



Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

En Buenos Aires, a los 20 días del mes de octubre de dos mil veintiuno, reunidas las señoras juezas de Cámara en Acuerdo, fueron traídos para conocer los autos seguidos por **“SIVAK, FEDERICO ARIEL C/ UNITED AIRLINES INC. S/ORDINARIO”** (Expte. 14064/2018), en los que al practicarse la desinsaculación que ordena el art. 268 del Código Procesal, resultó que debían votar en el siguiente orden: Vocalías N° 6, N° 5 y N° 4.

Estudiados los autos la Cámara planteó la siguiente cuestión a resolver:

¿Es arreglada a derecho la sentencia apelada?

La señora Juez de Cámara Doctora María L. Gómez Alonso de Díaz Cordero dijo:

**I. La Causa:**

Federico Ariel Sivak promovió demanda contra United Airlines Inc., por cumplimiento contractual forzado, a fin de solicitar la emisión a su favor de los pasajes que adquirió con destino a Sídney, Australia; los cuales sostuvo que fueron unilateral y arbitrariamente cancelados por la demandada (fs. [20/37](#)).

Reclamó en subsidio, para el supuesto en que la emisión de tales pasajes fuera imposible de lograrlo en tiempo oportuno, el importe de dinero necesario para adquirir pasajes con igual itinerario y para la misma época del año. A su vez, solicitó el pago de una indemnización por daño moral, multa por daño punitivo, más intereses y costas.

Relató que con fecha 26/03/2018, durante el “Travel Sale” que tuvo lugar entre el 19 y 28 de marzo de 2018, adquirió en el sitio web de la agencia de viajes Travelgenio ([www.travelgenio.com.ar](http://www.travelgenio.com.ar)) un pasaje de la aerolínea demandada para viajar ida y vuelta desde Santiago de Chile hasta





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Sídney, Australia por la suma de \$ 4.371,40; con el fin de disfrutar allí sus vacaciones de invierno.

Detalló el itinerario de los vuelos y manifestó que, si bien el viaje resultaba extremadamente extenso y presumiblemente agotador, por durar más de 43 horas para la ida y de 33 horas para la vuelta -con varias escalas- y no obstante que debía costear el viaje a Santiago de Chile, de todas formas se decidió por la contratación atento a que de aquella forma cumpliría su sueño de visitar Australia.

Indicó que adquirió los tickets en el sitio web de Travelgenio utilizando la tarjeta de American Express, de su titularidad, terminada en 0369; que los boletos de avión fueron emitidos por la demandada en soporte electrónico bajo los números 016-5120571131 y 016-5120571131, localizador Amadeus: WOQZIC y localizador aerolínea: UA/OVZ1M5.

Alegó que la compra la realizó con mucha ilusión para vacacionar en Australia durante el receso de invierno, en atención a que la oferta se ajustaba a sus posibilidades económicas.

Adujo que una vez que ya contaba con los pasajes en su poder emitidos y abonados debidamente, al día siguiente de la compra (el 27/03/2018), recibió una imprevista comunicación de la agencia de viajes, dando cuenta de la cancelación de los pasajes, aduciendo un “error” de la compañía demandada.

Mencionó que al mismo tiempo comenzó a circular en los medios de comunicación que la aerolínea United Airlines había cancelado los pasajes emitidos de Santiago de Chile a Sídney, por tratarse de una tarifa errónea.

Explicó que el 03/04/2018 recibió un nuevo correo electrónico de la agencia Travelgenio a través del cual se le hizo saber que la compañía





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

área había decidido unilateralmente la cancelación de la reserva y que el importe de los billetes habían sido reembolsados.

Postuló haber aceptado la oferta de United Airlines, efectuada con la intermediación de la empresa Travelgenio, a través del sitio web [www.travelgenio.com.ar](http://www.travelgenio.com.ar) . Que quedó celebrado el contrato, desde el preciso momento en que la accionada recibió su aceptación, lo cual se acreditó con el correo de confirmación enviado por la agencia de viajes, los tickets electrónicos emitidos por la accionada y el pago efectuado con su tarjeta de crédito de Banco argentino.

Añadió que, aún si se admitiese por vía de hipótesis que la demandada incurrió en la publicación de una tarifa “errónea”, ello no la habilitó a eludir la responsabilidad asumida frente a los usuarios. Advirtió que las equivocaciones de cualquier proveedor constituyen parte de su propio riesgo empresario.

Exteriorizó que no resulta aceptable que ante un “error” de los sistemas o del personal a cargo de volcar los precios de las distintas tarifas, la empresa se pudiera desligar de su responsabilidad ante los usuarios, que de buena fe hubiesen celebrado contratos con tales tarifas. Señaló que pese a ello, la accionada decidió incumplir las obligaciones asumidas en virtud de dicho contrato y la normativa vigente.

Instó la aplicación de la Ley de Defensa al Consumidor, el Código Civil y Comercial y el art. 42 CN. Se explayó sobre la excepción prevista en la ley 24.240: 63 en lo que respecta al régimen del contrato de transporte aéreo; citó doctrina y jurisprudencia.

