



Comunidad de Madrid

LAUDO ARBITRAL

EXPE. Nº: ARCB 05600.0 / 2021

RECLAMANTE:

NIF

RECLAMADO:

CIF

En Madrid, a 05 de abril de 2022, se constituyó el Colegio Arbitral, compuesto por los siguientes miembros:

PRESIDENTE:

, empleado público de la Comunidad de Madrid.

VOCALES:

, en representación de la Asociación FEDERACIÓN DE USUARIOS-CONSUMIDORES INDEPENDIENTES DE LA COMUNIDAD DE MADRID, debidamente acreditada ante esta Junta Arbitral Regional de Consumo de la Comunidad de Madrid.

, en representación de la Asociación Española de la Economía Digital, debidamente acreditado ante esta Junta Arbitral Regional de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Se inició la Audiencia con la lectura de la **reclamación** que puede resumirse en lo siguiente: en octubre de 2019 realicé la compra de dos terminales Huawei P30 Pro 6,47" 128GB Breathing Crystal por 139,90 euros cada uno. Se cancelaron dichos pedidos alegando un error humano. Hoy he visto que esta cancelación no fue adecuada y que la empresa ##### finalmente proveerá a las personas a las que canceló injustamente esos pedidos de los terminales o de unos similares. Solicito que se revise mi caso particular, se realice arbitraje y se determine si tengo derecho a recibir esos dos terminales Huawei o los de características similares que se dictamine por el importe de 139,90 euros cada uno. Cantidad que reclama: 279,8 euros.

La parte reclamada alega que es cierto que el 7 de octubre de 2019 la Sociedad anunció un producto, en concreto, un teléfono móvil "Huawei P30 Pro 6,47 128GB Breathing Cristal" por el precio de 699,90 euros en la página web de su titularidad. De igual forma, se ofrecía la posibilidad de suscribirse por el precio de dos euros al Club ##### como socio, con un precio final del citado producto para socios de 684,90 euros. Sin embargo, por error tipográfico, el mencionado producto se ofertó al precio de 139,90 euros, y de 124,90 euros para aquellos que se suscribieron al Club #####. Es igualmente cierto que el reclamante realizó los pedidos 1WWX0OVRUIDWBK y 07O0COU4MK09GG por DOS UNIDADES de producto, que fue anulado por la Sociedad como consecuencia del error en el precio. Aunque el contrato de compraventa a distancia se encuentra perfeccionado, este adolece de un vicio en el consentimiento obstativo y excusable. Que la pretensión de cualquier comprador de solicitar el cumplimiento del contrato supone un palmario abuso del derecho, por lo que no podría estimarse su **reclamación**. Se trata de una lesión enormísima, dada la enorme diferencia entre el precio real del producto y el precio recogido en la oferta.



Instituto Regional de Arbitraje de Consumo
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,
HACIENDA Y EMPLEO

Comunidad de Madrid



Junta Arbitral
Regional
de Consumo



Comunidad de Madrid

un producto a un precio muy inferior al de mercado, aun sabiendo que se trata de un error manifiesto. En segundo lugar, la Sociedad no actuó con mala fe ni con negligencia grave. La Sociedad no tuvo intención de engañar al consumidor, ni actuó con negligencia grave. El error cometido fue un error humano, que puede ser excusable, y que no puede ser imputado a la Sociedad. La Sociedad actuó de buena fe, y no puede ser sancionada por un error que no fue causado por su negligencia. En tercer lugar, el consumidor no puede ser protegido frente a su propia negligencia. El consumidor no puede ser protegido frente a su propia negligencia, y menos

aun frente a su abuso del derecho. El consumidor no puede pretender beneficiarse de un error manifiesto, que era fácilmente reconocible, y que no fue causado por la Sociedad. El consumidor

no puede pretender obtener un producto a un precio muy inferior al de mercado, aun sabiendo que se trata de un error manifiesto. En definitiva, el error sufrido por la Sociedad es un error obstativo, que debe invalidar el consentimiento y por tanto todo el negocio jurídico. La Sociedad

está habilitada para anular el contrato, y desplazar sobre el consumidor los riesgos del error propios.

