



**VISTO:**

El trámite n° **11908/22**, iniciado por la señora **Cristina María Manriquez**, con D.N.I. n° **33.000.000**, quien denunció la cancelación del vuelo por parte de la línea aérea FB LÍNEAS AÉREAS S.A. (Flybondi) alegando un error en su sistema, el que fue contratado a través de la plataforma de la empresa DESPEGAR.COM.AR S.A. (Despegar), cuya falta de reprogramación le generó en consecuencia diversos perjuicios económicos.

**Y CONSIDERANDO QUE:**

**I.- Hechos: la denuncia recibida y los requerimientos efectuados a esta Defensoría del Pueblo**

La señora **Cristina María Manriquez** se presentó ante esta Defensoría del Pueblo y en su denuncia manifestó haber adquirido el día 20/05/2022 dos pasajes aéreos a la empresa Flybondi a través de la plataforma de la empresa Despegar (conforme factura B 0103-05103760 de fecha 20/05/22 por la suma de pesos tres mil cuatrocientos setenta y cuatro (\$3.474.-), para la ruta Aeroparque Jorge Newbery (AEP) - San Carlos de Bariloche (BRC), programado para el 16/06/2022 (ida) y 20/06/2022 (vuelta), Números de tickets IPRSZD-O y IPRSZD-1, Número de reserva con Despegar 715713200500, para ella **Cristina María Manriquez**

Adjunta copia de los tickets aéreos e intercambio de correos electrónicos con la línea aérea (fs. 3/7).

Relata la iniciante que el día 24/05/2022 la línea aérea, vía correo electrónico, informa a la denunciante que debido a un error de sistema ocurrido el 20/05/2022, se publicaron tarifas de uso interno exclusivas para su personal, razón por la cual decidió cancelar la compra de los pasajes, reembolsar la totalidad del dinero abonado y emitir un voucher de pesos tres mil



(\$3.000.-) para ser utilizado en compras de pasajes hasta el 30/05/2022; ofrecimiento que fuera rechazado por la pasajera. Agrega la vecina que para las fechas de su viaje, cuenta con servicios de hotel y excursiones, y de modificarlos, le generarán mayores gastos.

Al respecto, la vecina refirió lo siguiente: “... El 20 de mayo del corriente a[ñ]o compr[é] dos pasajes aéreos (Flybondi) a travé[s] de la plataforma Despegar, por el monto de \$3.474,00 El d[í]a 24 de mayo se comunican desde la Empresa Flybondi, para informarme que un erro[r] en Su sistema, el valor por el que hab[í]a adquirido mis pasajes no era correcto. Ofreci[é] ndome un Voucher, por el valor de \$3.000 a descontar en futuras operaciones. Propuesta que rechacé de plano. Manifestando que mi deseo es que se re programe el vuelo que suspendieron respetando el valor pesos original, mismo por el cual contraté el servicio. Vale manifestar que he contratado servicios de hotel, excursiones, que aún siguen vigentes, generando otro perjuicio econ[ó]mico en consecuencia...” (fs. 1/2).

Atento la índole del tema planteado, desde este Órgano Constitucional se remitieron oficios a las empresas Despegar –con fecha 6 de junio de 2022- y a Flybondi –el mismo día-, a fin de ponerlas en conocimiento del requerimiento que diera origen al presente trámite, y por los cuales se solicitó brindar la información que el caso amerita (fs. 8/10 y 14; y 11/13 y 15).

En su descargo, la empresa Flybondi sostiene que resulta aplicable la normativa aeronáutica, el Código Aeronáutico y las disposiciones reglamentarias del mismo, los tratados internacionales, y de manera supletoria, la ley de Defensa del Consumidor (LDC) N° 24.240. Expresa que la normativa específica aeronáutica excluye la aplicación de las normas de protección al consumidor que regulan circunstancias similares y menciona el art. 12 de la Resolución n° 1532/98.

Queda claro que la señora \_\_\_\_\_ nunca aceptó la compensación ni el voucher y ello lo manifestó de manera expresa al responder a su correo electrónico (fs. 4).



Por su parte, la empresa Despegar reconoce ser una agencia de viajes, y entre otras cuestiones señala que “recauda los valores correspondientes a las tarifas y apoya en la búsqueda de soluciones en caso de presentarse una inquietud o un inconveniente”. Asimismo, reconoce cobrar “de mi mandante sólo un cargo/comisión por su servicio de intermediación efectivamente brindado” Por ello, la misma ha recibido un cargo o comisión.

Ahora bien, este Órgano Constitucional considera que el conflicto merece ser encuadrado dentro de las normas de protección de usuarios y consumidores, toda vez que resulta innegable la existencia de una relación de consumo por la prestación de servicios turísticos, y como tal alcanzada por la LDC, en los términos previstos en el art. 63 de dicha norma y de conformidad con la doctrina y jurisprudencia aplicable que más adelante se menciona.

En concreto, el presente reclamo trata sobre los efectos y alcances de la publicidad efectuada por Flybondi a potenciales usuarios con tarifas áreas a precios bajos, y si el error de dicha publicidad, admitido y alegado posteriormente por la empresa, resulta suficiente para oponerse a su efectivo cumplimiento frente al reclamo de una usuaria que adquirió dichos pasajes al precio oportunamente publicado.

Al respecto, las reclamadas plantean que en el caso se trata de un "error reconocible", que se configura cuando el destinatario de la declaración lo pudo conocer según la naturaleza del acto, las circunstancias de persona, tiempo y lugar en los términos del art. 266 del Código Civil y Comercial de la Nación (fs. 29 y 53).

