





Twitter

([https://twitter.com/intent/tweet?text=Error en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores](https://twitter.com/intent/tweet?text=Error+en+los+precios+y+la+necesidad+de+proteger+la+confianza+de+los+consumidores))  
<https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/>



Compartir

(<https://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/>)



Imprimir

(/utils/boxes/print.html)



Enviar por mail

(/utils/boxes/email.php?id=1278305)



Rectificar

(<http://form.elmostrador.cl/rectificar/>)  
 en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores)

A principios de año, supimos por los medios, que una aerolínea había cancelado cientos de pasajes a Australia ofrecidos a muy bajo precio. ¿La razón? La oferta publicada en el sitio web de la aerolínea y de una agencia de viajes era errónea, todo fue una equivocación. Esta noticia no solo movilizó a SERNAC y a las agrupaciones de consumidores, también puso sobre la mesa el debate acerca de la posibilidad que tienen las empresas para excusarse de cumplir con sus contratos cuando yerran en aspectos tan importantes como el precio.

## VIDEOS RECOMENDADOS

Powered by **[primis]**

## Cita de libros "Fulgentius" de César Aira: arte y poder

Fabius Exelsus Fulgentius sigue siendo, a sus sesenta y siete años, un general irremplazable para las campañas de expansión del Imperio romano. El breve descanso para el aprovisionamiento Fulgentius ha aprovechado para poner en pie, con la ayuda del coro local de actores y legionarios a su mando, una tragedia autobiográfica que él mismo ha escrito y que considera única en su género. En esta doble ambición de Fulgentius, la campaña militar y montar su obra, César Aira propone una interesante relación entre arte y poder.

Estas líneas pretenden dar a conocer algunas variables a considerar al momento de enfrentar un problema como este. Quizás la mejor forma sea comenzar por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC). Según la norma, el proveedor no puede rehusarse injustificadamente a cumplir con lo ofrecido en los términos publicitados.

“ Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor. ”

A partir de la regla, la solución parece ser clara: si el proveedor se equivoca, debe soportar los costos de su error. Sin embargo, antes de ser tan tajantes con las compañías, vale la pena preguntarse sobre qué es lo que se está protegiendo la LPDC.

La respuesta es sencilla: la confianza de los consumidores y aquellas expectativas que el proveedor ha creado en el cliente respecto de las condiciones en que se ejecutará el contrato.

Para entender por qué la protección de la confianza es un valor relevante para el legislador, es necesario tener en mente los siguientes dos factores.

El primero, la publicidad como técnica comunicacional entre proveedores y consumidores. Ya sea a través de anuncios impresos o la exhibición de

productos en sitios de internet, la función principal de la publicidad consiste en persuadir, en complemento con su función informativa, y, por lo tanto, captar la atención del cliente a través de técnicas que no apelan directamente a lo racional, generando así, un interés en el producto o servicio ofrecido.

El segundo, el control que tiene el proveedor sobre los precios. Son las compañías quienes ofrecen el producto o servicio, y por lo tanto quienes lo conocen y escogieron para ponerlo en el mercado. Esta idea es la que hace presumir a los consumidor -y con justa razón- que quien se encuentra en mejor posición para poner el precio es el propio proveedor y por lo tanto han de confiaren su criterio. Dudosamente se puede creer que una compañía establezca un precio que arroje márgenes de ganancia negativo o que no esté destinado a la captura de clientes.

Ambos factores, el manejo de la técnica persuasiva y el control de los precios, permiten articular la manera en que se forma la confianza del consumidor. Por una parte, este se ve atraído a consumir el producto a través de técnicas especializadas para ello, y por otro, los términos y condiciones (entre ellas el precio) son fijados por quien no se encuentra en posición de perder dinero ¿Por qué, entonces, deberíamos desconfiar del precio publicado?

La razón que han dado las compañías, y alegado para dejar sin efectos la oferta es la existencia de un error, una equivocación en la digitación o en el algoritmo de un software que decanta en un precio que no corresponde al auténticamente estimado por la compañía.

¿No es entonces el error una razón justificada para que el proveedor no cumpla con lo ofrecido? La respuesta es no.

La técnica empleada para atraer al público y su inmejorable posición para fijar el precio (respecto del consumidor), ponen al proveedor en una situación ventajosa y de control sobre la operación (compraventa de producto, arrendamiento de servicios, etc.). En tal sentido, justificar su error sobre la base de una equivocación sería darle protección legal a la negligencia de la compañía por sobre la confianza y expectativas que ha generado por medio de sus dichos en el consumidor.

Ahora bien, ¿todo esto quiere decir que no hay espacio para que el proveedor pueda justificadamente negarse a cumplir con sus dichos? Claro que podrá, pero el margen es estrecho.

La LPDC protege al consumidor que actúa por confianza en la apariencia creada por el proveedor. Sin embargo, ahí donde la confianza se torna aprovechamiento, y la conducta del consumidor ya no encuentra su origen en esta, las reglas que lo protegen pierden sentido y aplicación.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

El asunto está en determinar si el consumidor sabía o podía haber detectado de manera sencilla que el precio publicado era el resultado de una equivocación.

