transgredieran, de la manera en que estas lo hacen, los derechos de los consumidores.

### 2.1.2 Centros comerciales

De acuerdo con la Real Academia Española (s.f), este actor se puede definir como un “Complejo formado por establecimientos dedicados a actividades comerciales y de ocio”. Los centros comerciales son aquellos inmuebles que tiene en su interior diferentes espacios destinados al comercio, como locales comerciales, tiendas, restaurantes o parques de diversiones, que son entregados a personas naturales o jurídicas por medio de contratos de compraventa, arrendamiento o concesión de espacio comercial (burbujas), con el fin y propósito de facilitar la compra y venta masiva de productos y/o servicios dentro del centro comercial.

El papel que este actor desempeña es permitir que las agencias de viaje operen en un local comercial dentro de sus instalaciones, sea por contratos de arrendamientos realizados de manera directa o tercerizada, legitimando su existencia al generar confiabilidad y seguridad para la adquisición de los paquetes que promocionan. Al ser los centros comerciales los administradores de la propiedad horizontal tienen la responsabilidad de realizar los controles necesarios de operación dentro de su infraestructura, efectuar durante su estadía revisión de la oferta comercial para asegurar su cumplimiento conforme a las normas jurídicas y, en caso de incumplimiento, cuentan con la facultad de imponer sanciones y multas.

Frente a las zonas comunes, los centros comerciales tienen la potestad y control total sobre su uso. Por lo tanto, al ser en este espacio en el cual se realiza el primer acercamiento de parte de los asesores comerciales de las agencias de viajes para las acciones de atracción y ofrecimiento de premios a sus usuarios, estos deberían regular y prohibir tales conductas. Pues, como se explicará en el punto 2.2.2, es una práctica comercial desplegada para lograr la efectiva presencia del consumidor dentro del local comercial donde la agencia opera.

Además, se sabe, por ejemplo, que un requisito de existencia de los contratos es que contengan una causa y, para que la anterior sea válida, debe ser lícita. Como se detallará en el punto 2.2 de este capítulo, las prácticas que realizan las agencias de viaje producen un engaño, fraude o estafa frente a los consumidores, lo que es contrario a la ley, la moral y las buenas costumbres. Por lo tanto, la finalidad del contrato, que debería ser la prestación del servicio legítimo, se ve distorsionada y es así como, la forma en la que se ejecuta el contrato, con el propósito fraudulento en el oculto, produce una causa ilícita vulneradora de los derechos de los consumidores.

Se puede observar que los contratos de arrendamiento de las agencias de viajes no tienen una causa lícita para operar dentro de los establecimientos, pues de parte de estas se alega el engaño, fraude y estafa frente a los consumidores, lo que va contra la ley, la moral y las buenas costumbres. Este sujeto influye en tal vulneración por no desempeñar, adecuadamente, sus deberes y obligaciones como administrador de la propiedad horizontal. De

lo contrario, la vulneración podría cesar en gran medida, pues, al no contar con un espacio físico, las agencias de viaje perderían la credibilidad y respaldo de un centro comercial.

En consecuencia, recae sobre dicha autoridad no una obligación jurídica directa en los términos de la responsabilidad civil, sino una carga institucional y operativa derivada de su rol como facilitador del servicio comercial dentro de sus instalaciones. No se trata de una responsabilidad por omisión con fines indemnizatorios, sino de un deber de diligencia mínimo frente a la configuración de prácticas comerciales que, con su conocimiento o tolerancia, pueden derivar en situaciones de violación a los derechos de los consumidores. En este sentido, su conducta, al permitir o no controlar efectivamente la operación de agencias que incurren en las irregularidades antes señaladas, puede considerarse una condición que contribuye a que se produzca la situación de vulneración de los derechos de los consumidores.

### 2.1.3 Entidades financieras

Conforme a la definición brindada por la Superintendencia Financiera de Colombia, SFC (2016), se puede entender por establecimiento de crédito:

Las instituciones financieras cuya función principal consista en captar en moneda legal recursos del público en depósitos a la vista (cuentas de ahorro, corriente) o a término (CDT y CDAT'S), para colocarlos nuevamente a través de préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito.

