

## 151. CASOS EN QUE PUEDE PRESENTARSE EL ERROR OBSTÁCULO

El error obstáculo, obstativo o esencial puede presentarse en dos casos: cuando recae sobre la especie del acto o contrato que se ejecuta o celebra; una de las partes cree compraventa y la otra donación; una cree que entrega la cosa a título de arrendamiento y la otra la recibe a título de comodato. No hay acuerdo, el consentimiento de las partes no ha concurrido. O bien, cuando recae sobre la identidad de la cosa específica de que se trata; yo creo comprar un cuadro de Rubens y el vendedor que le solicitó un cuadro de Rembrandt. Yo creo comprar el caballo X y el vendedor entregarme el caballo Y. Aquí hay un mal entendido, las partes no se han puesto de acuerdo sobre la materia objeto del contrato.

Algunos autores creen que también hay error obstáculo que impide la formación del consentimiento y acarrea nulidad absoluta o inexistencia, en el error que recae sobre la *causa*. Y en más de una oportunidad los tribunales de justicia han estimado que aquí hay un error regido por la disposición del Código Civil que estamos estudiando.<sup>157</sup>

Por ejemplo, un individuo que se cree instituido heredero testamentario de otro y en tal concepto obligado al pago de un legado que el testamento establece, sobre la base de tal obligación conviene con el legatario la firma de un documento por el monto del legado reconociendo la obligación que pesa sobre él de pagar el legado. Posteriormente se hace un nuevo testamento que revoca el primitivo. Evidentemente la obligación fue contraída por el heredero basado en el testamento cuya revocación ignoraba, sobre la base de un error de hecho que afecta a la causa de la obligación, porque el presunto heredero se obligó a pagar el legado en la creencia de que pesaba sobre él la obligación de pagar tal legado. Como en realidad no era heredero, la obligación contraída carecía de causa, no había razón jurídica que lo obligara respecto del legatario al pago del legado, pues su causa era la existencia del testamento que le imponía a él como heredero la obligación de pagar estos legados.

En estos casos la obligación es nula, no porque haya error esencial, sino porque falta la causa, y sin ésta no puede haber obligación.

## 151 BIS. EL ERROR EN EL PRECIO A PROPÓSITO DE LA CONTRATACIÓN DE CONSUMO\*

En la contratación actual se han presentado con alguna frecuencia, errores en el precio o tarifa que se cobra por ciertos productos o servicios. La relevancia en estos casos radica en que los soportes que se suelen utilizar para difundir las ofertas, permiten una rápida y masiva difusión, de tal manera que la cantidad de sujetos involucrados puede no ser menor. En nuestro país, encontramos ejemplos de diversos productos ofrecidos bajo el costo, tales como computadores, pasajes de avión, camionetas, etc.

Con todo, en general estos supuestos suelen ser alcanzados por la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC),

\* Redactado por Erika Isler Soto.

<sup>157</sup> *Gaceta de los Tribunales* de 1932, T. II, sentencia N° 114, p. 436.

puesto que se enmarcan dentro de una relación jurídica de consumo. Ahora bien, frente a esta situación, pueden presentarse distintos escenarios.

En un primer lugar es posible que el proveedor-oferente, una vez que es requerido por el consumidor, se niegue a contratar en los términos solicitados, o bien condicione la celebración de la convención, al pago del precio que realmente deseaba cobrar. Entran en juego en este caso, diversas instituciones y disposiciones, por las cuales se ha intentado resolver la situación.

El consumidor desde luego defenderá el respeto de las condiciones establecidas en el soporte al cual tuvo acceso –publicidad, página web, mailing, etc.– asilándose en la infracción surgida del cobro de un precio superior al exhibido, informado o publicitado” (art. 18 LPDC). Asimismo invocará, la prohibición del proveedor de negarse injustificadamente a la “venta de bienes o la prestación de servicios comprendidos en sus respectivos giros en las condiciones ofrecidas” (art. 13 LPDC). Por otra parte, si efectivamente se forma el consentimiento, el consumidor podrá solicitar la condena infraccional y civil de su contraparte, argumentando que las condiciones consignadas en la publicidad, integran el contrato, y por lo tanto su incumplimiento constituirá también un incumplimiento contractual (art. 1 N° 4 y art. 28 LPDC).

Lógicamente, en la vereda contraria, el oferente intentará revertir dichos argumentos, discutiendo el carácter de “injustificado” de la negativa (art. 18 LPDC), así como el ejercicio abusivo de los derechos por parte del consumidor, particularmente en aquellos casos en que el precio ofertado es considerablemente –e incluso groseramente– menor a aquel que conocidamente se suele cobrar por un determinado producto o servicio.