Describió la actora los derechos y normas vulnerados por la demandada y ahondó, particularmente, sobre el incumplimiento de los servicios ofrecidos y contratados -ley 24.240:19-; la acción de cumplimiento contractual prevista en el decreto 1798/94: 7, b y ley 24.240: 10 bis; las condiciones y efectos de la oferta y la publicidad -ley 24.240: 7 y 8- el





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

incumplimiento de las condiciones de la oferta efectuada por medios electrónicos (CCyC artículos 1104 y 1105) y el carácter internacional del contrato de consumo objeto de autos.

Fundó su reclamo por daño moral y punitivo; también ratificó su voluntad de mantener la contraprestación a su cargo a cuyo fin autorizó que los importes devueltos fueran nuevamente debitados de su tarjeta de crédito y -sumado a ello- dio en pago a su contraria la suma de \$ 4.371,40 correspondiente al precio total de los pasajes que dijo haber depositado en una cuenta abierta a nombre de estos actuados (fs. 40 vta., segundo párrafo y tercer párrafo).

A fs. [113/163](#) se presentó United Airlines, contestó demanda, solicitando su íntegro rechazo con costas.

Realizó una negativa general y otra más pormenorizada de los hechos invocados por la parte actora en su escrito inicial y desconoció la documentación acompañada con la demanda.

Dijo que su parte era una compañía estadounidense, que se dedicaba principalmente al traslado de pasajeros a través de la aeronavegación comercial.

Explicó que tenía su base operativa y el mayor volumen de sus negocios en Estados Unidos y que era allí donde se gestionaban las tarifas en todo el mundo, su publicación y control.

Alegó que al igual que muchas otras compañías de aeronavegación comercial, sus analistas gestionan los precios de las rutas operadas por la compañía y luego las publican a través de múltiples canales utilizando el sistema de proveedores "Sabre Air Prace" (Sabre).

Aclaró que el precio de los pasajes se compone por las tarifas y los impuestos y otros aranceles aeroportuarios. Explicó que, conforme su operatoria, cada analista de tarifas que se encuentra en su oficina central





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

sita en Chicago, define la correspondiente a una ruta y cuando se encuentra lista, se envía en “lotes” desde Sabre a la empresa “Airline Tariff Publishing Company”(ATPCO), que es la compañía encargada de la publicación y diseminación de las tarifas aéreas de más de 500 aerolíneas en el mundo. Agregó que ATPCO distribuye las tarifas a los “suscriptores”, que son los sistemas de distribución global, agencias de viajes en líneas, otras aerolíneas o cualquier otra persona que venda boletos de avión a través de los eventos llamados “transmisiones”. Especificó que para tarifas internacionales, como las de la ruta Santiago de Chile-Sidney, las transmisiones ocurren una vez por hora.

Señaló que el 26/03/2018 uno de sus analistas de precios buscó igualar una tarifa que la aerolínea Qantas había publicado en el mercado para la ruta en cuestión, a un valor de U\$S 1.175 a U\$S 5.581 y AR\$ 23.617 a AR\$ 112.178, con más los impuestos tasas y cargos administrativos de las empresas de turismo que hubiera que adicionar; y que al cargar la tarifa al SABRE, el analista utilizó un tipo de cambio incorrecto; que resultó en tarifas que oscilaron entre US\$ 1.95 a US\$ 9.26 o expresado en moneda local, AR\$ 39,37 a AR\$ 189,95.

Indicó que el error del analista consistió en que en lugar de cargar las tarifas utilizando la moneda dólar estadounidense, lo hizo en pesos chilenos; que según su cotización vigente al 26/03/2018, un dólar estadounidense equivalía a 600 pesos chilenos; y ello resultó en que las tarifas fueran erróneamente publicadas con un precio 99.8% más bajas que la tarifa promedio del mercado para tal ruta.

Agregó que excluyendo impuestos y tasas, las tarifas erróneas no llegaron ni a superar los U\$S 10 \$ 204,5 al tipo de cambio de la fecha de su publicación, por un vuelo de 21.320 km.





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Sostuvo que tal tarifa fue cargada en Chicago y que no formaba parte del “Travel Sale”, ya que la ruta no involucraba a la Argentina y las mismas fueron publicadas en Estados Unidos de Norteamérica.

Sumó que, conforme lo había reconocido el actor, el “Travel Sale” incluía descuentos de hasta 60% del valor de las tarifas usualmente cobradas, por lo que el demandado concluyó que las erróneamente publicadas por la aerolínea no formaban parte de la campaña publicitaria; y que las percibidas por otras aerolíneas para las mismas fechas que las elegidas por el actor y cuyo detalle transcribió, daban cuenta que el valor promedio estaba lejos del erróneamente publicado. Ello así, afirmó que era evidente que las tarifas erróneas no formaban parte de la campaña pues se trató de un error claro y evidente a los ojos de cualquier consumidor de buena fe.

A continuación, explicó la demandada que los valores se cargaron y exhibieron alrededor de las 12:00 hs., mientras que el error fue advertido por la compañía 12:45 hs., es decir, 45 minutos después. Agregó que al descubrir el error, United Airlines tomó varias medidas para corregirlo en forma veloz y que las mismas estuvieron publicadas por el lapso de dos horas aproximadamente.

Añadió que a pesar de todas las medidas que adoptó para mitigar los efectos de la publicación errónea, muchas personas adquirieron pasajes y que en esos casos, se procedió a la inmediata cancelación de las reservas. Luego, destacó que devolvieron las sumas que habían sido abonadas.