Así las cosas, a los establecimientos bancarios se les considera establecimientos de crédito, los cuales son definidos por la SFC como “instituciones financieras que tienen por función principal la captación de recursos en cuenta corriente bancaria así como también la captación de otros depósitos a la vista o a término, con el objeto primordial de realizar operaciones activas de crédito” (2016).

Estos establecimientos bancarios no actúan de manera directa en el ofrecimiento de la apertura de las cuentas crediticias a los consumidores de las agencias de viaje, sino que son estas últimas las que utilizan tal recurso para lograr captar el dinero de manera fácil, anticipada y total, por parte de sus usuarios. Las agencias ofrecen y facilitan el proceso de apertura de créditos en entidades bancarias que tienen un proceso sencillo y sin verificación exhaustiva, para que el cliente solvente la deuda en la que se ve inmerso. Los usuarios, en la mayoría de los casos, acceden a estos créditos porque deben de realizar el pago, sin tener el conocimiento de las consecuencias jurídicas y económicas que se derivan de ello.

Las agencias de viaje entienden que es útil vincular a una entidad financiera para lograr obtener de ella el dinero, de lo contrario para las personas sería sencillo no efectuar el pago de las obligaciones. Es así como, luego de lograr la apertura de la cuenta de crédito, los consumidores deben enfrentarse a las entidades bancarias para la devolución o cancelación del producto adquirido, no obstante, para ese momento el dinero se encuentra en disposición de la agencia que no tiene interés alguno en deshacer lo ocurrido. Lo mencionado antes, pese a la responsabilidad de los establecimientos bancarios de no incluir controles rigurosos sobre quienes acceden a sus productos.

La intervención de este actor es parcial, puesto que, de establecer procedimientos más estrictos y efectuar una vigilancia aún mayor para la apertura de sus cuentas crediticias, difícilmente podría lograrse el cometido de las agencias de viajes de recibir el pago por completo y anticipado. De tal forma, los consumidores, por el cambio en las condiciones previamente pactadas e incrementos de cuotas, o por no consentir frente a las obligaciones económicas adquiridas, desistirían de la relación jurídica formada sin que su patrimonio se vea afectado.

## **2.2 Estudio de las prácticas extranegociales y negociales de los actores, que pueden inducir o facilitar la vulneración de los consumidores**

Las agencias de viaje realizan diferentes maniobras de manera legal o ilegal para evadir la ley y, por ende, las consecuencias jurídicas negativas que pudieran obtener de ello. La regulación normativa permite estas actuaciones brindando diferentes mecanismos que, si bien

no están contemplados para tal objetivo, son usados para ello, con el fin de obtener una inejecución de las sentencias condenatorias en su contra. A continuación, estas prácticas se clasifican en extranegociales, considerando que se dan por fuera de la dinámica del proceso contractual, y negociales, en el contexto de la negociación y celebración de los contratos; manejando una subdivisión para esta última entre precontractuales y contractuales.

### 2.2.1 Prácticas extranegociales

La primera de las prácticas extranegociales es el cambio de razón social. El ordenamiento permite, por medio de las reformas estatutarias, realizar esta modificación sin establecer un límite máximo, esto dificulta su identificación de cara a la eventual iniciación de un procedimiento jurisdiccional; como ejemplo de ello, se adjunta ANEXO 4 en el que se halla el certificado de existencia y representación legal de la entidad Legendary Travel Club S.A.S., el cual da cuenta de las cuatro reformas especiales, en relación con el cambio de nombre, que han efectuado.

En segundo lugar, se admite la cancelación y cierre de los establecimientos de comercio, que se define como el conjunto de bienes organizados que se utilizan para la realización de la actividad comercial (Código de Comercio, art. 515). Esta práctica dificulta la identificación del patrimonio de las agencias de viajes y complica el cumplimiento forzado de una eventual condena pecuniaria, viéndose afectada la posibilidad de hacer efectiva una reparación económica a favor del consumidor. Como ejemplo, se puede observar el ANEXO 5, que contiene la búsqueda en el RUES de la empresa Legendary Travel Club S.A.S., y el cual da cuenta de los establecimientos de comercio que la misma ha cancelado.