Comunidad de Madrid

Un producto al menor coste posible, además de los que buscan intencionadamente el lucro a través de la comercialización ulterior del producto adquirido. Este abuso generalizado en este caso será acreditado más adelante con la aportación de documentación que desvirtuará la presunción de buena fe del consumidor reclamante. Además de lo anterior, no aparecía en la página web de #####.es por ningún lado en la oferta del producto que se tratase de una venta de saldos o de liquidación que pudiera justificar que nos encontráramos ante una promoción donde pueda hacerse tal rebaja del precio. Es decir, no existían indicios que invitaran al usuario a justificar prima facie una reducción tan drástica del precio. Debe tenerse en cuenta que para que la publicidad y la oferta se integren en el contrato siempre debe ser dentro de los criterios de la buena fe. De hecho, dado el precio de coste del producto móvil (666,65 euros), la Sociedad -en caso de ser cierta la oferta- estaría ofertando un producto con venta a pérdida, práctica que condena nuestro ordenamiento en el Art. 14 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, así como la propia Ley de Competencia Desleal.

En segundo lugar, la reconocibilidad del error impide que se haya podido alterar el comportamiento económico del adquirente consumidor. A la luz de lo expuesto en los datos y hechos previos, no puede entenderse que se modificara el comportamiento económico del consumidor ofreciendo este tipo de móvil a un precio de 139,90 €, induciéndole a tomar una decisión equivocada a la hora de adquirir el producto: es palmario tanto el error en el precio o el fallo cometido por la Sociedad como también que el consumidor podía ser consciente de que no nos encontrábamos ante una “ganga” o una bicoca. En este sentido, y ahondando en esta línea argumentativa, la oferta, tal y como fue realizada por la Sociedad, no ha podido alterar el comportamiento económico de los consumidores, y ello por las concretas circunstancias del caso: a pesar del precio equivocado en la publicidad, en ningún momento se ha imposibilitado o causado una confusión en el consumidor de tal forma que se alterara su toma de decisión contractual. No se ha inducido ni ha podido inducir error a los destinatarios. Los consumidores son igualmente conscientes de la posibilidad de fallos en la estantería digital de las empresas, y es notorio que en la actualidad existen múltiples páginas webs que publicitan productos a precios rebajados en diferentes plataformas, lo que en muchas ocasiones provoca una rápida efervescencia de ofertas que, en algunos casos, son erróneas y causadas involuntariamente por las empresas ofertantes, sin que busquen por ello alterar el mercado o dirigir a los consumidores dentro de una supuesta estrategia mercantil. De hecho, la propagación de las ofertas erróneas dificulta la subsanación del error por las empresas según el número de adquirentes y el efecto relámpago que haya podido tener en el mercado. No puede obviarse que en los tiempos actuales la información discurre sin control y sin depuración en cuanto a la veracidad de la misma, a una velocidad difícilmente controlable por las empresas en caso de que haya podido producirse un error involuntario, lo que limita el margen de maniobra a la hora de corregir el mismo y el alcance de las consecuencias del error. No solo ello, incluso las empresas con la mayor diligencia y control en la publicidad de las ofertas no están exentas de errores ocasionales e involuntarios, y que no pueden entenderse ni comprenderse en el ámbito del riesgo empresarial, sino dentro de un error excusable.



Comunidad de Madrid

"Comercio no le hace entrega del producto y queda sin efecto el proceso de compra, sin materializarse. Aquí sucede lo mismo: una de las partes comete un error y ello no tiene que suponer obligarle a perfeccionar el proceso de compra. Estamos hablando de actos humanos, no mecánicos y casi, como veremos más adelante, de 'venganza' o aprovechamiento del error conocido éste. La buena fe contractual obliga a la parte contratante que se percate del error de desvelárselo a la parte que lo sufre —lo que hizo ##### de inmediato—. Por ello, no pueden acogerse, como actos inequívocos de mala fe y ejercicio antisocial del derecho, a aquellos que solicitan la ejecución de un contrato siendo conscientes de un error en el precio.