Es sabido que la igualación de los precios, incluso con los de las aerolíneas de bajo costo, es una práctica de competencia habitual en el sector; ello refuerza la presunción –a favor de la usuaria- que el bajo precio de los pasajes publicitados, pudiera ser percibido como una oportunidad de oferta y no como una equivocación de la empresa aérea. Más aún cuando la aquí denunciante compró los pasajes a través de una empresa reconocida en el mercado como “Despegar”. Por consiguiente, el yerro alegado no sólo fue cometido por la aerolínea, sino que además tampoco fue advertido por la agencia de viajes (Despegar) a través de la cual la señora . adquirió el ticket. Tales circunstancias permiten inferir, por un lado,

que la aquí reclamante actuó de buena fe y que legítimamente consideró que se trataba de un precio muy conveniente; mientras que, por otro lado, diluye el argumento alegado por el cual se pretende afirmar que la adquirente debió advertir que se trataba de un error reconocible.

Cabe destacar que a la fecha de la presente resolución y como se señalara en los considerandos anteriores, las empresas requeridas rechazaron lo solicitado, planteando la incompetencia de la Defensoría del Pueblo (fs. 26/30 y fs. 48/55). Por su parte, Despegar alega que es la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC) el organismo administrativo encargado de regular, fiscalizar y certificar esta actividad (fs. 48). Lo que resulta claro es que por ser Despegar una agencia y no tratarse de una empresa aérea, no se encuentra alcanzada por la fiscalización de la ANAC, y se encuentra alcanzada por la Ley de Defensa del Consumidor (LDC) -Ley Nacional n° 24.240 y sus modificatorias (LDC)<sup>[1]</sup>. Cabe aclarar que la Defensoría del Pueblo no es autoridad de aplicación de la LDC.

## **II.- Competencia de la Defensoría del Pueblo de la CABA**

La Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es un órgano unipersonal e independiente con autonomía funcional y autarquía financiera. Ejerce las funciones establecidas por la ley sin recibir instrucciones de ninguna autoridad. Es misión de la Defensoría la defensa, protección y promoción de los derechos humanos y demás derechos y garantías e intereses individuales, colectivos y difusos tutelados en la Constitución Nacional, la Constitución de la Ciudad y las leyes, frente a los actos, hechos u omisiones de la administración, de prestadores de servicios públicos y de las fuerzas que ejerzan funciones de policía de seguridad local. Quedan comprendidos también los actos de naturaleza administrativa de los poderes Judicial, Legislativo y de los Órganos de control<sup>[2]</sup>.

Respecto a la falta de competencia de esta Defensoría del Pueblo para intervenir en el presente reclamo, es oportuno resaltar que este Órgano Constitucional tiene reiteradamente dicho que, si bien su accionar debe dirigirse, principalmente, frente a los actos, hechos u omisiones de la administración, de los/as prestadores/as de servicios públicos y de las



fuerzas que ejerzan funciones de policía de seguridad local (conforme arts. 137 de la Constitución local y 2º de la Ley n° 3 -según texto consolidado por Ley n° 6.347<sup>[3]</sup>- de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) su tarea tuitiva alcanza los actos de particulares o entidades privadas, en la medida en que con dichos actos afecten o pongan en juego derechos que tienen expreso reconocimiento constitucional, como lo es el derecho del consumidor, pues en definitiva no puede perderse de vista que la misión institucional de este Órgano de la Constitución es la defensa, protección y promoción de los derechos humanos y demás derechos y garantías e intereses individuales, colectivos y difusos tutelados en la Constitución Nacional, la Constitución de la Ciudad y las leyes. También, estipula en su art. 32 que *“Todos los organismos, los entes y sus agentes contemplados en el artículo 2, y los particulares, están obligados a prestar colaboración, con carácter preferente, a la Defensoría del Pueblo en sus investigaciones e inspecciones. En ningún caso puede impedirse u obstaculizarse la presentación de una queja o el desarrollo de una investigación”*.

En efecto, allí donde se detecten posibles vulneraciones a derechos fundamentales, resulta claro que esta Defensoría del Pueblo tiene la facultad de intervenir y desarrollar ciertas acciones -directas o indirectas- que procuren la efectiva protección de esos derechos. Por consiguiente, en el marco de sus facultades puede proponer mecanismos de solución alternativa o de intermediación -pues ello se desprende de su faceta mediadora-, puede también brindar una opinión fundamentada, o formular resoluciones y/o recomendaciones (no vinculantes), o bien puede encaminar y acompañar el reclamo del afectado ante la autoridad administrativa y/o judicial que corresponda, ejerciendo así su rol de institución de garantías, protectora y promotora de derechos fundamentales.

Desde tal perspectiva, el planteo de incompetencia formulado por las empresas Flybondi y Despegar carecen de asidero y por consiguiente, deben ser rechazados. Más aún, si se considera que la Ley n° 3 (según texto consolidado por Ley n° 6347) de esta Ciudad, establece explícitamente en su art. 19 que *“... Las áreas de especialización de las adjuntas y adjuntos, en virtud de los derechos, garantías y políticas especiales enumeradas en el preámbulo y en el Libro Primero de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, son: a. Políticas sociales en general, y en particular destinadas a personas mayores, personas con necesidades especiales, trabajo, seguridad social, turismo y mediación comunitaria...”*. De ahí entonces, se despejan las dudas acerca de la competencia de esta Defensoría del



Pueblo y del alcance de su intervención en esta temática referida al turismo y a la protección de los derechos de los usuarios y consumidores de los servicios turísticos.

### **III.- Normativa aplicable – Jurisprudencia y Doctrina**

#### **1. Normativa aplicable**

Los derechos de los/as usuarios/as y consumidores/as son derechos fundamentales, toda vez que han sido expresamente reconocidos en la Constitución Nacional, cuyo art. 42 reza: *“Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno...”*.