Alegó que la Oficina de Ejecución y Procedimientos de Aviación emitió una “Política de Ejecución” que sirve como guía normativa en vigencia para las aerolíneas y los pasajeros; que prevé que las aerolíneas no deben honrar las tarifas erróneas siempre que (a) prueben el error





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

cometido y (b) procedan al reembolso de los gastos vinculados no reembolsables.

Añadió que, con independencia de la Política de Ejecución, en Argentina la aerolínea canceló los contratos de transporte, pues eran nulos por un error esencial de hecho.

Expresó que la mayoría de los pasajeros aceptó la cancelación, pues dentro de la órbita de la buena fe, comprendieron que no era posible haber adquirido pasajes a ese precio. Además, dijo que les ofreció la devolución de los gastos que hubieran realizado y que tuvieran relación directa con el pasaje que habían reservado (por ejemplo, alojamiento en Sidney o vuelo desde Buenos Aires a Santiago de Chile, etc), para que no sufrieran ningún perjuicio económico.

**II. La Sentencia de Primera Instancia (fs. [377](#)):**

La sentenciante rechazó la demanda deducida por Federico Ariel Sivak contra United Airlines INC., con costas a la actora vencida.

Para así decidir, la juez a quo entendió que el error en la cuantía del precio de los pasajes objeto de reclamo, en tanto esencial y reconocible (CCyC. artículos 265 y 267), se erigió como un vicio invalidante de la oferta formulada por United Airlines Inc., de modo que ello impidió la formación del consentimiento necesario para la concreción del contrato con su inherente efecto vinculante (CCyC. artículos 959, 971 y 972), siguiéndose de ello que el accionar de la demandada consistente en la pronta cancelación de la reserva, pues lo hizo dentro de las 24 hs. siguientes y la devolución de lo abonado, resultó irreprochable.

**III. Los Recursos:**

Contra el decisorio de la anterior instancia se alzó la parte actora. La expresión de agravios se incorporó digitalmente al sistema





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

informático a fs. [385/410](#); y sus fundamentos recibieron respuesta mediante el escrito presentado por la parte demandada a fs. [412/461](#).

Del mismo modo, a fs. [463/467](#) se incorporó digitalmente el dictamen de la Fiscal de Cámara.

**IV. La decisión:**

Dado que en la sentencia del 18/10/2021, adherí al voto de la Dra. Ballerini en las actuaciones: “CABRERIZO, JIMENA Y OTRO contra UNITED AIRLINES INC. s/ ORDINARIO” (Expte. N°9072/2018), en el que se debatió el mismo objeto que fue traído a estudio, reitero en lo principal lo allí expresado:

Conforme los términos en que fue trabada la litis y en atención al contenido del recurso, bien puede afirmarse que en los presentes obrados no existe controversia respecto a que el día 26/03/2018 Federico Ariel Sivak adquirió, a través de la agencia que opera mediante la página web [www.travelgenio.com.ar](http://www.travelgenio.com.ar), pasajes aéreos para volar desde la ciudad de Santiago de Chile, Chile hacia Sidney, Australia entre los días 25/07/2018 y 05/08/2018 abonando por ellos \$ 4.371,40.

Tampoco hay querrela sobre que al día siguiente se puso en conocimiento del accionante mediante correo electrónico que la aerolínea demandada revocó esa operación y posteriormente se procedió a la restitución del importe abonado.

Agrego que, en virtud de lo dicho al expresar sus agravios, en esta instancia no hay dudas alrededor de la existencia del error cometido por “United” al tiempo de fijar las tarifas correspondientes al vuelo adquirido por el demandante y que llevó a que éste se ofreciera a un valor sensiblemente inferior al habitual del mercado.







Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Sin embargo, difieren las partes -y en base a ello se centran las diversas críticas de los apelantes- en punto a las consecuencias que ese error generó sobre la operación aquí objeto de análisis.

Puntualmente, la principal observación que hacen los recurrentes del fallo dictado en la anterior instancia procura cuestionar que allí se habría presumido que su parte debió advertir la existencia de la equivocación.

Efectuada esta breve introducción preliminar, no parece ocioso destacar que los hechos aquí debatidos fueron examinados en casos análogos por la colega Sala F de este Tribunal *in re* "[Ferro Leandro Damián c/ United Airlines Inc. s/ Ordinario](#)" del 28/11/2019 y, en forma más reciente aún, por la Sala III de la Excm. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, *in re*, "[Lago, Martín Ignacio y otros c/ United Airlines INC s/ sumarísimo](#)" del 18/06/2021.

En ambos precedentes, se resolvió que la aquí demandada no debió revocar los tickets aéreos emitidos bajo el pretexto del error en que habría incurrido al tiempo de fijar su tarifa.

En similares términos, se dijo que no podía presumirse el conocimiento del error en los adquirentes de los pasajes y que el bajo precio que éstos poseían no resultaba elemento de convicción suficiente para así demostrarlo. En tal escenario, en tanto no se configuraron los presupuestos establecidos por los arts. 265 y 266 del CCyC, la oferta resultaba vinculante y los actores se encontraban habilitados para exigir el cumplimiento forzado de la obligación.

En la medida que comparto las consideraciones efectuadas en dichos antecedentes, adelanto que me pronunciaré en igual orientación.