En segundo lugar, y con independencia de lo anterior, la Sociedad ha actuado con la diligencia media que le era exigible, sin que pueda atribuirsele una negligencia o un reproche de culpa y mala fe —hechos, por cierto, que tendrían que demostrarse por la otra parte, atendiendo a las circunstancias concomitantes que han rodeado a la oferta y su aceptación por los contratantes. Si bien es cierto que la norma protectora de consumidores exige una mayor diligencia a las empresas, no todos los errores involuntarios que puedan cometer dentro de su sistema de ventas deben ser caracterizados automáticamente como inexcusables por encontrarse dentro de un riesgo empresarial, siempre y cuando se haya utilizado una diligencia media, que aquí está más que demostrada, y más aún cuando en este caso la oferta errónea no podía distorsionar el comportamiento del consumidor.

La existencia de la diligencia media empleada por la Sociedad se manifiesta en los siguientes hechos: Hay que tener en cuenta que el proceso de introducción del precio de los productos en la página web es un procedimiento en el que se emplean cada vez más recursos humanos, y con ello existe mayor probabilidad de error al existir una posibilidad de error humano incluso en los más elaborados sistemas de gestión de ventas. Tal y como se manifiesta el #####: 'La fijación del precio en la estantería virtual está sujeta a mayores riesgos de error que si se tratara de una indicación manual () La cadena de fijación de precios emplea más y más separados recursos humanos, y con ello acrecienta las posibilidades de fallos involuntarios () El error es inevitable. Mucho más cuando resulta que el cobro mediante el sistema ciego de la tarjeta de pago no permite descubrir el fallo en el momento de la consumación, al contrario que ocurriría si el vendedor recibiera el dinero en mano'.

En este sentido, el mencionado error se debió a un involuntario fallo informático en el momento en que se procedió a la actualización del precio del citado producto en la página web de #####, al ser insertado manualmente por uno de los empleados. De hecho, había sido programado para que apareciera automáticamente ese cambio del precio (involuntariamente erróneo) en la página web el domingo día 27 de octubre de 2019. Este hecho provocó que durante un breve lapso de tiempo durante ese domingo figurara en la página web de la Sociedad el precio de 139,90 € frente al real de 699,90 €.

Como bien puede observarse, tal y como adelantábamos, es notable la diferencia y desproporción entre el precio real y de mercado del producto objeto de la controversia, y el precio ofertado por error. No obstante, y a pesar de la diferencia abismal entre el precio de mercado y el ofertado erróneamente, la expansión de la oferta por los medios causó que se realizaran múltiples pedidos en un solo día, el 27 de octubre de 2019 (siendo este domingo) y en unas pocas horas. De hecho, fue necesario que empleados de la Sociedad acudieran de urgencia a la sede social por la tarde de ese mismo domingo para poder suspender la publicación de la venta de ese producto y paralizar los miles de pedidos que en tan escaso periodo de tiempo fueron realizados.

Comunidad de Madrid

Inmediatamente por correo electrónico se notificó a cada adquirente la cancelación de dicho pedido a causa del error informático producido, distinguiendo entre los clientes que sí abonaron con transferencia y los que no. El adquirente que no pagó con transferencia no ha sufrido ningún daño ni coste adicional por cancelar la operación, dado que en el momento de detectar el error en el precio del producto objeto de su pedido, aún no se había procedido a su cobro por parte de la Sociedad, por lo que no hubo que reembolsar al reclamante cantidad alguna. En estos casos se retiene una cantidad simbólica en la cuenta corriente del adquirente que posteriormente es liberada por la entidad bancaria.

Respecto de los clientes que sí pagaron con transferencia, la Sociedad se ha puesto en contacto directo con los adquirentes y se ha procedido a la devolución inmediata de la cantidad en el momento en que se les ha facilitado la cuenta bancaria y un justificante de titularidad, a fin de garantizar la correcta devolución al titular correspondiente.