En tercer lugar, los locales comerciales, es decir, los inmuebles donde se ofrecen los bienes y servicios, usualmente no pertenecen a las agencias, sino que suscriben contratos de arrendamiento con los centros comerciales o terceros. Esto permite terminar el acuerdo y el desalojo del espacio, provocando que los consumidores afectados no puedan ubicarlas para efectuar sus reclamos.

En cuarto lugar, el hecho de que las agencias de viaje no sean propietarias de bienes inmuebles ni cuenten con activos fácilmente embargables, implica que no disponen de bienes que puedan servir como prenda general del acreedor. Esta situación puede generar aparentes condiciones de insolvencia, dificultando la ejecución forzada de sentencias judiciales y, en consecuencia, limitando la eficacia de las reclamaciones de los consumidores. Finalmente, otra de las prácticas extranegociales, antes mencionada en el punto 2.1.2, es la de ubicarse en los centros comerciales, buscando legitimación para brindar seguridad y confiabilidad a quienes acceden a sus productos y/o servicios.

### 2.2.2 Prácticas negociales

Las prácticas negociales se dividen en dos categorías. Las primeras son las precontractuales, haciendo referencia específicamente a las tácticas agresivas de oferta por medio de las cuales se capta la atención del individuo para lograr dirigirlo a las instalaciones donde opera la agencia de viajes, y que conducen a que el consumidor dé una aceptación viciada a la mencionada oferta. Las segundas son las contractuales, referentes al momento de suscripción y ejecución del contrato.

En primer lugar, las agencias de viaje proponen distintas actividades a través de las cuales entregan algún obsequio a los participantes, con el objetivo de conducir a los ganadores al local comercial donde ofrecen los paquetes turísticos que tienen vigentes. La información sobre esta situación se encuentra en el numeral dos de la transcripción de los testimonios incluidos en el ANEXO 3, los cuales detallan las distintas actividades organizadas. En segundo lugar, las agencias tienden a ofrecer premios por vía telefónica, que supone que, para su entrega, los sujetos deben dirigirse al establecimiento comercial donde se encuentran ubicadas; el mismo anexo contempla las declaraciones que revelan y confirman esta práctica desplegada. Lo anterior permite visualizar una violación a la protección contractual que establece la prohibición de condicionar la obtención de un producto a la adquisición de otro.

Por otro lado, las prácticas contractuales están enfocadas a infringir directamente la Ley 1480 de 2011. Al respecto, mi hipótesis es que estas agencias de viaje tienen pleno conocimiento de la presencia de las barreras del acceso a la justicia, mencionadas en el Capítulo

1, punto 1.2, y, por consiguiente, tienen seguridad de que tales actuaciones no van a perjudicarlas jurídicamente. La primera de ellas es la violación al derecho de información, pues a los clientes no se les entrega de manera clara, completa y transparente la información relacionada con el vínculo contractual que se va a formar, las condiciones del contrato y las cláusulas inmersas. Esto puede ser respaldado por el numeral cuarto del documento “Transcripción Entrevistas Usuarios Consultorio Jurídico EAFIT”, ubicado en el ANEXO 3, el cual da cuenta de que los consumidores no son conscientes de las responsabilidades adquiridas.

La segunda, son las prácticas que se basan en redactar cláusulas abusivas en los contratos de adhesión. Aunque estas cláusulas son ineficaces de pleno derecho, cuando el contrato ya ha sido ejecutado por parte del consumidor, este se ve obligado a iniciar un proceso judicial para hacer valer dicha ineficacia, lo cual, de acuerdo con las consideraciones expuestas en el Capítulo 1, no garantiza una reparación efectiva. Estas cláusulas abusivas son incluidas bajo el supuesto de la no lectura por parte de los consumidores, pues son contratos extensos y con lenguaje poco comprensible por los tecnicismos que su redacción propone. Es precisamente en ese espacio donde algunos asesores omiten o tergiversan información relevante, aprovechando la asimetría informativa para configurar condiciones contractuales favorables a la empresa.

