



Comunidad de Madrid

LAUDO ARBITRAL

EXPE. Nº: ARCB 05944.3 / 2021.pdf

RECLAMANTE:

NIF

RECLAMADO:

CIF

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

PRESIDENTE:

PRESIDENTE: ##### , empleado público de la Comunidad de Madrid.

VOCALES:

, en representación de la Asociación FEDERACION 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: que el consumidor realizó el pedido nº 0000MYC7AGFQA (2 X Huawei P30 Pro 6,47" 128GB Breathing Crystal), con fecha 27 de octubre de 2019, por un importe de 251,80 euros. Según alega el particular, tras confirmación del pedido desde la reclamada le informaron que debido a un error en el precio ofertado procedían a la cancelación del mismo. No obstante, afirma que a pesar de las comunicaciones enviadas manifestando su disconformidad, aún no ha recibido solución satisfactoria. Solicita la entrega del pedido respetando las condiciones iniciales pactadas en el momento de la compra.

La parte reclamada alega que es cierto que el 27 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 meritado 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 el pedido 0000MYC7AGFQA 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, éste adolece de un vicio en el consentimiento obstativo y excusable. 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 enorme, dada la enorme diferencia entre el precio real del producto y el precio recogido en la errónea oferta, que no es objetivamente creíble –menos aún, teniendo en cuenta que hasta un comprador medio sabe que se trata de un terminal de alta gama-. Por tanto, el comprador tiene necesariamente que saber o sospechar que se había

Comunidad de Madrid

Ha habido un error en el proceso que conduce a la presentación virtual de la oferta. Sin embargo, dado que la Sociedad no cobra cantidad alguna a sus clientes hasta que se envía el producto y ningún terminal había salido de sus almacenes, es evidente que el comprador no ha sufrido daño alguno y no ha asumido ningún tipo de coste como consecuencia de la anulación de la compraventa. Además, la Sociedad ha sido muy diligente en su reacción, al percatarse de la situación y proceder a su subsanación en un breve espacio de tiempo, lo que demuestra su compromiso de intentar disipar cuanto antes la impresión errónea susceptible de captar la confianza de otros buscadores de gangas virtuales.

Las sentencias dictadas por el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad de Madrid declaran que ciertos LAUDOs a favor de quienes habían instado el arbitraje, y previamente dictados por la Junta Arbitral Nacional de Consumo, no son anulables. Sin embargo, existen hasta nueve LAUDOs dictados por esta misma Junta Arbitral Regional de Consumo de la Comunidad de Madrid, así como una Sentencia del Juzgado de Primera Instancia Nº18 de Sevilla, que desestiman la misma pretensión ejercitada por el reclamante respecto de la adquisición "HUAWEI P30 PRO 6,47' 128GB BREATHING CRISTAL", y en el que se estima la totalidad de la defensa realizada por esta parte en el presente escrito.

En cuanto a la calificación jurídica de la relación contractual existente entre la Sociedad y los compradores de los móviles, no se discute que nos encontramos ante un contrato de compraventa a distancia, en el que la oferta y la aceptación se han transmitido por medio de equipos electrónicos, y que se encuentra regulado tanto por el Código Civil como por la Ley 34/2020, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, así como por el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

El consentimiento de los contratantes se constituye indefectiblemente, junto con el objeto y la causa, en uno de los requisitos básicos para la existencia de un contrato, a tenor de lo dispuesto en el artículo 1261 del Código Civil. No obstante, dispone el mismo Código que es nulo el consentimiento prestado por error (artículo 1.265), pero sólo invalidará ese consentimiento el error que recaiga sobre la sustancia de la cosa que fuere objeto del contrato o sobre aquellas condiciones de la misma que principalmente hubiesen dado motivo a celebrarlo (Art. 1267.1).

El error es un vicio en el consentimiento contractual: el contratante presta su consentimiento bajo una representación de las cosas que no es cierta. En este caso, el error ha recaído sobre el precio del contrato de compraventa, que no se ajusta a la realidad. La Sociedad ofertó en su página Web un terminal Huawei P30 por 139,90€ en lugar de 699,90€ que era su precio normal, el habitual en octubre de 2019. Esta rebaja, de más del 80% respecto del precio, no es que fuera extraña sino que era insólita. Máxime teniendo en consideración que en el día de los hechos la Sociedad no había publicado en su portal la existencia de rebaja u oferta de ningún tipo relacionada con tal producto.

La Sociedad ha ofrecido el producto objeto de la compraventa por un precio que difiere de lo que realmente quería ofrecer. Existe una clara divergencia entre lo que declara y lo que quiso realmente. En estos casos se trata de un error en la declaración o en el contenido, lo que se conoce como error obstativo. Nuestro Código adopta una concepción voluntarista del error como vicio en el consentimiento relevante. A priori, para anular el contrato bastaría que uno de los contratantes se hubiera equivocado. No obstante, la única restricción a esta concesión voluntarista sería la exigencia de que el error obstativo sea esencial y excusable.



