

## Corte de Apelaciones de Concepción, 24 de enero de 2022

*Patricia Arriagada Pávez con Cencosud S.A.*

<b>Rol N°</b>	86-2020
<b>Recurso</b>	Recurso de Apelación
<b>Resultado</b>	Confirmación de la sentencia apelada
<b>Normativa relevante</b>	Artículo 28 LPDC
<b>Ministros y Abogados integrantes</b>	Ministros Sres. Claudio Gutiérrez Garrido y Jaime Solís Pino
<b>Palabras clave</b>	Oferta. Consentimiento.

### Resumen

Se hace una oferta de un inmueble por parte de doña S.J.J.S. hacia la sociedad Inversiones y Asesorías Nueva Extremadura Limitada, esta es aceptada posteriormente. Sin embargo, el aceptante antes de llevar a cabo la compraventa enajena a un tercero el inmueble. El vendedor demanda indemnización de perjuicios, se acepta por la corte de apelaciones y se confirma en por la Corte Suprema, condenando al demandado al pago de la cláusula penal pactada.

### Hechos

El 20 de marzo de 2019 se publicó por la página [www.paris.cl](http://www.paris.cl), perteneciente a CENCOSUD Retail S.A, una oferta consistente en una cama europea art 4 King base dividida Rosen más set muebles Doménico sku 937211999 por un valor de \$38.990, cuyo precio original era la suma de \$739.990, sólo disponible con la tarjeta CENCOSUD, más el costo del despacho.

Patricia Arriagada Pavés, aprovechando la oferta, y teniendo en su poder la tarjeta CENCOSUD, efectuó dos compras de los muebles ya señalados.

En instantes posteriores a efectuar las compras, la consumidora recibió dos mensajes en su correo electrónico, remitidos por Paris CENCOSUD, confirmando las compras, señalando además “Las compras han sido efectuadas exitosamente”, adjuntando en dichos mensajes las boletas electrónicas No 1340058455 y No1340058522, cada una por un valor de \$ 54.980 pesos, desglosadas en las suma de \$38.990 más \$15.990, esto último referente al costo de despacho. En definitiva se pagó la suma total de \$109.960, valor cargado a la tarjeta CENCOSUD de la compradora.

Al día siguiente la consumidora recibió un llamado telefónico desde la tienda París, en la que se le indicó que hubo un error en la publicación de la página París.cl, por lo cual le hicieron saber que dejarían sin efecto las compras de manera unilateral, y le ofrecieron como compensación una *gift card* de \$ 100.000, más la devolución del dinero pagado por los productos y el costo del despacho, lo que fue rechazado por su patrocinada.

### Cuestión jurídica

La sentencia resuelve dos cuestiones:

1. La configuración de la publicidad engañosa cuando es producto de un error en el precio
2. Los límites a la protección de los consumidores frente al error en el precio

### Decisión del tribunal

## **1. A propósito de la configuración de la publicidad engañosa cuando es producto de un error en el precio**

“7°) Que el artículo 28 de la Ley N° 19.496, citado precedentemente, exige para la configuración de la infracción, mala fe de parte del proveedor, al exigir como requisito para su procedencia que “actúe a sabiendas o debiendo saberlo a través de cualquier medio publicitario induzca a error o engaño...”.

Sin embargo, del mérito de los antecedentes del proceso, aparece que en la especie se está frente a un error “excusable”, pues no se advierte dolo ni culpa por parte de la querellada, ya que ésta tiene como giro ordinario la compraventa de bienes muebles, y cometió un error respecto al precio publicitado de una cama completa con veladores, error que es el objeto de este juicio. En efecto, no actuó a sabiendas y no hubo intención de engañar, por lo que no se configura el tipo infraccional tipificado en la norma legal ya transcrita.

La afirmación anterior, esto es que el error cometido es excusable, se basa en el hecho que se trata de dos camas europeas art 4 King base dividida marca Rosen, cada una con el set muebles Doménico sku 937211999, publicado en el año 2019 en la página web en menos del 10% de su valor comercial, esto es \$38.990 cada una de ellas; en circunstancias que el valor debía ser \$739.990, circunstancia que implicaría, en el hecho, que el producto tendría aproximadamente un 96% de descuento.