Debe hacerse referencia a que la Sociedad no publicitó en ningún momento el producto; no hizo publicidad para atraer la atención ni captar clientes, sino que se hallaba como un producto más de su página web, en la que se encuentra un catálogo de miles de productos. En cambio, este producto y su precio erróneo se propagaron rápidamente en las redes por otras fuentes y medios no controlados por la sociedad. A pesar de los esfuerzos realizados por la Sociedad a fin de limitar los efectos en el mercado de la oferta errónea, lo cierto es que el origen y causa de la propagación masiva y fulgurante de la oferta fue como consecuencia de que ciertas páginas webs y redes sociales anunciaron la misma entre los consumidores por diversos medios.

comprar el producto a un precio muy inferior al habitual. Por lo tanto, no se puede considerar que la falta de diligencia sea la causa del error, ya que cualquier otro empresario habría cometido el mismo error en las mismas circunstancias. Los gráficos muestran cómo los pedidos y ventas de productos de telefonía de la sociedad, que normalmente son inferiores a 70 diarios, se dispararon ese día. Además, se registró que un consumidor ordinario dedica de media un tiempo mucho menor a visitar la página de ese terminal en un domingo normal, como el anterior del día 20 de octubre, en comparación con el tiempo que se dedicó ese domingo 27 de octubre. La duración media de una visita al portal de ##### se resume aquí. Todos estos datos demuestran un cambio en el comportamiento del consumidor medio ese día, influenciado por el efecto llamada para adquirir un móvil a un precio evidentemente erróneo. El tiempo de permanencia en la subpágina de ese terminal se explica por la necesidad del comprador de comprobar que no hay condiciones, que el móvil es de primera mano, su origen, su proveedor, la garantía, etc., ante la plausible creencia de que pudiera tratarse de una publicidad ilícita, cuando lo que sucedió es que se había cometido un error en la actualización del precio. Además, los datos de KPI de las visitas a la web de ##### de ese día comparados con los de un domingo cualquiera, como el anterior (20 de octubre), muestran que las visitas se duplicaron, los pedidos totales ascendieron de 1.906 a 12.926 y las búsquedas internas apenas tuvieron variación proporcionalmente. Esto se debe a que los que pretendieron adquirir el terminal no tuvieron que recurrir al buscador interno de la web, sino que fueron directamente a intentar adquirir el móvil lo más rápidamente posible. Los datos del tráfico de consumidores que accedieron a la página web de la sociedad en comparación con los de otros domingos cualquiera, como el anterior del 20 de octubre, demuestran que el 27 de octubre se produjeron un número extraordinario de visitas e intentos de compra de terminales Huawei P30 sin otra explicación que la de intentar aprovecharse de un error en la marcación del precio, detectada y difundida en sitios de Internet de aparentes "consumidores", que en realidad son expertos en buscar no solo chollos o gangas, sino errores de comercios. Desde esos sitios web se visitó directamente la web para comprar el producto a un precio muy inferior al habitual.



Comunidad de Madrid

Culminar el intento de aprovecharse del error. En este escenario, lo cierto es que la Sociedad ha actuado con la diligencia que le era exigible, sin que pueda atribuirsele una negligencia o un reproche de culpa y mala fe, atendiendo a las circunstancias que han rodeado a la oferta y su aceptación por los contratantes. No puede olvidarse además que no estamos ante un error de imprenta en un precio de venta al público en una tienda física, sino de un error inherente a un proceso informático en el mecanismo de actualización de precios, proceso que conlleva la utilización de códigos fuente, lenguaje de programación, y mecanismos complejos en los que un error puede producirse con mayor facilidad que en la impresión de un cartel, que además puede retirarse al momento en que un solo cliente se percate (o intente aprovecharse) de la existencia de un error.

Uno de los hechos que efectivamente corroboran que efectivamente se trató de un error en la fijación del precio es que no fue la Sociedad quien difundió dicha supuesta puesta a la venta a ese precio, ni trató de aprovecharse de la misma. De hecho, el precio ni siquiera se publicitaba como “oferta” o “descuento” (recuérdese que de ser un descuento debería figurar el precio originario junto al precio de la oferta existente).