Comunidad de Madrid

Del Código Civil). Mientras tanto, el error es excusable "cuando no haya podido ser evitado mediante el empleo de una diligencia media, teniendo en cuenta la condición de las personas, no sólo del que lo invoca, sino de la otra parte contratante ()" (SSTS 12 noviembre 2004 y 17 de febrero 2005). En este sentido, aunque el error haya sido causalmente decisivo, será relevante si es justo desplazar a la otra parte los riesgos del error propio. Excusabilidad, por tanto, sería el conjunto de hechos y reglas jurídicas que justificarían que el contratante que yerra, como es la Sociedad en este caso, desplazase sobre el otro contratante el riesgo del error, y por ello se encontraría habilitado para anular el contrato. Así, para saber si el error es excusable debe determinarse si la equivocación en el precio podría haber sido detectada como tal por un comprador medio, entendido así como una persona con un nivel intelectual normal que compra ya sea esporádicamente o bien asiduamente online. La respuesta ha de ser afirmativa. Dada la gran diferencia entre el valor del producto y el precio recogido en la oferta errónea, es evidente que estamos ante un error esencial, excusable y perfectamente reconocible. Lo que ha de determinar que en este caso, nos encontremos ante un error obstativo, que debe invalidar el consentimiento y por tanto todo el negocio jurídico. En primer lugar, el precio erróneo era fácilmente reconocible para la otra parte contratante: La manifestación de un error en el precio se produce a simple vista como suficientemente segura, y el consumidor podría haberse percatado fácilmente de la desproporción en el precio. Obiter dicta, el ordenamiento no protege a quien podría haberse percatado del mismo con una mínima diligencia, y menos a aquel que, aun consciente del error, decide adquirir el producto (abuso del derecho). Insistiremos más adelante. La existencia de esa reconocibilidad manifiesta del error sufrido por la Sociedad se manifiesta por los siguientes hechos: El precio que aparecía en la página Web, obedecía, de forma evidente, a un error tipográfico dado el precio de mercado del teléfono móvil. Esto puede comprobarse si se compara el precio publicado de forma errónea con el precio real, tal y como aparecía publicado en la página Web de mi mandante en días anteriores al del error publicitado, ya que ese tipo de producto se vende en el mercado por precios marcadamente superiores. Es un dato que puede ser consultado por cualquier persona, tanto en la página Web del establecimiento, como en diversas páginas web de competidores. A fin de acreditar lo anterior, se aporta como GRUPO DOCUMENTAL NÚM. 1 pantallazos de páginas webs de empresas competidoras en las que bien puede apreciarse que el móvil ofertado tenía precios que oscilaban entre 749 €, 629 €, 702 €, 650 € y 715 €. Nunca bajaba del precio de los 600 €. La diferencia de precio era absolutamente desproporcionada, lo que resultaba evidente para cualquier consumidor medio. La diferencia entre el precio erróneo anunciado en la página web de ##### y el precio de mercado de dicho producto es tan desproporcionada que cualquier consumidor podría haber entendido que se trataba de un error manifiesto. Todo consumidor medio llegaría a esta misma conclusión. Estamos hablando de una rebaja de un 80%, que es absolutamente excepcional e impensable en productos de esta clase. Debe tenerse en cuenta que en la actualidad los usuarios disponen de más información acerca de los productos, y más todavía al tratarse de un teléfono móvil sobre los que existe un conocimiento generalizado acerca de sus características y calidades, que permiten al usuario prever un precio aproximado a la realidad. En este sentido, la extraordinaria competencia entre fabricantes propicia a que los usuarios estén al tanto de los nuevos lanzamientos y de las actualizaciones de los terminales ofertados en el mercado. Se trata de un producto cuyas características generales son conocidas por el público, lo que permite que la gran mayoría pueda diferenciar entre móviles de mayor o menor categoría o mejores o peores calidades o diferentes cualidades. No sólo ello, la existencia de más información disponible en la red de Internet permite que los consumidores sean en el día de hoy más exigentes y críticos y, por ello, más perspicaces para apreciar sin duda la línea divisoria entre la mera "ganga" y el "fallo" o error en un precio marcado. De hecho, es práctica común por los usuarios medios el contrastar el precio del mismo producto en diferentes plataformas de intermediarios, incluso acudiendo a la página web del fabricante, y elegir el precio más conveniente. Y existen claros abusos en los que los consumidores se sirven de la protección que les ofrece el ordenamiento jurídico para camuflar su verdadero interés, como es el de conseguir un producto al menor coste posible, amén de los que buscan intencionadamente el lucro a través de la comercialización ulterior del producto.