Con idéntico sentido tuitivo la Constitución local prescribe: *“La Ciudad garantiza la defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, en su relación de consumo, contra la distorsión de los mercados y el control de los monopolios que los afecten. Protege la salud, la seguridad y el patrimonio de los consumidores y usuarios, asegurándoles trato equitativo, libertad de elección y el acceso a la información transparente, adecuada, veraz y oportuna...”* (art. 46).

La filosofía que guía y da sustento a toda la normativa constitucional y legal de defensa al consumidor es de carácter protectorio, pues la finalidad perseguida es otorgarle a los/as consumidores/as -como parte débil de la relación- una especial protección legal para fortalecer su posición -de natural desigualdad estructural- frente a los/as proveedores/as de bienes y servicios, y equilibrar las relaciones de consumo; como así también, buscar la reparación integral de los daños que podrían haberse causado por la inconducta de los/as prestadores/as.

Ahora bien, nadie duda que toda persona que adquiere pasajes aéreos como destinataria final para ser utilizados para sí o para su grupo familiar o social, debe ser considerada como

un/a consumidor/a, en los términos del art. 1º de la Ley n° 24.240 y sus modificatorias (LDC) y por ende contemplada dentro del régimen tuitivo de la normativa de defensa al consumidor.

Sin embargo, en estos casos, se ha dado una singular discusión respecto de si la LDC es de plena aplicabilidad al transporte aéreo o su aplicación queda limitada supletoriamente a todo aquello que no esté regulado por tratados internacionales o el propio Código Aeronáutico. Ello, en atención a lo establecido en el art. 63 de la LDC que dice: *“Para el supuesto de contrato de transporte aéreo, se aplicarán las normas del Código Aeronáutico, los tratados internacionales y, supletoriamente, la presente ley”*.

Sentado esto, corresponde analizar el caso sub examine a la luz de las disposiciones tuitivas que emergen de la LDC y sus modificatorias.

En particular, a través de lo normado en su art. 1º, protege al consumidor o usuario que adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Por su parte, se advierte que en el presente caso podría configurarse un presunto incumplimiento al deber de información, veraz, adecuado, suficiente y detallado -con anclaje constitucional en el art 42 de la Constitución Nacional y expresamente desarrollado en el art. 4º de la LDC -sustituido por el art. 1º de la Ley Nacional n° 27.250 y modificatorias-, toda vez que Flybondi publicó una tarifa errónea, alegando un error en el sistema, configurando dicha información un incumplimiento a la citada normativa. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización.

La LDC en sus arts. 7 y 8 protege a los consumidores tanto en cuanto a los términos de la oferta dirigida a los mismos, como su revocación hecha pública y la no efectivización de la misma, así como los efectos y precisiones que debe contener la publicidad.



Por su parte, la conducta desplegada por la empresa Despegar podría encuadrar en un incumplimiento a lo dispuesto en el art. 8° bis -incorporado por el art. 6° de la Ley Nacional n° 26.361 y modificatorias-, por cuanto el trato y la atención dispensada a la señora . según lo manifestado por la denunciante y no negado por la empresa requerida- dista de ser digna y decorosa, al pretender que la reclamante re programe los vuelos bajo condiciones que refiere, son impuestas unilateralmente por la prestadora denunciada. La citada norma dispone que los proveedores deben garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios.

Resulta aplicable al presente trámite lo dispuesto en el art. 10 bis, en cuanto al incumplimiento de la oferta o del contrato por el proveedor que "... *faculta al consumidor (...)* a: a) *Exigir el cumplimiento forzado de la obligación, siempre que ello fuera posible; b) Aceptar otro producto o prestación de servicio equivalente; c) Rescindir el contrato con derecho a la restitución de lo pagado, sin perjuicio de los efectos producidos, considerando la integridad del contrato. Todo ello sin perjuicio de las acciones de daños y perjuicios que correspondan...*" (lo subrayado es propio).

Por su parte, quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos, conforme art. 19 de la LDC.

Cabe destacar la plena aplicación de la LDC al caso que nos ocupa y el mero rechazo de su aplicación o la negativa a dar una respuesta satisfactoria ensayados por las referidas empresas, así como el planteo de incompetencia esgrimidos, en principio, no alcanza para descartar la versión del usuario.

Cabe recordar que la desigualdad estructural que padecen los/as consumidores/as y usuarios/as en las relaciones de consumo, obliga a las empresas proveedoras a aportar todos los elementos que obren en su poder, precisamente porque son ellas -y no los/as



usuarios/as- las que poseen el conocimiento técnico, la información, y la experiencia profesional de los servicios que ofrecen. En ese sentido, pesa sobre los/as proveedores/as de servicios la obligación de respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos, conforme las normas citadas de la LDC, los arts. 724<sup>[4]</sup>, 971<sup>[5]</sup>, 972<sup>[6]</sup> y 974<sup>[7]</sup> del Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN).

La línea aérea, como proveedora del servicio ofrecido y convenido, estaba obligada a brindarlo (arts. 971, 972, 974, 979 y 983, CCCN; arts. 7, 8 y 19, Ley n° 24.240). Su negativa, exteriorizada en la cancelación de los pasajes, habilitó el reclamo de cumplimiento forzado impetrado por la perjudicada (art. 724, CCCN; art. 10 bis, inc. a, Ley n° 24.240).

La oferta de pasajes de que se trata no puede estimarse inválida en los términos de los mentados arts. 265 y 266 del CCCN, aun cuando esté fuera de debate que la aerolínea incurrió en un error al publicarla. Corolario de ello es que resultó vinculante para la aerolínea (arts. 971, 972 y 974 del CCCN), que debió honrarla.