A la luz de lo expuesto, en este caso se cumplen todos los requisitos legales, jurisprudenciales y doctrinales para considerar que nos encontramos ante un error obstativo de carácter esencial y excusable. Se trata de una notable discrepancia entre el precio real y el precio ofertado. Esta diferencia notable genera una sospecha evidente de la existencia de un error en el proceso que conduce a la presentación virtual de la oferta y es un hecho apreciable por cualquier consumidor medio, es decir, no ha podido distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio. El comprador no ha sufrido ningún daño adicional o ningún coste por deshacer la operación, es decir: no se han contraído de buena fe compromisos de costosa retroacción sobre la confianza en la corrección de la oferta. La Sociedad ha sido diligente en su reacción y esta diligencia revela un compromiso honesto en intentar disipar cuanto antes la impresión errónea.

De la existencia de abuso de derecho por parte del reclamante que solicitase el cumplimiento del contrato. Por otra parte, tal abuso se deduce del relato de hechos y la mecánica de propagación de la noticia y la compra casi compulsiva y sin periodo de reflexión alguno de los productos, por lo que entendemos que es evidente que los compradores del terminal han ejercido su derecho de forma completamente antisocial y antijurídica. Todos los indicios y el propio proceso de contratación conducen a pensar, a nuestro juicio, que el comprador ha actuado con pleno conocimiento de la existencia de un error en la fijación del precio, lo cual vulnera lo previsto en el artículo 7 CC “los derechos deberán ejercitarse conforme a las exigencias de la buena fe” en cuya virtud nuestro ordenamiento no ampara el abuso de derecho o el ejercicio antisocial del mismo y que todo acto u omisión que por la intención de su autor, por su objeto o por las circunstancias en que se realice sobrepase manifiestamente los límites normales del ejercicio de un derecho, con daño para tercero, dará lugar a la correspondiente indemnización y a la adopción de las medidas judiciales o administrativas que impidan la persistencia en el abuso. Es evidente que la adquisición de terminales en la web online de la Sociedad cumple el primero de dichos requisitos, por lo que nos centraremos en analizar si concurren los otros dos, y ya adelantamos que así parece ser, por lo que se puede concluir que existe una extralimitación manifiesta en el ejercicio del derecho.

Comunidad de Madrid

"Estándar de lo que un comprador de razonabilidad media puede esperar de la red, pues es obvio que los clientes se percataron plenamente del error, siendo conscientes de las características del teléfono móvil en concreto y del precio normal que tiene en el mercado y que es determinado por el propio fabricante. Lo anterior nos lleva a afirmar que estos consumidores, aun siendo conscientes del precio equivocado, realizaron los pedidos a sabiendas del error y para aprovecharse precisamente del citado fallo. Por tanto, es evidente que el fin de estos consumidores no tenía fin serio ni legítimo alguno. Más al contrario, su objetivo era marcadamente antisocial. Y las consecuencias de su actuación han tenido unas graves repercusiones para la sociedad.

El artículo 7.2 del Código Civil exige daño para tercero -no la intención de hacerlo-, condicionando la calificación del acto como abusivo a la producción de un daño para terceras personas. En tal sentido, el ejercicio de un derecho es contrario a la buena fe no solo cuando se utiliza para una finalidad objetiva o con una función económico-social distinta de aquella para la que ha sido atribuida a su titular por el ordenamiento jurídico, sino también cuando se ejerce de una manera o en unas circunstancias que lo hacen alevoso, según las reglas que la conciencia social impone al tráfico, tal como ocurre en este caso.

La estimación de la pretensión del reclamante conllevaría una injusticia manifiesta, que atenta contra cualquier resolución en **EQUIDAD** estimativa de su pretensión, así como con cualquier otra resolución dictada en derecho, que vulneraría los preceptos legales del Código Civil.

En este caso, y por lo que hemos expuesto y así queda acreditado de la documental aportada, resulta evidente que el precio del producto estaba más allá de lo que un consumidor medio pudiera esperar siquiera como un "chollo" o una "ganga", o una bicoca. Atendiendo al estándar de lo que un comprador de razonabilidad media puede esperar de la red, es obvio que los clientes pudieron percatarse plenamente del error, siendo conscientes de las características del teléfono móvil en concreto y del precio normal que tiene en el mercado y que es determinado por el propio fabricante.

