

DOS MINUTOS DE DOCTRINA

14 de mayo de 2019

¿UN ERROR GROSERO PUEDE SER BASE DE UN CONTRATO VÁLIDO?

*Una aerolínea se equivocó al calcular el valor de un pasaje.
¿Qué pasa con quienes compraron billetes a un precio absurdo?*

El señor Ferro no podía dar crédito a sus ojos cuando en la página web de la agencia de viajes almundo.com, United Airlines ofrecía pasajes desde Santiago de Chile a Sydney a menos de diez dólares.

Inmediatamente compró uno. Su felicidad terminó pronto cuando United Airlines, al día siguiente, lo canceló por medio de un correo electrónico.

United explicó que se había equivocado al calcular el precio, por lo que le devolvería el precio de compra. A los pocos días, efectivamente, le devolvieron lo pagado.

Pero la irritación del señor Ferro por no poder viajar al país de los canguros se convirtió en un pleito contra United Airlines ante la justicia comercial pues “aunque UA haya incurrido en un error en la publicación de la tarifa, debía, de todos modos, hacerse responsable con los usuarios de buena fe como él”. El señor Ferro reclamó que se le entregara el pasaje al precio pactado y que se lo indemnizara por el daño moral sufrido. Más aun: pidió que la indemnización reclamada incluyera daños punitivos.

United respondió con dos argumentos: uno formal y otro de fondo.

Bajo el primero de ellos, United sostuvo que la justicia comercial era incompetente, puesto que la legislación aplicable (el Código Aeronáutico) atribuye competencia en este tipo de cuestiones a la justicia federal.

El segundo argumento de la línea aérea fue que el 26 de marzo de 2018 (el mismo día en que el señor Ferro compró su pasaje), un analista de precios de United “quiso igualar la tarifa que ofrecía la aerolínea Qantas para la ruta Chile-Australia (tarifa que variaba entre USD 1175 y USD 5581 –en pesos argentinos, entre 23.600 y 112.000, aproximadamente–) pero, al incorporar los datos en el software de difusión mundial, cometió el error de tarificarlo en pesos chilenos en vez de dólares estadounidenses, lo que resultó en una tarifa que osciló entre USD 1,95 (¡menos de dos dólares!) y USD 9,26”.

United argumentó que “esa tarifa era 99.80% más baja que la del mercado promedio, lo que demostraba que se trató de un *error esencial de hecho* que implica que la oferta era nula”.

La primera cuestión que resolvió el juez¹ fue la de la incompetencia. A pesar de que sobre la cuestión existen divergencias, el magistrado entendió que la cuestión trataba de una locación de servicios comerciales y la demanda estaba dirigida contra una sociedad comercial, por lo que estaba regida por leyes mercantiles. En consecuencia, “no se encontraba en debate la legislación aeronáutica aun cuando alguna de sus normas pueda resultar aplicable”, por lo que el debate podía ser resuelto por la justicia mercantil.

Pero el argumento más fuerte del juez para sostener su competencia fue que “la disputa no excedía el marco del derecho común”. En su opinión, “el derecho aeronáutico no podía ser extendido al punto de atribuir al fuero federal el conocimiento de causas en las cuales la interpretación y aplicación de normas y principios del derecho aeronáutico no resultan, *a priori*, preponderantes para decidir la contienda”.

El juez dijo que “no advertía cuál sería la norma típicamente aeronáutica que regulaba la cuestión. Mal podía entonces surtir efecto [...] el Código Aeronáutico que prevé la competencia federal para las causas que versen sobre navegación aérea”.

Sobre la cuestión de fondo, el juez notó que Ferro no había impugnado ninguna de las pruebas documentales aportadas por United, de las que resultaba que la tarifa ofertada era el resultado de un error.

Dijo el juez: “la prueba me trae absoluta certeza de que la tarifa publicada no se condice ni remotamente con los valores habituales del mercado ni por los ofrecidos históricamente por United, lo que me lleva

a concluir que el error invocado tiene una naturaleza tal que afecta fatalmente el negocio celebrado”.