Ahora bien, ¿cómo evaluar y demostrar que el consumidor está actuando por provecho y no por confianza? Es una calificación que quedará a criterio de los jueces y en manos de los litigantes que representen a las compañías.

En resumen, para llegar a una respuesta a los problemas del error en los precios y tarifas, hay que tener presente que el principal propósito del legislador es proteger la confianza que motiva las conductas de los consumidores.

Sin embargo, se debe proteger nada más que la confianza, y no radicalizar la defensa a eventuales situaciones de aprovechamiento, aun cuando el error provenga de la negligencia de los proveedores.

Síguenos (<https://news.google.com/publications/CAAiEPBp1I9OBciU0ByB5S5AytQqFAgKIhDwadSPTgXIINAcgeUuQMrU?hl=es-en> 419&gl=CL&ceid=CL%3Aes-419)

- *El contenido vertido en esta columna de opinión es de exclusiva responsabilidad de su autor, y no refleja necesariamente la línea editorial ni postura de **El Mostrador**.*

## Claves

confianza de los consumidores (<https://www.elmostrador.cl/claves/confianza-de-los-consumidores/>)

Error en los precios (<https://www.elmostrador.cl/claves/error-en-los-precios/>)

## Compartir Noticia



(<https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/>)



([https://twitter.com/intent/tweet?text=Error en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-](https://twitter.com/intent/tweet?text=Error%20en%20los%20precios%20y%20la%20necesidad%20de%20proteger%20la%20confianza%20de%20los%20consumidores)

en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/)



([https://www.linkedin.com/shareArticle?](https://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/)

[mini=true&url=https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/](https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los-precios-y-la-necesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/))



(/utils/boxes/email.php?id=1278305)

### Noticias Relacionadas



Opinión

#### El impacto político del respaldo del Tribunal Supremo al veto migratorio de Trump

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/08/el-impacto-politico-del-respaldo-del-tribunal-supremo-al-veto-migratorio-de-trump/>)

VER MÁS >

([HTTPS://WWW.ELMOSTRADOR.CL/NOTICIAS/OPINION/2018/07/08/EL-IMPACTO-POLITICO-DEL-RESPALDO-DEL-TRIBUNAL-SUPREMO-AL-VETO-MIGRATORIO-DE-TRUMP/](https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/08/el-impacto-politico-del-respaldo-del-tribunal-supremo-al-veto-migratorio-de-trump/))



Opinión

#### ¿Rebaja al impuesto de empresas?

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/al-impuesto-de-empresas/>)

VER MÁS >

([HTTPS://WWW.ELMOSTRADOR.CL/NOTICIAS/OPINION/2018/07/08/REBAJA-AL-IMPUESTO-DE-EMPRESAS/](https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/08/rebaja-al-impuesto-de-empresas/))



Opinión

#### ¿Qué hacer con las Isapre?

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/08/que-hacer-con-las-isapre/>)

VER MÁS >

([HTTPS://WWW.ELMOSTRADOR.CL/NOTICIAS/OPINION/2018/07/08/QUE-HACER-CON-LAS-ISAPRE/](https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/08/que-hacer-con-las-isapre/))



OPINIÓN

#### La doctrina Abbott y la liberación de elefantes

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/doctrina-abbott-y-la-liberacion-de-elefantes/>)

VER MÁS >

([HTTPS://WWW.ELMOSTRADOR.CL/NOTICIAS/OPINION/COLUMNAS/2018/07/08/DOCTRINA-ABBOTT-Y-LA-LIBERACION-DE-ELEFANTES/](https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/columnas/2018/07/08/doctrina-abbott-y-la-liberacion-de-elefantes/))

### Videos (<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/videos>)



(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/waissbluth-es-desmentido-en-television-por-difundir-fake-news-respecto-a-la-nueva-constitucion/>)

#### Mario Waissbluth es desmentido en televisión por difundir fake news respecto a la nueva Constitución

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/waissbluth-es-desmentido-en-television-por-difundir-fake-news-respecto-a-la-nueva-constitucion/>)

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/26/decenas-de-personas-realizaron-desmanes-en-barrio-lastarria-destruyeron-locales-comerciales-y-se-enfrentaron-con-locatarios-y-vendedores-ambulantes/>)

**Decenas de personas realizaron desmanes en Barrio Lastarria: destruyeron locales comerciales y se enfrentaron con locatarios y vendedores ambulantes**  
(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/26/decenas-de-personas-realizaron-desmanes-en-barrio-lastarria-destruyeron-locales-comerciales-y-se-enfrentaron-con-locatarios-y-vendedores-ambulantes/>)

Se acusó demora y falta de presencia policial en el lugar, en una acción que no tuvo detenidos. Tras la vandalización en la turística...