## **2. Jurisprudencia**

Se plantea si son de aplicación las previsiones de la LDC y si el bajo precio por sí solo no permite presumir que la reclamante pudo conocer el error invocado por la demandada.

Tal como surge de la sentencia del 22/02/2022 dictada por la Cámara Contencioso Administrativo y Tributario y Relaciones de Consumo de la CABA, Sala 2, en autos "**Castillo, Luis Alberto y Otros c/ Despegar.Com.Ar S.A. sobre relación de consumo**", expediente 212096/2021-0, el art. 63 de la LDC estipula que *"Para el supuesto de contrato de transporte aéreo, se aplicarán las normas del Código Aeronáutico, los tratados internacionales y, supletoriamente, la presente ley..."*. *"De este modo, quedó expresamente consignado que en las relaciones de consumo que emanen de un contrato de transporte aéreo, se aplicarán, en primer lugar, las normas del Código Aeronáutico. Si en dicho cuerpo normativo no se encuentra una norma específica directamente aplicable a la relación de consumo*



*mencionada, entonces serán de aplicación las previsiones de la Ley 24240. A su vez, se ha sostenido que las disposiciones en materia de protección a los consumidores en el Código Civil y Comercial de la Nación se encuentran excluidas de la prelación normativa establecida en el artículo 63 de la Ley 24240 y, por lo tanto, se aplican de manera directa a los contratos de transporte aéreo (CHAMATRÓPULOS, DEMETRIO A., 'Estatuto del Consumidor Comentado', 2° edición ampliada, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2019, Tomo II, pág. 1384). En este orden de ideas, de la lectura del mentado artículo, surge que es la Ley 24240 la que se aplica supletoriamente al Código Aeronáutico. Por lo tanto, de acuerdo a la interpretación restrictiva y excepcional que cabe asignarle al artículo 63 de la LDC, las previsiones del Código Civil y Comercial de la Nación en materia de consumidor están por fuera del régimen excepcional de aplicación previsto para las relaciones de consumo cuyo objeto sea el transporte aéreo. Lo expuesto implica que todas las disposiciones tuitivas del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación se aplican de manera directa a las relaciones de consumo aeronáuticas. A su vez, deberá estarse a los parámetros de interpretación establecido en los artículos 1°, 2°, 1094 y 1095 del Código Civil y Comercial para aquellos casos en los cuales resulten aplicables de manera concurrente al caso tanto las normas del Código Aeronáutico como las demás normas protectorias del consumidor”.*

En el mismo sentido, y por tratarse el presente de una relación de consumo, corresponde en las presentes actuaciones la aplicación de la LDC, tal como ha dicho nuestra jurisprudencia, en autos **"Morel, Luis Alberto c/ Aerovías de México S.A. de Capital Limitado s/ Sumarísimo S/ Ordinario" Expte. n° 2350/2021** (conforme sentencia firme dictada por el Juzgado Comercial 23, Secretaría N° 45: “... es necesario puntualizar que el art. 63 de la LDC es claro al prescribir que al contrato de transporte se le aplicará el Código Aeronáutico, los tratados internacionales y sólo supletoriamente la ley de Defensa del Consumidor (cfr. CNCivComFed., Sala III, 26.11.2020, in re 'Blanco, Ricardo Luis y otro c/ Despegar com y otro s/ incumplimiento de contrato', causa n° 8889/2017; en igual sentido, Jorge Mosset Iturraspe-Javier H. Wajntraub, 'Ley de Defensa del Consumidor', ed. Rubinzal-Culzoni, 2008, p. 311). Lo expuesto no significa negar la relación de consumo, sino rechazar el desplazamiento de las normas de la ley aeronáutica las que específicamente rigen la cuestión (véase CSJN, Fallos: 314:1043; 321:802, 3224; 327:2722). De ello se sigue que la inaplicabilidad de la ley 24.240 apuntada por la accionada debe limitarse a aquellas normas que hacen al análisis de la responsabilidad del transportista aéreo, responsabilidad ésta que debe verificarse a la luz de las normas específicas que rigen la materia -v.gr. Código Aeronáutico, Convención de Varsovia-, por aplicación del principio de especialidad. Para



*todo lo demás, los pasajeros que contratan los servicios de una aerolínea no son otra cosa que 'consumidores' en los términos de la ley 24.240 –ley cuyo alcance transversal es indiscutible-, es decir, son parte en una relación de consumo al adquirir los servicios de una empresa -en el caso, dedicada al transporte aéreo internacional-, en forma onerosa y como destinatarios finales, sea en beneficio propio o de su grupo familiar (cfr. art. 1º, texto según ley 26.361). Por ende, no puede sostenerse que queden excluidos, en forma total y generalizada, de las restantes disposiciones de la ley 24.240 (cfr. CNCivComFed, Sala III, 4.12.2012, in re 'Fortunato José Claudio c/ American Airlines y otros s/ pérdida de equipaje'). En consecuencia, resulta aplicable al reclamo de autos las disposiciones de la ley 24.240 que no contraríen las normas específicas de la materia”.*

En cuanto al argumento de las reclamadas que la señora [redacted] pudo conocer el error invocado por las mismas, la jurisprudencia considera que tal circunstancia no se configura y así lo ha resuelto, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, en autos **"Ferro, Leandro Damián c/ United Airlines Inc. s/ordinario"** -Expte n°11263/2018- conforme sentencia del 28/11/2019, “... en ese orden, se ha considerado que los consumidores adquieren a través de medios electrónicos sólo los productos que conocen y esto crea para sí una apariencia, atrae la confianza de sus clientes (op. cit. Barbardo. Patricia B., 'Los principios de confianza...', p. 177). La participación de la agencia de viajes en esta transacción influye, sin dudas, en la confianza creada en el actor (...) La confianza opera así, como expectativa genérica de cumplimiento y como presupuesto de celebración del negocio. La actuación del proveedor productor aparente de bienes y servicios despierta confianza en el consumidor tiene importantes consecuencias jurídicas que lo alcanzan y comprometen (...) Se ha dicho que las precisiones del oferente realizadas a través de los mecanismos de información al consumidor y la publicidad comercial son vinculantes para el empresario por la generación de confianza que implican y por ser generalmente el medio que da origen a las relaciones jurídicas entre anunciante y consumidor o usuario. La conducta relativa a la información tiene relevancia desde los momentos previos a la perfección del contrato en los que cada futuro contratante espera confiadamente las manifestaciones de la conducta del otro (op. cit. Barbardo. Patricia B., 'Los principios de confianza...', p. 169)”.