En este sentido, a modo de ejemplo de algunas de ellas, una primera cláusula abusiva es la que deja sin efecto alguno cualquier pacto verbal entre las partes distinto a los contratos suscritos y que se observa en los contratos adjuntos en el ANEXO 6. Esta supone una desventaja para el consumidor porque el consentimiento se otorgó sobre la información proporcionada verbalmente y, es allí, donde los asesores omiten asuntos dispuestos en el contrato para su propia conveniencia.

En efecto, durante la conversación entre el empleado de la agencia y el consumidor, el primero suele mencionar condiciones o beneficios que, al final, no se encuentran plasmados en el contrato, con lo que se genera una discordancia entre el plano convencional oral y el texto que debe incorporar dicho acuerdo. Lo anterior genera confusión, ambigüedad en las

condiciones, un desequilibrio en la relación y un vicio en el consentimiento. En suma, el propósito de las agencias es no suministrar el contenido jurídico en su totalidad porque, de lo contrario, los consumidores se abstendrían de tomar alguna decisión. Esto se puede observar en el numeral cinco del documento “Transcripción Entrevistas Usuarios Consultorio Jurídico EAFIT” (ANEXO 3), que da cuenta de que, si se hubiera suministrado la información completa, los usuarios no habrían consentido y, por consiguiente, no existiría vínculo jurídico alguno.

Una segunda cláusula es la que trata sobre el conocimiento y la aceptación de la información, comprendida en los contratos incluidos en el ANEXO 7. Con esta estipulación, las agencias de viaje subsanan futuros reclamos que versen sobre la discrepancia entre lo entendido y lo estipulado en los documentos. De acuerdo con la primera cláusula explicada, la prohibición de acuerdos verbales, estas entidades deben de incluir la segunda para cerciorarse de la confirmación sobre la comprensión de la información. Sin embargo, en la práctica, esta medida puede resultar abusiva, ya que los usuarios no fueron informados adecuadamente, las condiciones se modificaron por escrito sin que se otorgara un consentimiento explícito sobre los documentos firmados.

Otra técnica contractual usada es la inclusión de cláusulas de permanencia que exceden el máximo permitido en los contratos de adhesión, pues con esto las agencias se enriquecen durante un tiempo prolongado con los pagos que realizan los consumidores; esto se evidencia el ANEXO 8 de este documento. El Artículo 41 del Estatuto del Consumidor contiene la cláusula de permanencia mínima, establecida con el fin de evitar una durabilidad extensa en las relaciones jurídicas que suponen una desventaja por las características de las partes que se vinculan. Aun así, estas agencias de viaje se aprovechan del desconocimiento social de las leyes para obtener ventaja y provecho económico significativo de ello.

También, se incluyen cláusulas compromisorias. De acuerdo con Cárdenas Mejía (2012, p. 47), estas cláusulas implican la renuncia a la jurisdicción por parte de los contratantes, de manera que cuando se suscite una controversia, deberán acudir a un tribunal de arbitraje en los términos estipulados. En virtud de lo anterior, las agencias de viaje tienden a incluir

cláusulas compromisorias, como se puede observar en el ANEXO 9, lo que se considera abusivo, toda vez que, el acceso a este mecanismo implica una suma considerable de dinero, debido a que las partes deben sufragar los honorarios de los árbitros y del centro de arbitraje respectivo, en caso de que el arbitraje sea institucional, lo cual suele ser la práctica común.