(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/menos-un-detenido-se-registran-incidentes-al-exterior-del-instituto-nacional-en-el-retorno-de-clases/>)

**Al menos un detenido: se registran incidentes al exterior del Instituto Nacional en el retorno de clases**  
(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/menos-un-detenido-se-registran-incidentes-al-exterior-del-instituto-nacional-en-el-retorno-de-clases/>)

(<https://www.elmostrador.cl/cultura/2022/07/25/fallece-el-actor-david-warner-villano-en-titanic-y-la-cruz-de-hierro/>)

**Fallece el actor David Warner, villano en «Titanic» y «La cruz de hierro»**  
(<https://www.elmostrador.cl/cultura/2022/07/25/fallece-el-actor-david-warner-villano-en-titanic-y-la-cruz-de-hierro/>)

(<https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2022/07/25/presidente-gabriel-boric-emplaza-a-criticos-tras-entrega-de-propuesta-constitucional-si-alguien-se-molesta-debe-tener-temor-a-algo-del-texto/>)

**Presidente Gabriel Boric emplaza a críticos tras entrega de propuesta constitucional: «Si alguien se molesta, debe tener temor a algo del texto»**  
(<https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2022/07/25/presidente-gabriel-boric-emplaza-a-criticos-tras-entrega-de-propuesta-constitucional-si-alguien-se-molesta-debe-tener-temor-a-algo-del-texto/>)



(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/america-femenina-chile-vence-a-venezuela-en-penales-e-ira-al-repechaje-mundialista/>)

**Copa América Femenina: Chile vence a Venezuela en penales e irá al repechaje mundialista**  
(<https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/america-femenina-chile-vence-a-venezuela-en-penales-e-ira-al-repechaje-mundialista/>)

Síguenos



(https://open.spotify.com/show/5mcbXKQribmO3CmUeHVLiD)



(https://www.facebook.com/elmostrador)



(https://twitter.com/elmostrador)



(https://cl.linkedin.com/company/elmostrador)



(https://instagram.com/el\_mostrador/)



(//elmostrador.cl/destacado/feed/)



(//m.elmostrador.cl/)

### Inscríbese y reciba en su correo el Newsletter La Pauta de El Mostrador

Ingrese su correo electrónico

Inscríbese

### Escríbanos



¿Tiene un dato?

(https://www.elmostrador.cl/utills/boxes/contact.php?to=mesa)

## Videos

(https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/)



**Decenas de personas realizaron desmanes en Barrio Lastarria: destruyeron locales comerciales y se enfrentaron con locatarios y vendedores ambulantes**

(https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/26/decenas-de-personas-realizaron-desmanes-en-barrio-lastarria-destruyeron-locales-comerciales-y-se-enfrentaron-con-locatarios-y-vendedores-ambulantes/)

(https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/26/decenas-de-personas-realizaron-desmanes-en-barrio-lastarria-destruyeron-locales-comerciales-y-se-enfrentaron-con-locatarios-y-vendedores-ambulantes/)

de-personas-realizaron-desmanes-en-barrio-lastarria-destruyeron-locales-comerciales-y-se-enfrentaron-con-locatarios-y-vendedores-ambulantes/)



**Fallece el actor David Warner, villano en «Titanic» y «La cruz de hierro»**

(https://www.elmostrador.cl/cultura/2022/07/25/fallece-el-actor-david-warner-villano-en-titanic-y-la-cruz-de-hierro/)

el-actor-david-warner-villano-en-titanic-y-la-cruz-de-hierro/)



**Presidente Gabriel Boric emplaza a críticos tras entrega de propuesta constitucional: «Si alguien se niega debe tener tiempo algo del texto»**

(https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2022/07/25/presidente-gabriel-boric-emplaza-a-criticos-tras-entrega-de-propuesta-constitucional-si-tras-

gabriel-boric-emplaza-a-criticos-tras-entrega-de-propuesta-constitucional-si-tras-

entrega-  
de-  
propuesta-  
constitucional-  
si-alguien-  
se-  
molesta-  
debe-  
tener-  
temor-a-  
algo-del-  
texto/)



**Mario Weissbluth es desmentido en televisión por difundir fake news respecto a la nueva Constitución**

(https://www.elmostrador.cl/noticias/multimedia/2022/07/25/mario-weissbluth-es-desmentido-en-television-por-difundir-fake-news-respecto-a-la-nueva-constitucion/)

**m. Noticias** ▶

(https://www.elmostrador.cl)



**FFAA y policías en la mira: se han robado 126 armas de sus arsenales por fallas en seguridad y protocolos de fiscalización**

(https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/07/26/ffaa-y-policias-en-la-mira-se-han-robado-126-armas-de-sus-arsenales-por-fallas-en-seguridad-y-protocolos-de-fiscalizacion/)



**Irregular investigación complica a la PDI en caso Cristián Cayupán: detective Danitza Araya quedó inválida por un disparo de su compañero**

(https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/07/26/irregular-investigacion-complica-a-la-pdi-en-caso-cristian-cayupan-detective-danitza-araya-queda-invalida-por-un-disparo-de-su-companero)

complica- (https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/07/26/irregular-  
 a-la-pdi- **investigacion-complica-a-la**  
 en-caso- **pdi-en-caso-cristian-cayupan-**  
 cristian- **detective-danitza-araya-**  
 cayupan- **quedo-invalida-por-un-**  
 detective- **disparo-de-un-companero/)**  
 danitza-  
 araya-  
 quedo-  
 invalida-  
 por-un-  
 disparo-  
 de-un-  
 companero/)



**El factor (emocional)**  
**Bachelet**  
 (https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/07/26/el-  
 factor-emocional-bachelet/)  
 (https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/07/26/el-  
 factor-  
 emocional-  
 bachelet/)