Allí resolvió “... que no ha sido debidamente acreditado que el demandante hubiera tomado conocimiento del error en que incurrió la aerolínea y, en ese contexto, las presunciones que



surjan de la prueba indiciaria no pueden aplicarse en contra del consumidor, en lo que se refiere tanto a las normas como al contrato (art. 1093/1094 del CCCN y art. 3, Ley 24.240) (...) En ese orden de ideas y en línea con lo resuelto por esta Sala, no todo error puede fundar un pedido de nulidad del acto jurídico (CNCom. esta Sala, in re, 'Trova Cecilio E. c/ Niro SA y otro s/ Sumarísimo', del 24.4.2012). Ello así, pues el ordenamiento no puede invalidar el contrato frente a cada error porque correría el riesgo de perjudicar el interés general a la seguridad y el dinamismo del tráfico jurídico, en coherencia con el significado que el vínculo negocial recibe del sistema (...) no puede concluirse que el error invocado por la demandada reuniera las condiciones para provocar la nulidad del contrato...". Afirma que "... el bajo precio por sí solo no permite presumir que el actor pudo conocer el error invocado por la demandada (...) Sobre esta posibilidad que tenía el demandante de reconocer el error hay un aspecto que adquiere especial relevancia: el pasaje lo compró a través de una agencia de viajes. Esto abona la apariencia de corrección del precio fijado para la operación que estaba celebrando y diluye la posibilidad de que el error fuese reconocible para el accionante. Es que dicho error no sólo fue cometido por la aerolínea, sino que tampoco fue advertido por la agencia de viajes Almundo, a través de la cual adquirió el ticket Ferro. Reitero, el actor pudo legítimamente considerar que se trataba de un precio muy conveniente que estaba siendo publicitado por la agencia de viajes, pero no cabe presumir que supo que era erróneo (...) En ese orden, se ha considerado que los consumidores adquieren a través de medios electrónicos sólo los productos que conocen y esto crea para sí una apariencia, atrae la confianza de sus clientes (op. cit. Barbardo. Patricia B., 'Los principios de confianza...', pág. 177). La participación de la agencia de viajes en esta transacción influye, sin dudas, en la confianza creada en el actor...". Concluye que "... a falta de pruebas de la demandada, no encuentro motivos suficientes para decidir que Ferro reconoció el error y, en ese estado de incertidumbre sobre dicha cuestión, una conclusión distinta resultaría contraria a la manda que, como exige la interpretación más favorable al consumidor...". Por lo tanto "... no puede aquí juzgarse verificado el requisito contenido en el art. 266 consistente en la 'reconocibilidad' del error por parte del destinatario de la oferta y, en consecuencia, no se verificó el vicio en el consentimiento que conduzca a la nulidad del contrato, en los términos argüidos por la reclamada (...) El presente caso se encuentra aprehendido dentro de la órbita del art. 10 bis LDC, el cual claramente establece que 'El incumplimiento de la oferta o del contrato por el proveedor, salvo caso fortuito o fuerza mayor, faculta al consumidor, a su libre elección a: a) Exigir el cumplimiento forzado de la obligación, siempre que ello fuera posible; b) Aceptar otro producto o prestación de servicio equivalente; c) Rescindir el contrato con derecho a la restitución de lo pagado, sin perjuicio de los efectos producidos, considerando la integridad del contrato. Todo ello sin perjuicio de las acciones de daños y perjuicios que



*correspondan...". Establece que "... lo que el actor pretendió fue, en primer término, el cumplimiento de lo pactado. No obstante y ante la imposibilidad de acceder a su pretensión pues en tanto ya pasó la fecha del viaje que había adquirido, corresponde admitir la pretensión de obtener las sumas de dinero equivalentes para adquirir el pasaje...". Concluye: "... No hay dudas de que se configuró, en el caso, una relación de consumo y que tal situación impone la aplicación de las disposiciones de la LDC para dirimir el conflicto. Recuérdese que la relación de consumo alude al vínculo que se establece con quien en forma profesional, aun ocasionalmente, produzca, importe, distribuya o comercialice cosas o preste servicios a consumidores o usuarios (LDC, arts. 2 y 3)" (lo subrayado es propio).*

En un fallo reciente, en el que se discute el error de tarifas, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala I, en autos "**Valle, Sergio Roberto y otros c/United Airlines Inc. s/incumplimiento de contrato**" - sentencia del 28/09/2021, ha resuelto "... reconocer las sumas de dinero necesarias para adquirir los pasajes para la misma época del año a valores al momento de la condena descontando la suma de \$14.865 la que ha sido dada en pago por la actora -cfr. fs. 35vta. punto XI- (arts. 730, 731 y 1738 del Código Civil y Comercial de la Nación) -conf. esta Cámara Sala III, causa 4168/18 citada-".