El consumidor medio en quien despierta un mínimo de duda sobre la veracidad de la oferta es capaz de contrastar rápidamente el precio ofertado por el fabricante en su página web, y descubrir la enorme diferencia entre los mismos. Es decir, el consumidor medio en este caso podía discernir claramente la diferencia, y que no se encontraba ante una ganga, sino ante un fallo del empresario al ofertar el precio.

Lo anterior nos lleva a afirmar que muchos consumidores, aun siendo conscientes del precio equivocado, realizaron los pedidos a sabiendas del error y para aprovecharse precisamente de tal error, tal y como puede apreciarse de la documental aportada junto a este escrito."



Comunidad de Madrid

La parte reclamante manifiesta que no considera que se haya resuelto la controversia planteada, ya que la reclamada en su escrito de alegaciones ha adjuntado otros LAUDOS a su favor, como es lógico, pero no han adjuntado ninguno en su contra, que también los ha habido. Solicita que se estudie su caso y se continúe con la tramitación de arbitraje.

El Colegio Arbitral entra en el estudio de las actuaciones practicadas, consistentes en:

1. Estudiar la documentación adjuntada al expediente.
2. Dar audiencia a las partes.

La parte reclamante y la parte reclamada comparecen a la audiencia por escrito.

Tras lo cual y, previa deliberación, el Colegio Arbitral se pronunció emitiendo el correspondiente LAUDO, en **EQUIDAD**:

Ante las manifestaciones de las partes y teniendo en cuenta la documentación aportada al expediente, el Colegio Arbitral acuerda: DESESTIMAR la pretensión formulada por la parte reclamante al considerar que se ha producido un error en la voluntad de la empresa reclamada sobre el precio del producto objeto de **reclamación** que se publicó (139,90 euros) muy por debajo del precio de mercado (699,90 euros), sin reflejar ningún descuento, promoción, saldo o liquidación de stock, tratándose de un producto especializado que presupone un consumidor razonablemente informado sobre sus características y precio. Se considera que la empresa actuó con diligencia al comunicar con celeridad el error a la parte reclamante y la cancelación de todas las operaciones relacionadas con el pedido, y sin que conste en el expediente ninguna incidencia, en su caso, con el pago y posterior reembolso.

Comunidad de Madrid

Dicho LAUDO ha sido adoptado por **UNANIMIDAD**.

El **plazo** para el cumplimiento del presente Laudo será de TREINTA DÍAS, a contar desde la recepción de la notificación del Laudo.

Asimismo, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo único, apartado diez de la Ley 11/2011, de 20 de mayo, de reforma de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje y de regulación del arbitraje institucional en la Administración General del Estado, podrá solicitar a los árbitros, dentro de los DIEZ DÍAS NATURALES siguientes a esta notificación, **previa notificación a la otra parte**: la corrección de cualquier error de cálculo, de copia, tipográfico o de naturaleza similar; la aclaración de un punto o de una parte concreta del LAUDO; el complemento del LAUDO respecto de peticiones formuladas y no resueltas en él; la rectificación de la extralimitación parcial del LAUDO, cuando se haya resuelto sobre cuestiones no sometidas a su decisión o sobre cuestiones no susceptibles de arbitraje.

Previo audiencia de las demás partes, los árbitros resolverán sobre las solicitudes de corrección de errores y de aclaración en el **plazo** de diez días, y sobre la solicitud de complemento y la rectificación de la extralimitación, en el **plazo** de veinte días.

Contra este Laudo cabe Acción de Anulación ante la Sala de lo Civil y de lo Penal del Tribunal Superior de Justicia de Madrid a interponer en el **plazo** de DOS MESES desde su notificación o si se ha solicitado corrección, aclaración, complemento o rectificación del Laudo, desde la expiración del **plazo** para adoptarla.

En caso de incumplimiento del Laudo por cualquiera de las partes, podrá solicitar la ejecución forzosa ante el Juez de Primera Instancia del lugar donde se haya dictado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo único, apartado cuatro de la citada Ley 11/2011.

Y para que conste, firman el presente Acuerdo los indicados miembros del Colegio Arbitral, en el lugar y fecha señalados al principio.