**El Gobierno se abre a una**  
**“Tercera Vía”**  
 (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/columnas/2022/07/26/el-  
 gobierno-se-abre-a-una-  
 tercera-via/)  
 (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/columnas/2022/07/26/el-  
 gobierno-  
 se-abre-a-  
 una-  
 tercera-  
 via/)



**¿Quo Vadis Cancillería de**  
**Chile?**  
 (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2022/07/26/quo-  
 vadis-cancilleria-de-chile/)  
 (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2022/07/26/quo-  
 vadis-  
 cancilleria-  
 de-chile/)

**Blogs y Opinión** ▶

(https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/)

Columnas ▶  
 (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/columnas/)



(https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2018/07/09/error-en-los...cesidad-de-proteger-la-confianza-de-los-consumidores/#print-compact  
 constitucion-y-el-  
 rechazo-  
 convergencia-  
 politica-y-juridica)

**La Constituci**  
**política y jurí**  
**constitucion y**  
**politica-y-juri**

por Alejandro Rey  
 (https://www.elmos)



**Minería: opc**  
**regiones**  
**(https://www**

(https://www.elmostrador.cl/...oportunidad-opportunidades-de-desarrollo-en-las-regiones/) por Jenny Rojas (l



**Decidir la cancha**

(https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/la-cancha/) por Rodrigo Alvar (https://www.elm



Cartas al Director (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/cartas/)

**Hube y Poduje**  
(https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2022/07/26/hube-y-poduje/)

Enviada por Genaro Cuadros | 26 julio, 2022

**¿Fin de la modalidad de libre elección?**  
(https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2022/07/26/fin-de-la-modalidad-de-libre-eleccion/)

Enviada por Hector Sánchez | 26 julio, 2022

Cartas al Director (https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/cartas/)

Envíenos sus columnas y cartas a **opinion@elmostrador.cl**  
(mailto:opinion@elmostrador.cl)

**Noticias del día**  
(https://www.elmostrador.cl)



**Cortometraje sobre la pérdida familiar y el alcoholismo gana el Festival Internacional BioBioCine**  
(https://www.elmostrador.cl/noticias/cultura/2022/07/26/cortometraje-sobre-la-perdida-familiar-y-el-alcoholismo-gana-festival-internacional-biobiocine/)

(https://www.elmostrador.cl/noticias/cultura/2022/07/26/cortometraje-sobre-la-perdida-familiar-y-el-alcoholismo-gana-festival-internacional-biobiocine/)



**Diputada Ximena Ossandón y «errores» de la campaña del Rechazo: «La aparición de José Antonio Kast hace un**

**tremendo daño**  
(https://www.elmostrador.cl/dia/2022/07/26/diputada-ximena-ossandon-y-errores-de-la-campana-del-rechazo-la-aparicion-de-jose-antonio-kast-hace-un-tremendo-dano/)



**Caída de árboles, voladura de techos y daños en infraestructura por fuertes vientos: diversos destrozos**

**causo frente de mal tiempo en Talcahuano**  
(https://www.elmostrador.cl/dia/2022/07/26/caida-de-arboles-voladura-de-techos-y-danos-en-infraestructura-por-fuertes-vientos-diversos-destrozos-causo-frente-de-mal-tiempo-en-talcahuano/)



**Unicef Chile lamenta muertes de infante y adolescente en residencias del Estado y llama a asegurar**

**protección integral**  
(https://www.elmostrador.cl/dia/2022/07/26/unicef-chile-lamenta-muerte-de-infante-y-adolescente-en-residencias-del-estado-y-llama-a-asegurar-proteccion-integral/)



**Muestra «¿Qué queda? Los Caprichos de Goya» de Adam Rake: una sociedad que nos vulnera**

(<https://www.elmostrador.cl/cultura/2022/07/26/muestra-que-queda-los-caprichos-de-goya-de-adam-rake-una-sociedad-que-nos-vulnera/>)



(<https://www.elmostrador.cl/tv/>)



**Directora de Chile Transparente y rol de municipios de cara al plebiscito: «Estoy en desacuerdo con Contraloría respecto de que no tengan ningún rol en informar»**

(<https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/07/25/directora-de-chile-transparente-y-rol-de-municipios-de-cara-al-plebiscito-estoy-en-desacuerdo-con-contraloria-respecto-de-que-no-tengan-ningun-rol-en-informar/>)



**Cita de Libros: «Baba Yaga», un relato infantil del medioevo**

(<https://www.elmostrador.cl/cultura/2022/07/24/cita-de-libros-baba-yaga-un-relato-infantil-del-medioevo/>)

NOTICIAS | BLOGS Y OPINIÓN

Opinión

# Error en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores

por Ricardo Torres Urzúa (<https://www.elmostrador.cl/autor/ricardotorresurzua/>) | 9 julio, 2018



A principios de año, supimos por los medios, que una aerolínea había cancelado cientos de pasajes a Australia ofrecidos a muy bajo precio. ¿La razón? La oferta publicada en el sitio web de la aerolínea y de una agencia de viajes era errónea, todo fue una equivocación.