De acuerdo con el Numeral 12 del Artículo 42 del Estatuto del Consumidor, derogado por el Artículo 118 de la Ley 1563 de 2012, se consideraba como cláusula abusiva la que obligaba al consumidor a acudir a la justicia arbitral. Aunque dicha disposición fue derogada, esta cláusula sigue generando un desequilibrio entre las partes y, por tanto, debe seguir considerándose abusiva conforme al Artículo 42 del mismo Estatuto. Esta afectación se agrava si se tiene en cuenta lo dispuesto por el artículo 27 de la Ley 1563 de 2012, el cual establece que, “si una de las partes consigna lo que le corresponde y la otra no, aquella podrá hacerlo por esta dentro de los cinco (5) días siguientes”. En la práctica, esta norma termina trasladando al consumidor la carga económica del proceso, pues las agencias de viaje, sin incentivos reales para asumir ese pago, simplemente se abstienen de cumplir, forzando al usuario a cubrir ambos costos si desea hacer valer sus derechos.

Si bien es cierto que este tipo de cláusulas pueden ser ineficaces por su carácter abusivo, la mayoría de los consumidores desconocen esta posibilidad. Esta falta de información genera una barrera en la percepción del usuario, quien asume que debe someterse al procedimiento arbitral con todas las implicaciones económicas que ello conlleva. En este contexto, la inclusión de la cláusula, aun cuando jurídicamente pueda ser ineficaz, cumple una función disuasoria y perpetúa una desproporción estructural en la relación de consumo.

En esa medida, las personas de estratos dos y tres, difícilmente tendrán el recurso para acceder a ella, pues se evidencia que son personas que carecen de recursos económicos. Ahora bien, podrían acudir a la justicia ordinaria de nuevo por el no pago de los honorarios de parte de la agencia de viajes; sin embargo, se considera una barrera de acceso a la justicia, debido a que se habría acudido al arbitraje precisamente para evitar un proceso contencioso frente a un juez. Además, dada la situación de insolvencia detallada en el punto 2.2.1, no es útil demandar ejecutivamente por honorarios si las agencias no disponen de recursos económicos para

solventar la deuda. Lo anterior, permite inferir que, quizá, el sentido de incluir esa cláusula es que las agencias tienen presente que las personas no tienen los recursos para acceder a un arbitraje y, de ser así, deben asumir todos los costos que ello implica, de manera completa.

Otra de las prácticas contractuales empleadas es la contenida en el ANEXO 10. Este da cuenta de la reserva anticipada de los premios ganados, lo que, según las agencias, marca el inicio de la ejecución del contrato. Esta práctica es abusiva toda vez que en el momento en que el usuario desee resolver el contrato, de acuerdo con la excepción del Literal 1 del Artículo 47 del Estatuto del Consumidor, el derecho de retrato no se puede efectuar. Como último ejemplo de las prácticas negociales contractuales, antes mencionada en el punto 2.1.3, es la de facilitar la apertura de cuentas crediticias en entidades bancarias, lo cual tiene como fin que la reclamación del consumidor deba ser encaminada hacia la entidad bancaria, eximiendo a la agencia de total responsabilidad por las obligaciones adquiridas, como se puede observar en el ANEXO 11.

### **Capítulo 3: La acción popular como mecanismo preventivo**

Conforme a lo mencionado en los apartados anteriores, si bien los consumidores cuentan con la acción de protección al consumidor, esta resulta siendo un mecanismo instrumentalmente ineficaz. Las barreras de acceso a la justicia y las prácticas desplegadas por las agencias de viaje para evadir la ley hacen que, incluso obteniendo una sentencia favorable, no siempre se logre una reparación efectiva. Además, al depender exclusivamente de la iniciativa del consumidor, muchas veces la acción no se interpone por desconocimiento, miedo o falta de recursos. Por ello, se hace necesario contemplar un mecanismo jurídico complementario que no dependa únicamente del impulso del afectado. En este sentido, la acción popular, se presenta como una alternativa adecuada para prevenir vulneraciones y garantizar una protección más eficaz. Definida en la Ley 472 de 1998, el Artículo 2, dispone lo siguiente:

Son los medios procesales para la protección de los derechos e intereses colectivos.

Las acciones populares se ejercen para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible.