No ahondaré aquí en desarrollar en extenso los requisitos necesarios para que se perfeccione el error como vicio de la voluntad, pues





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

ello ya fue profundamente explicado en el [decisorio en crisis](#), así como en el [dictamen](#) emitido por la Sra. Fiscal General ante esta Cámara, al que me remito y doy aquí por reproducido en honor a la brevedad.

Tan solo señalaré, con el objetivo de aportar mayor claridad a esta ponencia, que en el esquema previsto en nuestro Código Civil y Comercial de la Nación, el error se transforma en relevante cuando es reconocible para la contraparte porque ésta pudo advertir que faltaba en la conciencia de ambas una correspondencia en la declaración y, por tanto, no sólo está ausente el elemento subjetivo sino también el elemento objetivo del acto bilateral.

Así lo dispone el art. 265 del Cód. Civil y Comercial de la Nación, en tanto expresamente establece que *“El error de hecho esencial vicia la voluntad y causa la nulidad del acto. Si el acto es bilateral o unilateral recepticio, el error debe, además, ser reconocible por el destinatario para causar la nulidad”*.

No obstante, debe tenerse presente que la “reconocibilidad”, como regla, no se presume y corre a cargo de quien invoca la nulidad del negocio la prueba de ese extremo. Asimismo, cabe aclarar que la “cualidad” del destinatario cuenta con evidente incidencia en la determinación de la “conocibilidad” del error. En este sentido, vale mencionar algunos ejemplos en los cuales ésta se acentúa en forma paralela a la imposición de cargas informativas en beneficio del sujeto errante: los contratos bancarios (art. 1381); los contratos de consumo, sea por informaciones o publicidad comercial (art. 1101); el corretaje (art. 1347), etcétera.

Una de las grandes innovaciones del Código Civil y Comercial de la Nación es la incorporación de la normativa relativa al consumidor. En este aspecto, la regulación del error cambia considerablemente, no sólo por el deber de información, sino por el sujeto que se tutela. En los contratos de consumo (art. 1093) se debe interpretar a favor del consumidor tanto en lo





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

que se refiere a las normas (art. 1094) como al contrato (art. 1095) y existen numerosas disposiciones en que la carga de autoinformación se invierte y el error como vicio se reduce considerablemente y se puede corregir (ver Lorenzetti Ricardo Luis, “Código Civil y Comercial de la Nación. Comentado” T. II, págs. 42 y sgtes., ed. Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2015).

Lo que importa entonces es determinar si la persona afectada por la declaración del que yerra estuvo o no en condiciones de percibir que el emisor se había equivocado (ver Rivera Julio César – Medina Graciela, “Código Civil y Comercial de la Nación. Comentado” T. I, pág. 358, ed. La Ley, Bs. As, 2014).

En este orden de ideas, no es un hecho debatido que el precio abonado por el demandante para adquirir los pasajes resultaba conveniente e incluso, podría decirse, inusualmente bajo.

Pero ello, al igual que se resolviera en los precedentes jurisprudenciales antes mencionados, no me persuade respecto al necesario conocimiento por parte del Sr. Sivak del error incurrido por “United”.

A fin de comprender el contexto general en el cual se plasmó esa oferta, no puede ignorarse que la misma se efectuó mientras en nuestro país tenía lugar la edición del “Travel Sale” y aunque, a la postre, pueda concluirse que este particular vuelo no formó parte de dicho programa de descuentos y promociones, tal circunstancia necesariamente influye en la determinación de la “reconocibilidad” del error. Puesto que torna incluso más verosímil la posibilidad de no advertir un supuesto error en una tarifa en un escenario donde se están publicando un sinnúmero de promociones y descuentos por servicios similares.

De hecho, el error -a estar a lo dicho por la propia demandada- se incurrió por querer equiparar una oferta que se encontraría realizando en aquel entonces la aerolínea Qantas.





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Debe recordarse, además, que la construcción de las tarifas de los tickets aéreos obedece a una multiplicidad de factores que *a priori* son absolutamente desconocidos por los consumidores de esos servicios.

Como se observa de la prueba aportada en autos, dentro de un único supuesto, son numerosas la cantidad de precios existentes.

Aquella variará de acuerdo a diferentes parámetros, entre los que pueden encontrarse al índice de ocupación, el destino y la proximidad de la fecha del viaje. Tales variables se encuentran destinadas a poner en práctica la política aerocomercial del Estado y optimizar la rentabilidad de la industria.

En alguna medida, lo explicado *ut supra* quedó evidenciado en la contestación de oficio de "[Latam](#)", donde la empresa oficiada manifestó la dificultad de indicar una tarifa o precio específico sin contar con determinadas precisiones adicionales: "*...dependiendo de la clase o familia tarifaria, si se trataba de una tarifa promocional, las restricciones tarifarias aplicables o las condiciones de la tarifa...*".

Para más, no parece un dato irrelevante la larga duración que tendría el vuelo adquirido por los accionantes y el aeropuerto de partida (más de 40 hs., dos escalas y saliendo desde otro país), circunstancia que también puede influir -como es sabido- en la determinación del precio de un pasaje. Pues claramente, en términos generales, uno podría verse tentado a creer que frente a un viaje de dicha extensión, pocas personas estarían interesados en adquirirlo y de allí la decisión empresarial de ofrecerlo a un reducido precio para así poder comercializarlo con éxito.