Esta noticia no solo movilizó a SERNAC y a las agrupaciones de consumidores, también puso sobre la mesa el debate acerca de la posibilidad que tienen las empresas para excusarse de cumplir con sus contratos cuando yerran en aspectos tan importantes como el precio.

Estas líneas pretenden dar a conocer algunas variables a considerar al momento de enfrentar un problema como este.

Quizás la mejor forma sea comenzar por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC). Según la norma, el proveedor no puede rehusarse injustificadamente a cumplir con lo ofrecido en los términos publicitados.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

A partir de la regla, la solución parece ser clara: si el proveedor se equivoca, debe soportar los costos de su error. Sin embargo, antes de ser tan tajantes con las compañías, vale la pena preguntarse sobre qué es lo que se está protegiendo la LPDC.

La respuesta es sencilla: la confianza de los consumidores y aquellas expectativas que el proveedor ha creado en el cliente respecto de las condiciones en que se ejecutará el contrato.

Para entender por qué la protección de la confianza es un valor relevante para el legislador, es necesario tener en mente los siguientes dos factores.

El primero, la publicidad como técnica comunicacional entre proveedores y consumidores. Ya sea a través de anuncios impresos o la exhibición de productos en sitios de internet, la función principal de la publicidad consiste en persuadir, en complemento con su función informativa, y, por lo tanto, captar la atención del cliente a través de técnicas que no apelan directamente a lo racional, generando así, un interés en el producto o servicio ofrecido.

El segundo, el control que tiene el proveedor sobre los precios. Son las compañías quienes ofrecen el producto o servicio, y por lo tanto quienes lo conocen y escogieron para ponerlo en el mercado. Esta idea es la que hace presumir a los consumidor -y con justa razón- que quien se encuentra en mejor posición para poner el precio es el propio proveedor y por lo tanto han de confiaren su criterio. Dudosamente se puede creer que una compañía establezca un precio que arroje márgenes de ganancia negativo o que no esté destinado a la captura de clientes.

Ambos factores, el manejo de la técnica persuasiva y el control de los precios, permiten articular la manera en que se forma la confianza del consumidor. Por una parte, este se ve atraído a consumir el producto a través de técnicas especializadas para ello, y por otro, los términos y condiciones (entre ellas el precio) son fijados por quien no se encuentra en posición de perder dinero ¿Por qué, entonces, deberíamos desconfiar del precio publicado?

La razón que han dado las compañías, y alegado para dejar sin efectos la oferta es la existencia de un error, una equivocación en la digitación o en el algoritmo de un software que decanta en un precio que no corresponde al auténticamente estimado por la compañía.

¿No es entonces el error una razón justificada para que el proveedor no cumpla con lo ofrecido? La respuesta es no.

La técnica empleada para atraer al público y su inmejorable posición para fijar el precio (respecto del consumidor), ponen al proveedor en una situación ventajosa y de control sobre la operación (compraventa de producto, arrendamiento de servicios, etc.). En tal sentido, justificar su error sobre la base de una equivocación sería darle protección legal a la negligencia de la compañía por sobre la confianza y expectativas que ha generado por medio de sus dichos en el consumidor.

Ahora bien, ¿todo esto quiere decir que no hay espacio para que el proveedor pueda justificadamente negarse a cumplir con sus dichos? Claro que podrá, pero el margen es estrecho.

La LPDC protege al consumidor que actúa por confianza en la apariencia creada por el proveedor. Sin embargo, ahí donde la confianza se torna aprovechamiento, y la conducta del consumidor ya no encuentra su origen en esta, las reglas que lo protegen pierden sentido y aplicación.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

El asunto está en determinar si el consumidor sabía o podía haber detectado de manera sencilla que el precio publicado era el resultado de una equivocación.

Ahora bien, ¿cómo evaluar y demostrar que el consumidor está actuando por provecho y no por confianza? Es una calificación que quedará a criterio de los jueces y en manos de los litigantes que representen a las compañías.

En resumen, para llegar a una respuesta a los problemas del error en los precios y tarifas, hay que tener presente que el principal propósito del legislador es proteger la confianza que motiva las conductas de los consumidores.

Sin embargo, se debe proteger nada más que la confianza, y no radicalizar la defensa a eventuales situaciones de aprovechamiento, aun cuando el error provenga de la negligencia de los proveedores.

NOTICIAS | BLOGS Y OPINIÓN

## Opinión

# Error en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores

por Ricardo Torres Urzúa (<https://www.elmostrador.cl/autor/ricardotorresurzua/>) | 9 julio, 2018



A principios de año, supimos por los medios, que una aerolínea había cancelado cientos de pasajes a Australia ofrecidos a muy bajo precio. ¿La razón? La oferta publicada en el sitio web de la aerolínea y de una agencia de viajes era errónea, todo fue una equivocación.

Esta noticia no solo movilizó a SERNAC y a las agrupaciones de consumidores, también puso sobre la mesa el debate acerca de la posibilidad que tienen las empresas para excusarse de cumplir con sus contratos cuando yerran en aspectos tan importantes como el precio.

Estas líneas pretenden dar a conocer algunas variables a considerar al momento de enfrentar un problema como este.