Una de las características de la acción popular es que puede ser promovida por cualquier persona, sea natural o jurídica, de manera grupal o individual, caso último en el cual esta actuará, en el eventual proceso, como representante de la comunidad a la que se les han violentado sus derechos como consumidores; además, puede ser ejercida contra autoridades públicas o particulares. Este mecanismo persigue un fin público como acción preventiva y correctiva, el cual no pretende conseguir un resarcimiento pecuniario en relación con los perjuicios sufridos y, agregado a lo anterior, debe ser ejercido sin ánimo de lucro.

Esta procede, en el presente caso, por la acción referida al riesgo causado por las agencias de viaje frente a la vulneración de los derechos colectivos de sus usuarios. De acuerdo con el Literal n del Artículo 4, de la misma ley, los derechos de los consumidores son considerados intereses colectivos y, por lo tanto, se puede hacer uso de este mecanismo en el caso objeto de esta investigación. Esto produce una eficiencia en el proceso, pues mediante la acción popular se evita la formulación de demandas de manera individual, para acumular, en un solo reclamo, varios mismos hechos y pretensiones.

Por otro lado, en relación con la legitimación por activa, la acción popular no requiere que el consumidor afectado deba ser quien presente la acción. Incluso, si nunca se ha sufrido una vulneración por parte de las agencias de viaje, esta puede ser interpuesta en relación con un interés social y personal por la defensa de los derechos. Debido a lo anterior, para facilitar su redacción y presentación, podría ser iniciada por personas que entiendan y conozcan la ley, su funcionamiento, su lenguaje y sus procedimientos, por ejemplo, los consultorios jurídicos de las universidades de la ciudad, que de acuerdo con las consultas que reciben, pueden tener bastantes argumentos para fundamentar la acción popular. Contar con esta pericia en el saber del derecho evita la presencia de las barreras de acceso a la justicia mencionadas en el Capítulo 1, punto 1.2.

Por último, en cuanto a la legitimación por pasiva, la acción popular se puede dirigir frente a todos los actores que facilitan la producción del daño, con el fin de disminuir o cesar por completo la amenaza. En primer lugar, las agencias de viaje son el actor principal que transgrede los derechos de los consumidores al ejecutar una variedad de tácticas para evadir la ley; en segundo lugar, los centros comerciales son aquellos que brindan el espacio físico donde las agencias logran legitimarse, al brindar confiabilidad y seguridad en quienes se vinculan a estas. En tercer lugar, las entidades financieras, al permitir la fácil apertura en sus productos, favorecen la producción de la lesión. Entonces, se presenta una clara concurrencia entre los sujetos que conlleva necesariamente a la generación del perjuicio de la manera en que se está presentando, explicada a detalle en el Capítulo 2, punto 2.1.

En consecuencia, este mecanismo procesal es una buena propuesta para corregir la actual trasgresión causada por las agencias de viajes. Si bien las acciones individuales son, en principio, el mecanismo idóneo para la protección de los derechos del consumidor, en la práctica han demostrado ser insuficientes para cesar el daño. Aún no se ha puesto a prueba este mecanismo colectivo, por lo que resulta pertinente considerarlo como una vía para prevenir la continuidad y propagación del perjuicio.

Aunque se reconoce que, desde el punto de vista normativo, la acción individual permite corregir la vulneración y proteger los derechos del consumidor afectado, también es claro que no siempre logra una solución efectiva por lo explicado a lo largo de este escrito. Por ello, la acción popular, aunque no se enfoque en el interés individual, podría constituir una respuesta eficaz a nivel general y colectivo, al abordar de raíz la problemática estructural.

## Conclusiones

Las agencias de viaje ubicadas en los centros comerciales del Valle de Aburrá vulneran los derechos de los consumidores sin que enfrenten consecuencias jurídicas negativas ni garanticen una reparación efectiva frente a quien resultan afectados. Esto se enmarca en un contexto de ineficacia instrumental del derecho, pues esta investigación sugiere la existencia de una brecha significativa entre el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y su aplicación. Esta desconexión de la norma en los textos jurídicos y su práctica se evidencia, en primer lugar, por las distintas barreras del acceso a la justicia que les impiden a los consumidores, de cara a un eventual proceso declarativo, que su situación sea reparada.