Incluso, bien pudo tratarse de una campaña para promover dicha ruta aérea. Repárese que, según la propia demandada, hasta la publicación de esa oferta, no habían logrado vender en nuestro país ese particular vuelo en los 5 años previos (ver pág. 14 del escrito de [contestación de agravios](#)).





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

En todo caso, exigir al consumidor imaginar las razones por las cuales un proveedor ofrece un producto o servicio a determinado precio, por más bajo que sea, so pena de acusarlo de mala fe, es forzarlo a conjeturar respecto de aspectos de la operatoria comercial que no tiene ni obligación ni posibilidades de conocer (ver Pérez Bustamante, Laura “Derecho Social de Consumo”, pág. 707, ed. La Ley, 2da edición, Bs. As., 2014).

Máxime que, como resulta de público y notorio conocimiento, no son pocas las veces en que determinadas aerolíneas ofrecen pasajes a valores que, en principio, podrían catalogarse como irrisorios.

Y el hecho que quizás la aquí demandada no se incluyera dentro de las empresas denominadas como *low cost* o *ultra low cost*, no implica que, en determinado supuesto, tomara la decisión comercial -por el motivo que ella así considerara conveniente- de procurar igualar o competir con aquéllas o con otros operadores del mercado.

Puesto que, como ya dije, ese preciso motivo habría sido el que la condujo en primer lugar a buscar reducir sus precios habituales para equipararlos con lo de una competidora -Qantas- y luego derivó, error mediante, en la aplicación del tipo de cambio correspondiente, a ofrecer los pasajes al precio adquirido por los demandantes.

Como elemento coadyuvante a cuanto vengo exponiendo, no puedo pasar desapercibido que asumir genéricamente la mala fe de parte del consumidor, por el sólo hecho de intentar adquirir un determinado producto o servicio a un valor conveniente podría resultar extremadamente peligroso para la seguridad jurídica y la protección de la confianza.

Reitero que en términos generales, el consumidor promedio raramente tiene acceso a la información necesaria para poder determinar con cierta precisión cuándo un determinado producto o servicio es ofrecido a un precio atractivo y cuándo se incurrió en un error en su fijación.

Fecha de firma: 20/10/2021

Firmado por: MATILDE BALLERINI, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: MARIA LILIA GOMEZ ALONSO DE DIAZ CORDERO, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: ADRIANA E. MILOVICH, PROSECRETARIA DE CAMARA

Firmado por: MARIA GUADALUPE VASQUEZ, JUEZA DE CAMARA



#32108429#306227408#20211020114538880



Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Y no se diga aquí que el porcentaje del descuento sobre la tarifa regular debió ser indicio suficiente para arribar a dicha conclusión. Pues, como ya destacó, es una práctica habitual en nuestro país -y en el mundo en general- que los empresarios de todos los rubros ofrezcan promociones, liquidaciones y descuentos para atraer al público en general.

Para tomar una cabal comprensión de la dificultad que una tarea así podría desentrañar en cualquier persona en el día a día, cabe preguntarse ¿qué precio o descuento podría haberse considerado “conveniente” y cuál erróneo? ¿Dónde y quién es capaz de trazar el límite entre uno y otro sin poner seriamente en riesgo la seguridad jurídica del tráfico mercantil moderno?

Si, por ejemplo, constantemente en todo tipo de bienes y servicios se ofrecen ofertas que superan, a veces por mucho, un 50% de descuento sobre los supuestos valores reales de los bienes, imponer a los consumidores la obligación de analizar todas y cada una de ellas bajo riesgo de que se considere su hipotética aceptación como un signo de mala fe, claramente dificultaría hasta la operación más cotidiana. Puesto que, ante la mera duda, aquél debería abstenerse de aceptar aquello que se le está ofreciendo, aun cuando proviniera de una empresa de primera línea -como la aquí demandada- y hubiera intermediado también en la operación una agencia de viajes.

Incluso, es habitual que las promociones, sobre todo aquellas más agresivas, se ofrezcan por escasos períodos de tiempo - veces de sólo horas- o con un muy limitado stock disponible , lo que especialmente en los tickets aéreos, donde las opciones más económicas suelen contar con escasas plazas dentro de cada vuelo, circunstancias éstas que en atención a la velocidad del tráfico comercial moderno, también atentan contra la toma de decisiones seriamente razonada.





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

De hecho, del lado del ofertante se promueve que ello sea así, se busca generar que los potenciales clientes adquieran sus productos o servicios lo más rápido posible sin meditar adecuadamente sobre la conveniencia o no de hacerlo o siquiera de llegar a cuestionarse si existía la necesidad de adquirir ese bien concreto.