En autos "**Savak, Federico Ariel C/ United Airlines Inc. S/Ordinario**" (Expte. 14064/2018) la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala B, en fecha 20/10/2021, admitió la demanda contra United Airlines por la cancelación imprevista de los pasajes del accionante a Australia, adquiridos en 2018, condenando a la aerolínea a abonar en la etapa de ejecución de sentencia, la suma 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, (arts. 730, 731 y 1.738 del Código Civil y Comercial de la Nación).

En ese orden entendieron que "... 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 (...) 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”.*

En el mismo sentido, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala III, en autos “**Lago, Martín Ignacio y otros c/ United Airlines Inc. s/ sumarísimo**”- **Causa N° 4.168/2018** - [\[8\]](#), sentencia de fecha 18/6/2021 ha dicho: “... 1. *No hay prueba de que la tarifa publicada por la línea aérea no formara parte de una oferta o campaña publicitaria, como asevera ésta. Al haberse adquirido los pasajes a la tarifa fijada por la aerolínea, mediante una agencia de viajes habilitada y en el contexto de la Travel Sale, no parece razonable sostener que el consumidor pudo advertir que su bajo precio respondió a un error de la empresa. Es sabido que la igualación de los precios, incluso con los de las aerolíneas de bajo costo, es una práctica de competencia habitual en el sector, lo que refuerza la idea de que el bajísimo precio de los pasajes no fuera percibido por los destinatarios como una equivocación de la empresa aérea.* 2. *Zanjada la cuestión de la oferta válida vinculante y del perfeccionamiento del contrato, la línea aérea, como proveedora del servicio ofrecido y convenido, estaba obligada a brindarlo (arts. 971, 972, 974, 979 y 983, CCCN; arts. 7, 8 y 19, Ley 24.240). Su negativa, exteriorizada en la cancelación de los pasajes, habilitó el reclamo de cumplimiento forzado impetrado por los perjudicados (art. 724, CCCN; art. 10 bis, inc. a, Ley 24.240), y dado que la fecha prevista para el viaje ya transcurrió, procede su pretensión subsidiaria por daño emergente consistente en el pago de la suma de dinero necesaria para adquirir pasajes esencialmente similares al tiempo en que la aerolínea cumpla la condena que aquí se le impone, menos el valor de los pasajes cancelados a la tarifa publicada (arts. 730, 731 y 1738, CCCN), sin intereses porque no fueron demandados.* 3. *La oferta de pasajes de que se trata no puede estimarse inválida en los términos de los mentados arts. 265 y 266 del Cód. Civ. y Com., aun cuando esté fuera de debate que la aerolínea incurrió en un error al publicarla. Corolario de ello es que resultó vinculante para la aerolínea (arts. 971, 972 y 974 del Cód. Civ. y Com.), que debió honrarla”.*

En el mismo sentido, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, Sala III, en autos “**Osa, Federico c/ United Airlines Inc. s/ incumplimiento de contrato**” - **Causa N° 6.989/2018**-, sentencia de fecha 4/8/2022 ha dicho que “... *Al haberse adquirido*



*los pasajes a la tarifa fijada por la aerolínea, mediante una agencia de viajes habilitada (...) y en el contexto de la Travel Sale, no parece razonable sostener que el consumidor pudo advertir que su bajo precio respondió a un error de la empresa. Es sabido que la igualación de los precios, incluso con los de las aerolíneas de bajo costo, es una práctica de competencia habitual en el sector, lo que refuerza la idea de que el bajísimo precio de los pasajes no fuera percibido por los destinatarios como una equivocación de la empresa aérea...". La Cámara resuelve en consecuencia "... condenar a la aerolínea a entregarle al actor dos pasajes aéreos desde la ciudad de Santiago de Chile (República de Chile) hasta la ciudad de Sidney (Australia) de idénticas características a los que adquirió el 26 de marzo de 2018" (lo subrayado es propio).*

Por los contundentes antecedentes jurisprudenciales citados se puede afirmar la falta de asidero de los argumentos vertidos en sus respuestas por las empresas Flybondi (fs. 29) y Despegar (fs. 53) al mencionar que se trata del error mencionado en el Código Civil y Comercial en su art. 265, como lo invocan en sus escritos.

### 3.- Doctrina

La responsabilidad de las denunciadas frente a la señora [REDACTED] queda encuadrada definitivamente en el sistema previsto por el ordenamiento de consumo y así lo han dicho diferentes autores:

*"A partir de la sanción de la ley 24.240 – y en especial luego de la reforma introducida por ley 24.999-, la **responsabilidad de las agencias frente a los viajeros ha quedado encuadrada definitivamente en el sistema previsto por el ordenamiento de consumo, tal como lo han entendido unánimemente la doctrina y la jurisprudencia**" (lo resaltado es propio) (en tal sentido: BORDA, Alejandro "El contrato celebrado con organizadores de viajes turísticos es un contrato de consumo", LL-2003-B, pág. 214. Responsabilidad Civil Doctrinas Esenciales; FARINA, Juan M. "Defensa del Consumidor y del Usuario", Buenos Aires, Astrea, 2004, pág. 77 y sgtes.; ECHEVESTI, Carlos y SILVESTRE, Norma O. "Responsabilidad Civil de las Agencias de Viajes", Ed. La Ley, pág. 40; CNCom., Sala A "Chiapetta, Graciela Mónica y otros c/Iquique Turismo S.A.", LL 2008-F, pág. 382; Cámara*



1ra. de Apelaciones en lo Civil, Comercial, Minas, de Paz y Trib. de Mendoza 28/07/2006 “Leiva, Pablo c/Asatej S.R.L. s/Daños”; entre otros). Agrega que el art. 3° in fine LDC aporta aún mayor claridad a la primacía de las normativa consumeril, y en tal sentido dispone: “*Las relaciones de consumo se rigen por el régimen establecido en esta ley y sus reglamentaciones sin perjuicio de que el proveedor, por la actividad que desarrolle, esté alcanzado asimismo por otra normativa específica*”.