El juez reconoció que, desde un punto de vista formal, la situación caía dentro de las previsiones de la Ley de Defensa del Consumidor.

Recordemos que ésta dice que “la oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, *obliga a quien la emite* durante el tiempo en que se realice” y que “la revocación de la oferta hecha pública es eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los empleados para hacerla conocer. La no efectivización de la oferta será considerada negativa o restricción injustificada de venta, pasible de sanciones...”

Y también que “las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor y *obligan al oferente*.”

El juez, sin embargo, dijo que más allá de lo que dice esa ley, “era evidente que la oferta contuvo un error en la determinación del precio y ese error juega como un elemento determinante para decidir este asunto”.

Tuvo en cuenta que la legislación argentina, cuando legisla sobre el error, lo hace con relación no sólo a los contratos, sino a todos los actos jurídicos. Y cuando éstos son *bilaterales*, el error, para que tenga efectos, *debe ser reconocible* por el destinatario de la oferta.

¿Y cuándo un error es *reconocible*? Cuando “el destinatario de la declaración lo pudo conocer según la naturaleza del acto, las circunstancias de persona, tiempo y lugar”.

¹ In re “Ferro c. United Airlines SA”, JCom. 3, Sec. 6, 16 abril 2019; expte. 011263/2018, *elDial.com* AAB2BE

El juez recordó varios aspectos del tema que la doctrina ha establecido: “cuando la voluntad en su formación interna ha sufrido un *desencuentro con la realidad*, de modo que la representación de los datos de hecho es errónea, se configura un error impropio, obstáculo u obstativo, que afecta a la declaración. Este error influye en la voluntad llevando a una resolución que, sin él, no se hubiera formado o se hubiera formado de otro modo”.

Para el juez, eso fue lo que ocurrió: la intención de vender pasajes por parte de United “se construyó sobre una base manifiestamente errónea, que la llevó a vender por una suma manifiestamente inferior a la que correspondía”.

Por consiguiente, “no se perfeccionó un contrato”. Para el juez, “el error era perfectamente reconocible por el destinatario [de la oferta]”.

El magistrado no dejó de lado “que la relación se entabló entre un consumidor y un sistema experto de contratación, respecto del cual la apariencia y la confianza deben ser tomados como estándares de calidad frente al régimen de comercialización de pasajes que [United] establece unilateralmente y esta circunstancia, que he valorado, hace que deban ser analizadas con mayor estrictez las obligaciones que pesan sobre quien estructuró el sistema “ (en otras

palabras, hubo cierto grado de torpeza por parte de United).

Pero, “aun en ese caso, no debe descartarse la posibilidad de que errores humanos afecten la vinculación comercial y obsten a la producción de los efectos buscados, cuando, como quedó dicho, *el error era perfectamente reconocible por el consumidor*”.

Más aun: “un sujeto que pretende realizar el viaje de marras a un lugar distante, con todos los pormenores convergentes del emprendimiento, que incluye moneda, lengua y hasta costumbres diferentes, averigua, indaga, investiga sus costos y presupuestos eventuales dentro de una gama de opciones razonables y es propio del normal devenir de las cosas que se descarten aquellas que por sus características aparecen como absurdas e irreales...”

Bajo ese razonamiento, el juez rechazó la demanda.

La cosa fue bien resuelta, pero... ¿no hay acaso ocasiones en las que se hacen ofertas casi increíbles? La torpeza de la aerolínea ¿no debería al menos merecer una pequeña multa, no para beneficio del frustrado turista, sino para la autoridad encargada de la lealtad comercial? Son preguntas nomás, no opiniones.

* * *

Esta nota ha sido preparada por Juan Javier Negri. Para más información sobre este tema pueden comunicarse con el teléfono (54-11) 5556-8000 o por correo electrónico a np@negri.com.ar.

**Este artículo es un servicio de Negri & Pueyrredon Abogados a sus clientes y amigos.
No tiene por objeto prestar asesoramiento legal sobre tema alguno.**