*Ya hace 25 años explicaba el recordado maestro Alterini, "...en la actualidad la producción no es una consecuencia necesaria de la demanda. Tradicionalmente, la demanda de cierto producto o servicio antecedió a la oferta, y ésta atendía las necesidades insatisfechas. Ahora, en cambio, el productor procura crear las necesidades en el público, orientándolo para que compre productos que, unilateralmente, ha decidido poner en el mercado".*

*"A tal fin, provoca una estimulación de la demanda mediante la publicidad; de modo que, en la realidad de los hechos, quien decide qué va a ser consumido es el productor y no el consumidor. Frecuentemente, dicha necesidad es condicionada por mecanismos tendientes a influir los comportamientos de compra, como la manipulación de novedades y de modas, "con sus incesantes metamorfosis, sus sacudidas, sus extravagancias" (Lipovetsky), que insta a la actitud del "yo-también", y a la que contribuye la provocación de la obsolescencia acelerada de ciertos productos, que acorta prematuramente su ciclo de vida útil por el mecanismo de lograr convertirlos en desechos psicológicos, no obstante que todavía conservan sus principales cualidades propias".*

*"A través de la publicidad los comerciantes, en la actualidad, se encuentran, virtualmente, en condiciones de dictarnos los alimentos que comemos, los refrescos o cervezas que bebemos, los cigarrillos que fumamos, los coches que conducimos e, incluso, al presidente que elegimos..." (Alterini, Atilio Anibal "El consumidor en la sociedad posmoderna" LA LEY1996-E, 818 - RCyS2017-X, 283).*





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Recuérdese que en la sociedad de consumo, los consumidores depositan su confianza en los proveedores de bienes y servicios, influidos por la publicidad, la difusión de la marca y la imagen corporativa, las promociones y otras configuraciones y prácticas de mercado que generan en ellos diversas expectativas respecto de la solvencia, la calidad, la seriedad y eficiencia de las empresas de las que adquieren o utilizan bienes o servicios.

La apariencia generada por el proveedor a partir de la profesionalidad presumida hace que el consumidor sustente la aceptación en la confianza, como hito del consentimiento contractual. Este principio encuentra especial arraigo en el nuevo Código Civil y Comercial en el artículo 1067, como pauta de interpretación de los contratos, y en el artículo 1725, para la valoración de la conducta en supuestos de responsabilidad civil (*Barbado, Patricia B., “Los principios de confianza y transparencia en las relaciones de consumo”, en Revista de Derecho de Daños, ed. Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2016-1, y sus citas*)

Véase que, aunque no hay dudas que aquí se trató de un precio sensiblemente inferior, a estar a lo dicho por “United” al tiempo de contestar la demanda, ella ofrecía estos vuelos a un valor de más de U\$S 2.600 y el error se produjo cuando quiso equiparar una oferta de más de un 50% por debajo de ese importe ofrecido por la empresa Qantas (U\$S 1.175, ver [págs. 12 y 17](#)). Acaso, ¿no podría hipotéticamente considerarse que incluso esa oferta resultaba irrisoria teniendo en cuenta los precios que históricamente ofrecía la demandada por este servicio, los elevados costos y reducidos márgenes con que opera la industria de transporte aeronáutico?

De todos modos, como vengo sosteniendo, el sólo hecho de promocionar un producto a un bajo precio, no puede traducirse inequívocamente en el conocimiento por parte del receptor de esa oferta de la existencia de un error. Máxime que, reitero, son de público







Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

conocimiento la publicación de ofertas de vuelos a valores que, *a priori*, uno podría llegar a pensar que resultan inusualmente bajos. Incluso es sabido de la existencia de diversas páginas de internet o perfiles en las redes sociales que se dedican a recopilar e informar este tipo de “oportunidades”, sin que ello pueda dar lugar a creer -más bien considero todo lo contrario- que todas esas ofertas son producto de un error de las aerolíneas que los ofrecen.

La capacidad de los consumidores para reconocer si una tarifa es errónea o si se trata de una promoción válida, se diluye frente a las prácticas comerciales que se despliegan para captar clientes en una economía cada vez más competitiva (*conf. Barbado, Patricia B., “Los principios de confianza y transparencia...” ya citado*).

En síntesis, para determinar la “reconocibilidad” del error se debe considerar: a) las circunstancias de la persona: en el caso un consumidor frente a una aerolínea que se reputa profesional en su actividad que incluye fijar la tarifa para la venta de pasajes; b) el tiempo: durante ese período se desarrolló un “travel sale”, es decir, una oferta en la venta de pasajes con importantes descuentos; y por último, c) lugar: la compra del pasaje se efectuó en la Argentina y el consumidor no tenía por qué imaginar que la aerolínea al fijar la tarifa podría confundir el tipo de cambio o signo monetario, cuando la publicidad se dirigía al público argentino.

Además, en el marco de una relación de consumo, donde en caso de duda debe estarse por una interpretación favorable hacia el consumidor, a los efectos de tener por justificada la anulación del pasaje, era carga de la encartada acreditar que el error que cometió en cuanto el precio publicado resultó reconocible para el común denominador de los consumidores -y específicamente para la parte actora que lo adquirió-; y la demandada no probó tal extremo. Concluyo entonces, que la falta de prueba por parte de la proveedora del pasaje decide la cuestión.





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

V. Establecida la responsabilidad de la demandada por la cancelación de los vuelos contratados por los demandantes, corresponde adentrarse en los distintos rubros reclamados:

a) cumplimiento forzado de la obligación:

El accionante solicitó la emisión de los pasajes para las mismas fechas y con idénticas condiciones o, en subsidio y ante la imposibilidad de cumplimiento, la condena a abonar las sumas necesarias para adquirir de la misma compañía u otra similar, tickets en idénticas condiciones y para la misma época del año que corresponden a los pasajes adjuntos, a valores del momento del pago de la condena.

Entonces, definida la cuestión de la oferta válida vinculante y del perfeccionamiento del contrato, la demandada estaba obligada a brindarlo (arts. 971, 972, 974, 979 y 983 del Código Civil y Comercial de la Nación y arts. 7, 8, 10 *bis* y 19 de la ley 24.240).