Si bien es cierto que las empresas suelen efectuar ofertas de sus productos a precios inferiores a los normales, de hasta un 60%, señalando las condiciones (comprar con tal o cual tarjeta, por determinado período, stock limitados, productos con alguna avería menor, sin garantía, etc.) bajo las cuales se puede comprar, no es menos cierto que las máximas de la experiencia – una de las reglas de la sana crítica, forma de apreciar la prueba en este tipo de juicios- determinan que ofrecer un producto con casi un 96% de descuento, hace llamar de inmediato la atención de un cliente informado que puede ser producto de un error en la publicación, pues el precio ofrecido no puede ser serio o por lo menos es irrisorio, ya que ni siquiera cubriría el costo de fabricación del producto.

Entender la venta de un producto, cama y muebles relacionados, de las características recién descritas, en menos del 10% de su valor comercial repugna la lógica y el sentido común, pues el precio publicado en la página web de la querellada resulta casi irrisorio, no siendo lógico que un consumidor pueda creer, eria y razonablemente, que un producto como el de la especie pueda ser vendido a un valor tan menor.

Por lo demás, quedó probado por el reconocimiento de la propia actora en su demanda, que la demandada civil CENCOSUD RETAIL S.A., al percatarse del error en la publicación de los precios contactó a la consumidora informando la situación y ofreciéndole una solución, demostrando con ello que no hubo mala fe de parte del proveedor; distinto es que la consumidora no quisiera aceptar la solución ofrecida. Sin perjuicio de lo anterior, se le ofreció una gift card por un valor de \$100.000 a modo de compensación del supuesto mal rato sufrido por ésta”

## **2. A propósito de los límites a la protección de los consumidores frente al error en el precio**

8°) Que sobre esta materia debe tenerse lo referido por el profesor Hernán Corral Talciani, quien sostiene: “Este tipo de casos pone en cuestión la misma naturaleza tutelar del Derecho de Consumo. Es claro que las normas que lo integran, entre nosotros contenidas en la Ley N° 19.496, de 1997, tienen por objetivo proteger los derechos e intereses de los consumidores ante el desequilibrio de poderes y de información que se produce entre ellos y los proveedores. Pero

la protección sólo se justifica cuando la parte débil de la relación es el consumidor frente a posibles abusos de los proveedores. No puede sostenerse que ante cualquier conflicto siempre y en todo evento debe darse prioridad el interés del consumidor por sobre el del proveedor. Si es el consumidor quien procede de mala fe y se aprovecha de una debilidad contingente que afecta al proveedor, el Derecho del Consumo no puede ya tutelarlos, y cobrará vigencia el principio general del Derecho de que nadie puede aprovecharse de su propio dolo”, citado en sentencia Rol N° 352-2019, Policía Local, de 12 de agosto de 2020, de esta Corte de Apelaciones de Concepción, en su considerando sexto) ...

(...)

9°) Que a mayor abundamiento, el artículo 706 inciso final del Código Civil señala que: “Un justo error en materia de hecho no se opone a la buena fe”.

Sobre esto mismo debe decirse que de aceptarse la pretensión de la parte querellante, existiría una vulneración al principio de la equidad contractual, según el cual, los contratos onerosos deben conservar el equilibrio inicial y mantenerlo en etapa funcional, hasta su extinción, pues deben apreciarse los intereses de ambas partes y las intenciones o pretensiones que tuvieron al momento de contratar. Si esto no se verifica, el contrato sería inútil para los fines que se pensó.

Es más, como ya se ha dicho, el precio ofertado por cada cama y veladores es irrisorio, pues no alcanzaría a cubrir siquiera el costo de fabricación, por lo que no puede obligarse a la demandada civil CENCOSUD Retail S.A. a entregar el total de los productos, pues ello vulneraría el principio de la buena fe, toda vez que la demandada al percatarse de su error dio cuenta de él a la actora y le ofreció una solución, sin que ésta lo aceptara, insistiendo ésta en que le entregaran los productos, pretendiendo así la adquisición de productos a un precio insólito y poco serio, aprovechándose del error del proveedor.

En consecuencia, proceder como lo solicita la actora, esto es, obligar al cumplimiento del contrato, ante un error de la demandada, sería aprobar una venta a precios ínfimos que ni siquiera logran cubrir el costo de producción de los mismos, adjudicando a la actora una ganancia que el derecho no puede consentir. De modo tal, que no se puede dar lugar a lo solicitado por la actora, esto es, al cumplimiento forzado de la obligación, tal como lo resolvió la jueza del grado;