En segundo lugar, por las distintas prácticas prenegociales y negociales desplegadas por las agencias de viajes para eludir la ley, impidiendo el cumplimiento práctico de la norma. Lo anterior, pese a la regulación jurídica que brinda el Estatuto del Consumidor, por medio de la estipulación diversa de derechos, protecciones contractuales y mecanismos. Bajo el respaldo de los testimonios de los afectados, documentos e informes anexados, se evidenció de que están compuestas las diversas prácticas de las agencias de viaje, cómo se implementan y el fin que persigue cada una al ser ejecutada

Conforme al estudio efectuado, en la vulneración concurren tres distintos actores para producir el daño. Las agencias de viaje, por medio de sus prácticas desplegadas, vulneran los derechos de los consumidores, en segundo lugar, los centros comerciales facilitan el espacio, lo que produce un respaldo y seguridad en las anteriores. Por último, las entidades financieras, mediante la autorización de apertura de sus productos, facilitan la generación de perjuicio.

En consecuencia, se propone, como alternativa jurídica, la formulación de una acción popular. Dada sus características y el fin perseguido por ella, se sugiere su realización con el objetivo prevenir la presencia del daño ocasionado por las agencias de viaje, los centros comerciales y las entidades financieras, frente a los consumidores.

## Referencias bibliográficas

Cárdenas Mejía, J. P. (2012). Módulo Arbitraje Nacional e Internacional. Panamericana Formas e Impresos.

Castilla Juárez, K. A. (2012). En Acceso efectivo a la justicia. Elementos y caracterización. Editorial Porrúa.

Código Civil [CC]. Ley 84 de 1873. 31 de mayo de 1873 (Colombia).

Código de Comercio [C CIO]. Decreto 410 de 1971. 16 de junio de 1971 (Colombia).

Código General del Proceso [CGP]. Ley 1564 de 2012. 12 de julio de 2012 (Colombia).

Constitución Política de la República de Colombia [Const]. Artículo 229. 20 de julio de 1991 (Colombia).

Decreto 196 de 1971. Por el cual se dicta el estatuto del ejercicio de la abogacía. 1 de marzo de 1971. D.O. No. 33255

García Villegas, M. (2014). La eficacia simbólica del derecho. Sociología política del campo jurídico en América Latina. Penguin Random House Grupo.

Hierro, L (2003). La eficacia de las normas jurídicas. Ariel.

Honoré, T. (2013). Condiciones necesarias y suficientes en la responsabilidad extracontractual. *Revista chilena de derecho*. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372013000300018>

Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. 12 de octubre de 2011. D.O. No. 48220

Ley 1563 de 2012. Por medio de la cual se expide el Estatuto de Arbitraje Nacional e Internacional y se dictan otras disposiciones. 12 de julio de 2012. D.O. No. 48489

Ley 472 de 1998. Por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones. 6 de agosto de 1998. D.O. No. 43357

Ley 675 de 2001. Por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal. 4 de agosto de 2001. D.O. No. 44509

Ospina Fernández, G. y Ospina Acosta, E. (2005). Teoría general del contrato y del negocio jurídico. Editorial Temis.

Pound, R. (1910). Law in books and law in action. Harvard Law School Library.

Real Academia Española. (s.f). *Diccionario de la lengua española*. (s.f), [centro | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE](#)

Reyes Villamizar, F. (2020). Derecho societario. Tomo 1. Editorial Temis.

Superintendencia Financiera de Colombia. (2016). *Conformación del Sistema Financiero Colombiano*. [Conformación del Sistema Financiero Colombiano](#)

Varón Palomino, J. C., Rengifo Gardeazábal, M. y Peña Bennett, F. (2022). Derecho del consumo. Tomo I. Introducción al derecho del consumo. Ediciones Uniandes. <http://dx.doi.org/10.15425/2017.528>