En tanto la fecha prevista para el viaje ya transcurrió 25 de julio al 05 de agosto de 2018, siguiendo el criterio asentado en los precedentes citados *ut supra*, debe admitirse la pretensión subsidiaria consistente en el pago de la suma de dinero necesaria para adquirir de la accionada los pasajes de similares características (temporada, aeropuerto de partida, escalas, duración del vuelo, etc) para ese destino. Difiriendo su determinación para la etapa de ejecución de sentencia y dejando aclarado que deberá detraerse el valor del que fuera cancelado a la tarifa publicada, (arts. 730, 731 y 1738 del Código Civil y Comercial de la Nación).

Ahora bien, en la medida que la parte actora no optó por recibir el dinero abonado por el pasaje, sino que fue una decisión unilateral de la aerolínea; y por cuanto esta última rechazó el ofrecimiento de su depósito en oportunidad de contestar la demanda, se aclara que no corresponde el devengo de intereses sobre el monto a detraer.





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Finalmente, una vez aprobada la liquidación, el importe resultante sólo generará intereses en caso de incumplimiento de esta sentencia, los cuales se calcularán conforme la tasa activa que publica el Banco de la Nación Argentina para sus operaciones de descuento a 30 días.

b) daño moral:

Por este concepto, se reclamó la suma de \$25.000 con más sus intereses a la fecha de pago.

Aunque no desconozco la posibilidad de producirse un agravio moral en situaciones análogas a la aquí ventilada (vgr. ver fallo dictado por esta Sala *in re* ["Bargalló, Federico y otro C/ Gol Linhas Aéreas SA S/ ordinario"](#) del 28/09/2020), estimo que en el *sub examine* el rubro debe ser desestimado por cuanto el demandado únicamente se limitó a señalar -en forma por demás sintética- que se ha visto sometido a una enorme desilusión como consecuencia de la cancelación de los pasajes y que debió reclamar por diversos medios.

Sin embargo, ninguna prueba se ofreció o aportó a la causa que demuestre, aunque más no sea en forma indiciaria, el padecimiento por él sufrido.

Dicha circunstancia sella, a mi entender, la suerte adversa de esta pretensión. Así, por cuanto, como es sabido, dentro de la órbita de la responsabilidad contractual prima un criterio restrictivo en materia de reparación del daño moral (conf. Llambías, Jorge Joaquín, "Tratado de Derecho Civil - Obligaciones" T. I, pág. 353; Cazeaux Pedro N.- Trigo Represas Félix A., "Derecho de las Obligaciones", 2da. ed. T.I, pág. 382; Cichero Néstor, "La reparación del daño moral en la reforma de 1968", ED. 66-157; Borda Guillermo, "Tratado de Derecho Civil - Obligaciones", T.I, pág. 195, nro. 175, ed. 1979; CNCiv, Sala L, *in re*: "Mendez de Lopez Mansilla, Claribel y otra c/ Bonfiglio Wasbein y Bonfiglio SRL" del 13.6.91; CNCom,





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Sala A, "Collo Collada A. c/ Establecimientos Metalúrgicos Crespo SACI" del  
13.7.84)

c) Daño punitivo:

Se ha definido al daño punitivo como las *"... sumas de dinero que los tribunales ordenan pagar a la víctima de ciertos ilícitos, que se suman a las indemnizaciones por daños realmente experimentados por el damnificado, que están destinados a punir graves inconductas del demandado y a prevenir hechos similares en el futuro..."* (Pizarro, Ramón D., *"Derecho de Daños"*, 2º parte, La Rocca Buenos Aires, 1993, pág. 291 y ss.).

Tanto en el derecho comparado como en la doctrina nacional se destacó que la sanción de la LDC 52 bis sólo procede en casos de particular gravedad, calificados por: a) dolo o culpa grave del sancionado; b) obtención de enriquecimiento indebidos derivados del ilícito; o c) en casos excepcionales, por un abuso de posición de poder, particularmente cuando evidencia menosprecio grave por derechos individuales o de incidencia colectiva.

La sanción pecuniaria en el daño punitivo está estrechamente asociada a la idea de prevención de ciertos daños, y también a la punición y al pleno desmantelamiento de los efectos de ilícitos que, por su gravedad o por sus consecuencias, requieren algo más que la mera indemnización resarcitoria de los perjuicios causados (*conf.*, Stiglitz, Rubén S. y Pizarro, Ramón D., *"Reformas a la ley de defensa del consumidor"*, LL, 2009-B, p. 949).

Si bien es cierto que se ha sido criticado el alcance amplio con el que ha sido legislada la multa civil, en cuanto se alude a cualquier incumplimiento legal o contractual, existe consenso dominante en el derecho comparado en el sentido de que las indemnizaciones o daños punitivos sólo proceden en supuestos de particular gravedad, calificados por el dolo o la culpa grave del sancionado o por la obtención de





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

enriquecimientos indebidos derivados del ilícito o, en casos excepcionales, por un abuso de posición de poder, particularmente cuando ella evidencia menosprecio grave por derechos individuales o de incidencia colectiva (*conf. Stiglitz, Rubén S. y Pizarro, Ramón D., ob. cit.*).