Quizás la mejor forma sea comenzar por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC). Según la norma, el proveedor no puede rehusarse injustificadamente a cumplir con lo ofrecido en los términos publicitados.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

A partir de la regla, la solución parece ser clara: si el proveedor se equivoca, debe soportar los costos de su error. Sin embargo, antes de ser tan tajantes con las compañías, vale la pena preguntarse sobre qué es lo que se está protegiendo la LPDC.

La respuesta es sencilla: la confianza de los consumidores y aquellas expectativas que el proveedor ha creado en el cliente respecto de las condiciones en que se ejecutará el contrato.

Para entender por qué la protección de la confianza es un valor relevante para el legislador, es necesario tener en mente los siguientes dos factores.

El primero, la publicidad como técnica comunicacional entre proveedores y consumidores. Ya sea a través de anuncios impresos o la exhibición de productos en sitios de internet, la función principal de la publicidad consiste en persuadir, en complemento con su función informativa, y, por lo tanto, captar la atención del cliente a través de técnicas que no apelan directamente a lo racional, generando así, un interés en el producto o servicio ofrecido.

El segundo, el control que tiene el proveedor sobre los precios. Son las compañías quienes ofrecen el producto o servicio, y por lo tanto quienes lo conocen y escogieron para ponerlo en el mercado. Esta idea es la que hace presumir a los consumidor -y con justa razón- que quien se encuentra en mejor posición para poner el precio es el propio proveedor y por lo tanto han de confiaren su criterio. Dudosamente se puede creer que una compañía establezca un precio que arroje márgenes de ganancia negativo o que no esté destinado a la captura de clientes.

Ambos factores, el manejo de la técnica persuasiva y el control de los precios, permiten articular la manera en que se forma la confianza del consumidor. Por una parte, este se ve atraído a consumir el producto a través de técnicas especializadas para ello, y por otro, los términos y condiciones (entre ellas el precio) son fijados por quien no se encuentra en posición de perder dinero ¿Por qué, entonces, deberíamos desconfiar del precio publicado?

La razón que han dado las compañías, y alegado para dejar sin efectos la oferta es la existencia de un error, una equivocación en la digitación o en el algoritmo de un software que decanta en un precio que no corresponde al auténticamente estimado por la compañía.

¿No es entonces el error una razón justificada para que el proveedor no cumpla con lo ofrecido? La respuesta es no.

La técnica empleada para atraer al público y su inmejorable posición para fijar el precio (respecto del consumidor), ponen al proveedor en una situación ventajosa y de control sobre la operación (compraventa de producto, arrendamiento de servicios, etc.). En tal sentido, justificar su error sobre la base de una equivocación sería darle protección legal a la negligencia de la compañía por sobre la confianza y expectativas que ha generado por medio de sus dichos en el consumidor.

Ahora bien, ¿todo esto quiere decir que no hay espacio para que el proveedor pueda justificadamente negarse a cumplir con sus dichos? Claro que podrá, pero el margen es estrecho.

La LPDC protege al consumidor que actúa por confianza en la apariencia creada por el proveedor. Sin embargo, ahí donde la confianza se torna aprovechamiento, y la conducta del consumidor ya no encuentra su origen en esta, las reglas que lo protegen pierden sentido y aplicación.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

El asunto está en determinar si el consumidor sabía o podía haber detectado de manera sencilla que el precio publicado era el resultado de una equivocación.

Ahora bien, ¿cómo evaluar y demostrar que el consumidor está actuando por provecho y no por confianza? Es una calificación que quedará a criterio de los jueces y en manos de los litigantes que representen a las compañías.

En resumen, para llegar a una respuesta a los problemas del error en los precios y tarifas, hay que tener presente que el principal propósito del legislador es proteger la confianza que motiva las conductas de los consumidores.

Sin embargo, se debe proteger nada más que la confianza, y no radicalizar la defensa a eventuales situaciones de aprovechamiento, aun cuando el error provenga de la negligencia de los proveedores.

NOTICIAS | BLOGS Y OPINIÓN

## Opinión

# Error en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores

por Ricardo Torres Urzúa (<https://www.elmostrador.cl/autor/ricardotorresurzua/>) | 9 julio, 2018

A principios de año, supimos por los medios, que una aerolínea había cancelado cientos de pasajes a Australia ofrecidos a muy bajo precio. ¿La razón? La oferta publicada en el sitio web de la aerolínea y de una agencia de viajes era errónea, todo fue una equivocación.

Esta noticia no solo movilizó a SERNAC y a las agrupaciones de consumidores, también puso sobre la mesa el debate acerca de la posibilidad que tienen las empresas para excusarse de cumplir con sus contratos cuando yerran en aspectos tan importantes como el precio.

Estas líneas pretenden dar a conocer algunas variables a considerar al momento de enfrentar un problema como este.

Quizás la mejor forma sea comenzar por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC). Según la norma, el proveedor no puede rehusarse injustificadamente a cumplir con lo ofrecido en los términos publicitados.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

A partir de la regla, la solución parece ser clara: si el proveedor se equivoca, debe soportar los costos de su error. Sin embargo, antes de ser tan tajantes con las compañías, vale la pena preguntarse sobre qué es lo que se está protegiendo la LPDC.