*“... **No hay duda que los servicios turísticos son servicios a consumidores**”. Así lo entienden, con algunas particularidades, Kemelmajer de Carlucci (Kemelmajer de Carlucci, Aida “El contrato de turismo” Revista de Derecho Privado y Comunitario N° 3 – Ed. Rubinzal Culzoni 1997.) Benítez y Weingarten-Ghersí entre otros. (Weingarten, Celia y Ghersi, Carlos “Contrato de Turismo” Ed. Abeledo Perrot 2000.) “Los contratos son instrumentados por adhesión. Su nota tipificante es la desigual posición de los contratantes que exhibe un marcado desnivel negocial, con un mayor poder de imposición a favor del predisponente”. Asimismo, “La aplicación preferencial del plexo normativo del consumidor respecto de cualquier otro también se desprende de la CN (suprema Art.31), en especial a partir de la reforma de 1994 del Art.42 (...) Encontramos además en el ámbito de contrato de viaje **la aplicación del principio de equiparación y/o una excepción al principio de relatividad contractual, al tratarse de contratos conexos vinculados con un fin único: el viaje. Incluso antes de la sanción del CCC, que luego veremos, un fallo de Córdoba resolvió que: “La responsabilidad de las agencias de viaje por los servicios comprometidos, abarca no sólo las hipótesis en que son directamente brindados por ella, sino inclusive en el caso de supeditación a la actividad de otras empresas prestatarias. El destinatario de los servicios debe ser protegido, inclusive por el incumplimiento de otras empresas que no son terceros por los que no debe responder la agencia, sino todo lo contrario, desde que intervienen con ella en la cadena de contratación, hasta llegar al usuario” . Por su parte dicen Hernández y Frustagli, que en el contexto de este régimen, se prescinde de la distinción entre las órbitas contractual y extracontractual de responsabilidad en tanto el menoscabo sufrido se enmarca en la relación de consumo...**” (el resaltado y subrayado es propio)<sup>[9]</sup>.*

*“La agencia tiene el deber de **asesoramiento y colaboración con el pasajero que pesa sobre la agencia -cuyas tareas son remuneradas con la comisión percibida-, justifica la responsabilidad de aquella en la inejecución de las gestiones tendientes a que la***



***compañía de transporte aéreo reintegre las sumas debidas a su cliente***<sup>[10]</sup> (el resaltado es propio).

*“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”*<sup>[11]</sup>.

#### **IV. Conclusión**

De acuerdo a los hechos y circunstancias analizadas, corresponde que las empresas reclamadas procedan a entregar los dos pasajes adquiridos respetando el destino elegido y demás condiciones establecidas (temporada, aeropuerto de partida, escalas, duración del vuelo, etc.) o, en su defecto, la suma de dinero que resulte necesaria para que la usuaria pueda adquirir tales pasajes con similares características.

Sin perjuicio del resultado que pudieran tener las recomendaciones de esta Defensoría del Pueblo en el caso de marras, le asiste a la aquí reclamante el derecho a iniciar la denuncia pertinente ante la Autoridad local de Aplicación, conforme el procedimiento administrativo para la defensa de los derechos de los/as consumidores/as y usuarios/as, previsto en la Ley n° 757<sup>[12]</sup> (según texto consolidado por Ley n° 6347) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A los fines de acceder al mismo, deberá ingresar a la página de Internet: <https://www.buenosaires.gob.ar/defensaconsumidor/como-denunciar> donde se habilitó un canal de denuncia digital, bajo el dictado de la Disposición n° DI-2020- 4366-GCABA-DGDYPC<sup>[13]</sup>, mediante la cual se implementó el Sistema de Notificación Electrónica en Defensa del Consumidor (SNEDC).

No obstante lo anterior, también corresponde informar a la señora [REDACTED] que se encuentra en funcionamiento el Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC), creado a partir de la sanción de la Ley Nacional n° 26.993<sup>[14]</sup> -y modificatorias que establece el SISTEMA DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LAS



RELACIONES. A efectos de acceder al COPREC, deberá ingresar su reclamo a través de la página de Internet: <http://www.consumoprotegido.gob.ar>, donde se prevé la designación de un/a conciliador/a y la posterior fijación de fecha para la celebración de audiencia, la cual será celebrada a través de notificaciones electrónicas, conforme lo dispuesto por la Resolución n° 616/2020<sup>[15]</sup> de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. Si de la audiencia a celebrarse no se arribare a ningún acuerdo conciliatorio, quedará expedita la vía para promover la acción judicial que por derecho le corresponda.

La presente se dicta de acuerdo a las facultades otorgadas a esta Defensoría del Pueblo por el art. 137 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como también, por el art. 36 y concordantes de la Ley n° 3 (según texto consolidado por Ley n° 6.347) de esta Ciudad.

**POR TODO ELLO:**

**LA DEFENSORA DEL PUEBLO**  
**DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES**

**R E S U E L V E :**

**1)** Rechazar el planteo de incompetencia interpuesto por las empresas FB LÍNEAS AÉREAS S.A. y DESPEGAR.COM.AR S.A., en atención a las consideraciones expuestas en la presente Resolución.