No todo incumplimiento puede dar lugar a la fijación de daños punitivos. Se trata de casos de particular gravedad, que denotan, por parte del dañador, una gran indiferencia o menosprecio por los derechos ajenos, priorizando netamente aspectos económicos. Lo que se busca con esta figura es castigar la conducta desaprensiva que ha tenido el dañador respecto de los derechos de terceros.

Sintetizando, la norma concede al Juez una potestad que el magistrado podrá o no utilizar según entienda que la conducta antijurídica demostrada presenta características de excepción. En el casus luce claro que existió un objetivo incumplimiento por parte de la demandada al cancelar los tickets adquiridos por la parte actora, pero ello no resulta suficiente para que se admita la multa pretendida.

Es que no puedo omitir considerar que, en definitiva, no hay controversia en punto a que la oferta -aunque resultó vinculante- fue producto de un error incurrido por personal de la demandada, que inmediatamente fue puesto en conocimiento de los interesados y que el dinero oportunamente abonado fue restituido.

Debiendo añadir que, por aplicación de lo previsto el artículo 29 del Convenio de Montreal 1999, aprobado por ley 26.451, en principio tampoco resultaría procedente la imposición de una sanción como la aquí perseguida.

Atento el modo en que se decide, juzgo que deviene abstracto ingresar al planteo de inconstitucionalidad formulado por la defendida.

## VI. Costas

---

Fecha de firma: 20/10/2021

Firmado por: MATILDE BALLERINI, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: MARIA LILIA GOMEZ ALONSO DE DIAZ CORDERO, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: ADRIANA E. MILOVICH, PROSECRETARIA DE CAMARA

Firmado por: MARIA GUADALUPE VASQUEZ, JUEZA DE CAMARA



#32108429#306227408#20211020114538880



Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Subrayo que es principio general en materia de costas que es la vencida quien debe pagar todos los gastos de la contraria y que el juez puede eximir de ellos al litigante vencido, si encontrare mérito para ello, debiendo aplicar tal excepción, restrictivamente.

Éstas, no importan una sanción para el perdedor, sino sólo el resarcimiento de los gastos realizados por la parte vencedora para ver reconocido su derecho. La finalidad perseguida es que tales erogaciones no graviten en desmedro de la integridad patrimonial de quien se ha visto obligado a litigar por la actitud de su contraria.

Desde tal perspectiva, no se advierte que medien aquí circunstancias arrimadas cuya peculiaridad fáctica o jurídica permita soslayar el criterio objetivo de la derrota (Cpr.:68). En consecuencia, las costas deberán imponerse en ambas instancias a la demandada en su condición de sustancialmente vencida.

Como consecuencia de lo expuesto propongo a mis distinguidas colegas: i) admitir el [recurso](#) de la parte actora; ii) revocar la sentencia dictada el [29/06/2021](#) y, en consecuencia iii) hacer lugar parcialmente a la demanda promovida por el Sr. Federico Ariel Sivak contra United Airlines Inc. a quien se la condena a abonar en la etapa de ejecución de sentencia, la suma que resulte de aplicar los parámetros establecidos en el punto V.a) del presente, con costas de ambas instancias a cargo de la accionada sustancialmente vencida.

He concluido.

Por análogas razones, las Dras. María Guadalupe Vásquez y Matilde E. Ballerini adhieren a la solución del voto que antecede. Con lo que se terminó este Acuerdo que firmaron las señoras Jueces de Cámara.





Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Oportunamente, incorpórese la foliatura correspondiente al Libro de Acuerdos Comercial Sala B, al momento de agregar esta sentencia digital en soporte papel.

**ADRIANA MILOVICH**

**PROSECRETARIA DE CAMARA**

---

*Fecha de firma: 20/10/2021*

*Firmado por: MATILDE BALLERINI, JUEZ DE CAMARA*

*Firmado por: MARIA LILIA GOMEZ ALONSO DE DIAZ CORDERO, JUEZ DE CAMARA*

*Firmado por: ADRIANA E. MILOVICH, PROSECRETARIA DE CAMARA*

*Firmado por: MARIA GUADALUPE VASQUEZ, JUEZA DE CAMARA*



#32108429#306227408#20211020114538880



Poder Judicial de la Nación  
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial  
Sala B

Buenos Aires, 20 de octubre de 2021.

Y VISTOS:

Por los fundamentos del acuerdo que precede, se resuelve: i) admitir el [recurso](#) de la parte actora; ii) revocar la sentencia dictada el [29/06/2021](#) y, en consecuencia iii) hacer lugar parcialmente a la demanda promovida por el Sr. Federico Ariel Sivak contra United Airlines Inc. a quien se la condena a abonar en la etapa de ejecución de sentencia, la suma que resulte de aplicar los parámetros establecidos en el punto V.a) del presente, con costas de ambas instancias a cargo de la accionada sustancialmente vencida.

Regístrese y notifíquese por Secretaría, conforme Acordadas N° 31/11 y 38/13 CSJN y devuélvase. Cúmplase con la publicación a la Dirección de Comunicación Pública de la CSJN, según lo dispuesto en el art. 4 de la Acordada N° 15/13 CSJN.

**MARÍA L. GÓMEZ ALONSO DE DÍAZ CORDERO**

**MATILDE E. BALLERINI**

**M. GUADALUPE VÁSQUEZ**