La respuesta es sencilla: la confianza de los consumidores y aquellas expectativas que el proveedor ha creado en el cliente respecto de las condiciones en que se ejecutará el contrato.

Para entender por qué la protección de la confianza es un valor relevante para el legislador, es necesario tener en mente los siguientes dos factores.

El primero, la publicidad como técnica comunicacional entre proveedores y consumidores. Ya sea a través de anuncios impresos o la exhibición de productos en sitios de internet, la función principal de la publicidad consiste en persuadir, en complemento con su función informativa, y, por lo tanto, captar la atención del cliente a través de técnicas que no apelan directamente a lo racional, generando así, un interés en el producto o servicio ofrecido.

El segundo, el control que tiene el proveedor sobre los precios. Son las compañías quienes ofrecen el producto o servicio, y por lo tanto quienes lo conocen y escogieron para ponerlo en el mercado. Esta idea es la que hace presumir a los consumidor -y con justa razón- que quien se encuentra en mejor posición para poner el precio es el propio proveedor y por lo tanto han de confiaren su criterio. Dudosamente se puede creer que una compañía establezca un precio que arroje márgenes de ganancia negativo o que no esté destinado a la captura de clientes.

Ambos factores, el manejo de la técnica persuasiva y el control de los precios, permiten articular la manera en que se forma la confianza del consumidor. Por una parte, este se ve atraído a consumir el producto a través de técnicas especializadas para ello, y por otro, los términos y condiciones (entre ellas el precio) son fijados por quien no se encuentra en posición de perder dinero ¿Por qué, entonces, deberíamos desconfiar del precio publicado?

La razón que han dado las compañías, y alegado para dejar sin efectos la oferta es la existencia de un error, una equivocación en la digitación o en el algoritmo de un software que decanta en un precio que no corresponde al auténticamente estimado por la compañía.

¿No es entonces el error una razón justificada para que el proveedor no cumpla con lo ofrecido? La respuesta es no.

La técnica empleada para atraer al público y su inmejorable posición para fijar el precio (respecto del consumidor), ponen al proveedor en una situación ventajosa y de control sobre la operación (compraventa de producto, arrendamiento de servicios, etc.). En tal sentido, justificar su error sobre la base de una equivocación sería darle protección legal a la negligencia de la compañía por sobre la confianza y expectativas que ha generado por medio de sus dichos en el consumidor.

Ahora bien, ¿todo esto quiere decir que no hay espacio para que el proveedor pueda justificadamente negarse a cumplir con sus dichos? Claro que podrá, pero el margen es estrecho.

La LPDC protege al consumidor que actúa por confianza en la apariencia creada por el proveedor. Sin embargo, ahí donde la confianza se torna aprovechamiento, y la conducta del consumidor ya no encuentra su origen en esta, las reglas que lo protegen pierden sentido y aplicación.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

El asunto está en determinar si el consumidor sabía o podía haber detectado de manera sencilla que el precio publicado era el resultado de una equivocación.

Ahora bien, ¿cómo evaluar y demostrar que el consumidor está actuando por provecho y no por confianza? Es una calificación que quedará a criterio de los jueces y en manos de los litigantes que representen a las compañías.

En resumen, para llegar a una respuesta a los problemas del error en los precios y tarifas, hay que tener presente que el principal propósito del legislador es proteger la confianza que motiva las conductas de los consumidores.

Sin embargo, se debe proteger nada más que la confianza, y no radicalizar la defensa a eventuales situaciones de aprovechamiento, aun cuando el error provenga de la negligencia de los proveedores.

NOTICIAS | BLOGS Y OPINIÓN

## Opinión

# Error en los precios y la necesidad de proteger la confianza de los consumidores

por Ricardo Torres Urzúa (<https://www.elmostrador.cl/autor/ricardotorresurzua/>) | 9 julio, 2018

A principios de año, supimos por los medios, que una aerolínea había cancelado cientos de pasajes a Australia ofrecidos a muy bajo precio. ¿La razón? La oferta publicada en el sitio web de la aerolínea y de una agencia de viajes era errónea, todo fue una equivocación.

Esta noticia no solo movilizó a SERNAC y a las agrupaciones de consumidores, también puso sobre la mesa el debate acerca de la posibilidad que tienen las empresas para excusarse de cumplir con sus contratos cuando yerran en aspectos tan importantes como el precio.

Estas líneas pretenden dar a conocer algunas variables a considerar al momento de enfrentar un problema como este.

Quizás la mejor forma sea comenzar por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC). Según la norma, el proveedor no puede rehusarse injustificadamente a cumplir con lo ofrecido en los términos publicitados.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

A partir de la regla, la solución parece ser clara: si el proveedor se equivoca, debe soportar los costos de su error. Sin embargo, antes de ser tan tajantes con las compañías, vale la pena preguntarse sobre qué es lo que se está protegiendo la LPDC.

La respuesta es sencilla: la confianza de los consumidores y aquellas expectativas que el proveedor ha creado en el cliente respecto de las condiciones en que se ejecutará el contrato.

Para entender por qué la protección de la confianza es un valor relevante para el legislador, es necesario tener en mente los siguientes dos factores.