En ocasiones además, se involucra otra temática, que dice relación con la licitud de las cláusulas contenidas en un contrato por adhesión (en general términos y condiciones), por las cuales el predisponente-proveedor modifica las reglas legales sobre formación del consentimiento, agregando requisitos adicionales para que el contrato se entienda perfecto. Así por ejemplo, se suele exigir la recepción por parte del consumidor de una “confirmación de compra”, para que una convención originalmente consensual –en general el contrato de consumo recae sobre bienes muebles– se entienda nacer a la vida del derecho. La finalidad de una disposición de este tipo, radica en que permitiría al oferente negar la existencia de un vínculo contractual, si ha advertido, en el tiempo que media entre la aceptación y el envío de la “confirmación”, que ha incurrido en un error al momento de difundir un determinado precio. Como se señaló, estos pactos, al encontrarse inmersos en un contrato por adhesión, pueden ser examinados a la luz del catálogo de cláusulas abusivas del art. 16 LPDC.

Nuestros tribunales por su parte, han conocido casos como el planteado a propósito de diversos tipos de productos y con disímiles pronunciamientos. Así, por ejemplo, en *Sernac con Almacenes París*,<sup>158</sup> la Corte de Apelaciones de Santiago revocó la sentencia condenatoria de primera instancia, al estimar

<sup>158</sup> *Sernac con Almacenes París* (2007): sentencia de la Corte de Apelaciones de Santiago de 3 de octubre de 2007, Rol único de Ingreso. 3229-2007 que revoca JPL Huechuraba, Rol 71.667-1, 07.05.2007.

que el precio exhibido por un televisor era absurdo (se señalaba 2 cuotas de \$ 106.779, en circunstancias de que debió indicarse 24 cuotas del mismo monto), del manera que una solución diversa atentaría contra la razón. En el mismo sentido y con similar fundamento falló el mismo tribunal de alzada en *Sernac con Multitiendas Corona S.A.*<sup>159</sup> (juego de living ofrecido a \$ 17.990, debiendo decir el anuncio \$ 179.000), así como la Corte de Apelaciones de La Serena en *Gamboa López con Falabella SACI* (ofrecimiento de televisor por \$ 340.000, siendo su costo de mercado \$ 1.000.000).<sup>160</sup>

En *Sernac con Maneimport*<sup>161</sup>, en tanto se arribó a la solución contraria, al estimarse que un precio "ridículo" no exime al oferente. Asimismo, en *Sernac con Dell Computer de Chile Ltda.*<sup>162</sup> se condenó a la empresa proveedora por no respetar el precio difundido en internet (\$ 1.000 aproximados por un computador), invocando la integración publicitaria del contrato. Similar decisión y fundamento encontramos en *Sernac con Peta.cl Spa*,<sup>163</sup> respecto de un producto análogo.

Finalmente cabe considerar que en materia de consumo, la lógica de la conmutatividad puede sufrir matices, desde que es perfectamente posible y aceptable la venta de bienes incluso bajo el costo (pensemos en las liquidaciones de temporada o de sobrestocks), si de ello deviene igualmente una ventaja para el comerciante, como podría ser, por ejemplo, el despeje de espacio para dar lugar a nuevos productos.

## 2) Error Substancial

### 152. CONCEPTO

En el error substancial, hay consentimiento, la persona ha querido algo, ha expresado su voluntad, pero no con pleno conocimiento de causa ni a ciencia cierta como quiere la ley, por lo que el consentimiento está viciado. Aquí nos encontramos precisamente en el terreno del error vicio del consentimiento. El error sólo vicia el consentimiento cuando es substancial. Entonces existe consentimiento, pero está viciado. De ahí que la sanción de este error, de acuerdo con el artículo 1.682 del Código Civil, sea la nulidad relativa, punto sobre el cual reina la uniformidad completa de los autores.

<sup>159</sup> *Sernac con Multitiendas Corona S.A.* (2010): sentencia de la Corte de Apelaciones de Santiago de 5 de enero de 2010, Rol único de ingreso 11.141-2009, que revoca 4 JPL Santiago, de 20 de julio de 2009, Rol 329-1-2009.

<sup>160</sup> *Gamboa López con Falabella SACI* (2009): sentencia de la Corte de Apelaciones de La Serena de 20 de noviembre de 2009, Rol único de ingreso 147-2009, que revoca sentencia de primera instancia.

<sup>161</sup> *Sernac con Maneimport* (2013): 5 JPL Santiago, de 3 de enero de 2013, Rol 3427-2012-MP.

<sup>162</sup> *Sernac con Dell Computer de Chile Ltda.* (2009): sentencia de la Corte de Apelaciones de Santiago de 6 de abril de 2009, Rol único de ingreso, 196-2009, que confirma JPL, Rol 689-2007, 07.11.2008.

<sup>163</sup> *Sernac con Peta.cl Spa* (2013): JPL Macul, Rol 9052-2012-P, 14.02.2013.

ANTONIO VODANOVIC HAKLICKA

TRATADO DE  
DERECHO CIVIL  
FUENTES DE LAS OBLIGACIONES

PARTE GENERAL

TOMO I

Basado en las explicaciones de los profesores de la Universidad de Chile

ARTURO ALESSANDRI RODRÍGUEZ y  
MANUEL SOMARRIVA UNDURRAGA

Actualizado para esta edición por  
CAROLINA RIVEROS FERRADA  
GONZALO RUZ LÁRTIGA  
LUIS VARGAS SÁEZ

SEGUNDA EDICIÓN ACTUALIZADA



EDICIONES JURÍDICAS DE SANTIAGO