**2)** Recomendar a los/as Presidentes/as de las empresas FB LÍNEAS AÉREAS S.A. y DESPEGAR.COM.AR S.A., a través de notificación electrónica a los correos: [sjanisch@noetar.com.ar](mailto:sjanisch@noetar.com.ar); [morena.garay@flybondi.com](mailto:morena.garay@flybondi.com); y [vgrandi@nyc.com.ar](mailto:vgrandi@nyc.com.ar); [nycdespegargeneral@gmail.com](mailto:nycdespegargeneral@gmail.com) respectivamente, arbitren los medios necesarios, previo contacto con la usuaria reclamante, para proceder a la entrega de dos pasajes aéreos a nombre de la señora [REDACTED] y del [REDACTED], para la ruta Aeroparque Jorge Newbery (AEP) - San Carlos de Bariloche (BRC) respetando las condiciones ofrecidas al momento de la adquisición, o en su defecto, las sumas de dinero necesarias para adquirir tales pasajes con similares características, para la misma época del año a valores al momento del pago, sin que se le aplique penalidad, diferencia tarifaria ni costos adicionales.

**3)** Fijar en quince (15) días el plazo previsto en el art. 36 de la Ley nº 3 (según texto consolidado por Ley nº 6.347) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires [\[16\]](#).

**4)** Notificar la presente a la aquí reclamante, [REDACTED], y poner en conocimiento que para el caso que decidan formular su denuncia ante la Autoridad local de Aplicación o por ante el COPREC pueden requerir la asistencia y orientación de la Coordinación Operativa de Protección del Derecho del Turista de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

**5)** Registrar, notificar, reservar en la Coordinación Operativa para su seguimiento y oportunamente archivar.

Código 402

MA/SB/COPDT

abda/cocf

MIm/MAER/COMESA

## NOTAS

1. [^](#) Ley Nacional N° 24.240 sancionada el día 22 de septiembre de 1993 y publicada en el Boletín Oficial n° 27.744 de fecha 15 de octubre de 1993.
2. [^](#) Ley n° 3, sancionada el día 3 de febrero de 1998 y publicada en el Boletín Oficial n° 394 del 27 de febrero de 1998.
3. [^](#) Ley n° 6.347, sancionada el día 12 de noviembre de 2020, promulgada con fecha 27 de noviembre de 2020, y publicada en el Boletín Oficial n° 6.009 del 1° de diciembre de 2020.
4. [^](#) Art. 724: "La obligación es una relación jurídica en virtud de la cual el acreedor tiene el derecho a exigir del deudor una prestación destinada a satisfacer un interés lícito y, ante el incumplimiento, a obtener forzosamente la satisfacción de dicho interés".
5. [^](#) Art. 971: "Formación del consentimiento. Los contratos se concluyen con la recepción de la aceptación de una oferta o por una conducta de las partes que sea suficiente para demostrar la existencia de un acuerdo".
6. [^](#) Art. 972: "Oferta. La oferta es la manifestación dirigida a persona determinada o determinable, con la intención de obligarse y con las precisiones necesarias para establecer los efectos que debe producir de ser aceptada".
7. [^](#) Art. 974: "Fuerza obligatoria de la oferta. La oferta obliga al proponente, a no ser que lo contrario resulte de sus términos, de la naturaleza del negocio o de las circunstancias del caso. La oferta hecha a una persona presente o la formulada por un medio de comunicación instantáneo, sin fijación de plazo, sólo puede ser aceptada inmediatamente. Cuando se hace a una persona que no está presente, sin fijación de plazo para la aceptación, el proponente queda obligado hasta el momento en que puede razonablemente esperarse la recepción de la respuesta, expedida por los medios usuales de comunicación. Los plazos de vigencia de la oferta comienzan a correr desde la fecha de su recepción, excepto que contenga una previsión diferente".
8. [^](#) Conforme sentencia de fecha 18/06/2021, (sumario publicado en LA LEY 29/07/2021, 29 /07/2021, 4 Cita: TR LALEY AR/JUR/82026/2021).
9. [^](#) Molinari, Cecilia, "Responsabilidad de las Agencias de Viajes".
10. [^](#) Barreiro, Karina, "Derecho y Turismo", Ad-Hoc, 2019.
11. [^](#) Pérez Bustamante, Laura «Derecho Social de Consumo», pág. 707, ed. La Ley, 2da edición, Bs. As., 2014.
12. [^](#) Ley n° 757 sancionada el día 4 de abril de 2002, y publicada en el Boletín Oficial n° 1432 de fecha 2 de mayo de 2002.
13. [^](#) Disposición n° DI-2020-4366-GCABA-DGDYPC, dictada el día 24 de agosto de 2020 y publicada en el Boletín Oficial n° 5.992 de fecha 5 de noviembre de 2020.



14. [<sup>^</sup>](#) *Ley Nacional n° 26.993, sancionada el día 17 de septiembre de 2014, promulgada con fecha 18 de septiembre de 2014 y publicada en el Boletín Oficial n° 32.972 del 19 de septiembre de 2014.*
15. [<sup>^</sup>](#) *Resolución n° 616/2020 SCI, publicada en el Boletín Oficial n° 34.529 de fecha 26 de noviembre de 2020.*
16. [<sup>^</sup>](#) *Ley n° 3, art. 36: "Con motivo de sus investigaciones, el Defensor o Defensora del Pueblo puede formular advertencias, recomendaciones, recordatorios de los deberes de los funcionarios, y propuestas para la adopción de nuevas medidas. Las recomendaciones no son vinculantes, pero si dentro del plazo fijado la autoridad administrativa afectada no produce una medida adecuada, o no informa de las razones que estime para no adoptarla, el Defensor o Defensora del Pueblo puede poner en conocimiento del ministro o secretario del área, o de la máxima autoridad de la entidad involucrada, los antecedentes del asunto y las recomendaciones propuestas. Si tampoco así obtiene una justificación adecuada, debe incluir tal asunto en su informe anual o especial a la Legislatura, con mención de los nombres de las autoridades o funcionarios que hayan adoptado tal actitud".*