El primero, la publicidad como técnica comunicacional entre proveedores y consumidores. Ya sea a través de anuncios impresos o la exhibición de productos en sitios de internet, la función principal de la publicidad consiste en persuadir, en complemento con su función informativa, y, por lo tanto, captar la atención del cliente a través de técnicas que no apelan directamente a lo racional, generando así, un interés en el producto o servicio ofrecido.

El segundo, el control que tiene el proveedor sobre los precios. Son las compañías quienes ofrecen el producto o servicio, y por lo tanto quienes lo conocen y escogieron para ponerlo en el mercado. Esta idea es la que hace presumir a los consumidor -y con justa razón- que quien se encuentra en mejor posición para poner el precio es el propio proveedor y por lo tanto han de confiaren su criterio. Dudosamente se puede creer que una compañía establezca un precio que arroje márgenes de ganancia negativo o que no esté destinado a la captura de clientes.

Ambos factores, el manejo de la técnica persuasiva y el control de los precios, permiten articular la manera en que se forma la confianza del consumidor. Por una parte, este se ve atraído a consumir el producto a través de técnicas especializadas para ello, y por otro, los términos y condiciones (entre ellas el precio) son fijados por quien no se encuentra en posición de perder dinero ¿Por qué, entonces, deberíamos desconfiar del precio publicado?

La razón que han dado las compañías, y alegado para dejar sin efectos la oferta es la existencia de un error, una equivocación en la digitación o en el algoritmo de un software que decanta en un precio que no corresponde al auténticamente estimado por la compañía.

¿No es entonces el error una razón justificada para que el proveedor no cumpla con lo ofrecido? La respuesta es no.

La técnica empleada para atraer al público y su inmejorable posición para fijar el precio (respecto del consumidor), ponen al proveedor en una situación ventajosa y de control sobre la operación (compraventa de producto, arrendamiento de servicios, etc.). En tal sentido, justificar su error sobre la base de una equivocación sería darle protección legal a la negligencia de la compañía por sobre la confianza y expectativas que ha generado por medio de sus dichos en el consumidor.

Ahora bien, ¿todo esto quiere decir que no hay espacio para que el proveedor pueda justificadamente negarse a cumplir con sus dichos? Claro que podrá, pero el margen es estrecho.

La LPDC protege al consumidor que actúa por confianza en la apariencia creada por el proveedor. Sin embargo, ahí donde la confianza se torna aprovechamiento, y la conducta del consumidor ya no encuentra su origen en esta, las reglas que lo protegen pierden sentido y aplicación.

Una cosa es proteger al consumidor de las artimañas y prácticas de los proveedores, pero otra muy distinta es permitir que los propios consumidores se aprovechen del error de las compañías. Si así fuese, entonces el legislador estaría privilegiando el aprovechamiento del consumidor por sobre la negligencia del proveedor.

El asunto está en determinar si el consumidor sabía o podía haber detectado de manera sencilla que el precio publicado era el resultado de una equivocación.

Ahora bien, ¿cómo evaluar y demostrar que el consumidor está actuando por provecho y no por confianza? Es una calificación que quedará a criterio de los jueces y en manos de los litigantes que representen a las compañías.

En resumen, para llegar a una respuesta a los problemas del error en los precios y tarifas, hay que tener presente que el principal propósito del legislador es proteger la confianza que motiva las conductas de los consumidores.

Sin embargo, se debe proteger nada más que la confianza, y no radicalizar la defensa a eventuales situaciones de aprovechamiento, aun cuando el error provenga de la negligencia de los proveedores.

Quiénes somos ( <a href="https://www.elmostrador.cl/quienes-somos/">https://www.elmostrador.cl/quienes-somos/</a> )	Publicite en El Mostrador ( <a href="https://www.landingelmostrador.cl/publicita-con-nosotros/">https://www.landingelmostrador.cl/publicita-con-nosotros/</a> )
Carta ética fundacional ( <a href="https://www.elmostrador.cl/carta-etica-fundacional/">https://www.elmostrador.cl/carta-etica-fundacional/</a> )	Publique Avisos Legales ( <a href="https://elmostrador.cl/publicidad/">https://elmostrador.cl/publicidad/</a> )
Principios editoriales ( <a href="https://www.elmostrador.cl/media/2010/11/PrincipiosEditoriales.pdf">https://www.elmostrador.cl/media/2010/11/PrincipiosEditoriales.pdf</a> )	Versión Móvil ( <a href="http://m.elmostrador.cl">//m.elmostrador.cl</a> )
Políticas de Privacidad ( <a href="https://www.elmostrador.cl/politica-de-privacidad-y-condiciones-de-uso/">https://www.elmostrador.cl/politica-de-privacidad-y-condiciones-de-uso/</a> )	Contactenos ( <a href="https://www.elmostrador.cl/contacto/">https://www.elmostrador.cl/contacto/</a> )

Avenida Italia 850, Providencia, Santiago. (<https://goo.gl/maps/Le7HWJwpM7erptQN6>)  
+56 9 6919 6517 (tel:+56969196517)  
[info@elmostrador.cl](mailto:info@elmostrador.cl) (<mailto:info@elmostrador.cl>)  
© 2019 - Algunos derechos reservados.