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

Comunidad de Madrid



Junta Arbitral
Regional
de Consumo



Comunidad de Madrid

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 atribuírsele 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, a la hora de 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 abisal 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 (miles, debido a la llamada general que algunas páginas web conocedoras del error hicieron en sus sitios y en redes sociales –aunque como veremos más adelante, un domingo de octubre apenas se venden por ##### unos pocos terminales).

Comunidad de Madrid

Cada adquirente solicitó la cancelación de dicho pedido a causa del error informático producido, distinguiendo entre los clientes que sí abonaron con transferencia y los que no. Tal y como puede apreciarse, 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 que le ha sido facilitado la cuenta bancaria y un justificante titularidad, y todo ello a fin de garantizar la correcta devolución al titular correspondiente. El mismo día 28 de octubre de 2019 se emitieron igualmente mensajes en las Redes Sociales y en la Prensa.

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. Por ello, no puede imputarse una ausencia de diligencia como constitutiva de un error excusable. A cualquier otro empresario le habría sucedido lo mismo ante las mismas circunstancias. Lo veremos más adelante, a la hora de demostrar la existencia de abuso de derecho por parte de los consumidores.

Todas las visitas de los consumidores han quedado registradas, incluyendo su origen de tráfico y tiempos de estancia en la página Web. Como vemos en la siguiente gráfica, se observa cómo los pedidos y ventas de productos de telefonía de la Sociedad, habitualmente inferiores a 70 diarios (incluyendo tanto terminales como accesorios) se dispararon ese día. Igualmente, se ha registrado que un domingo normal, como fue el anterior del día 20 de octubre, un consumidor ordinario, habitualmente dedica de media un tiempo muy inferior al que se dedicó ese domingo 27 de octubre, y en particular se dedicó más del triple del tiempo a visitar la página de este terminal. Los datos evidencian un cambio en el comportamiento habitual del consumidor medio aquel día, viniendo influenciados por el factor externo del efecto llamada para adquirir un móvil a precio evidentemente erróneo.

El tiempo de permanencia en la subpágina de ese terminal se explica en el sentido de dedicarse tiempo por el comprador para 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. Es más, como muestran estos datos de KPI de las visitas a la web de ##### de aquel día comparados con los de un domingo cualquiera, como pudo ser el anterior (20 de octubre), las visitas se duplicaron, los pedidos totales ascendieron de 1.906 a 12.926 y, en cambio, las búsquedas internas proporcionalmente apenas tuvieron variación y ello se debe a que los que pretendieron adquirir el terminal no tuvieron que recorrer o recurrir al buscador interno de la web, sino fueron directamente a intentar adquirir el móvil lo más rápidamente posible.



Comunidad de Madrid

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. Y desde esos sitios web se visitó directamente la web de ##### para 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 atribuírsele 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 estático 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. Por añadidura, se hace especial hincapié en que esta misma JUNTA ARBITRAL REGIONAL DE CONSUMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID ha dictado nueve LAUDOS en los que desestima la pretensión de reclamantes que habían adquirido igualmente el 27 de octubre de 2019 el "HUAWEI P30 PRO 6,47' 128GB BREATHING CRISTAL", y ESTIMA LOS ARGUMENTOS VERTIDOS POR ESTA PARTE en el presente escrito, en cuanto que ha existido un error en la voluntad de la empresa reclamada sobre el precio del producto que justifica la anulación de la compraventa de pleno derecho. En último lugar, a esta parte se le ha notificado la SENTENCIA Nº249/2020, de 4 de noviembre de 2020, dictada por el Juzgado de Primera Instancia Nº18 de Sevilla, por la que se desestima la pretensión de un reclamante que había adquirido igualmente el 27 de octubre de 2019 el "HUAWEI P30 PRO 6,47' 128GB BREATHING CRISTAL", y ESTIMA LOS ARGUMENTOS VERTIDOS POR ESTA PARTE en el presente escrito. 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 período 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. La Jurisprudencia del Tribunal Supremo ha establecido los siguientes requisitos para que pueda apreciarse el abuso de derecho: El uso de un derecho objetivo y externamente legal; daño a un interés, no protegido por una específica prerrogativa jurídica; y la inmoralidad o antisocialidad de



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

Comunidad de Madrid



Junta Arbitral
Regional
de Consumo



Comunidad de Madrid

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 documentación aportada junto a este escrito. Una vez expuesto lo anterior, sí nos pronunciamos sobre cada uno de los requisitos jurisprudenciales: No puede ejercitarse el derecho objetivo de cumplimiento de un contrato de compraventa al existir un error invalidante que causa su nulidad; El daño al interés se produce por la entrega de unos productos que tienen un precio de mercado superior al ofertado. Se han aportado pantallazos de la competencia en la que bien puede apreciarse que el precio real y de mercado del producto ofertado supera enormemente al precio marcado por error de 139,99 euros. En cuanto a la inmoralidad o antisocialidad del daño, ésta puede ser manifestada en forma objetiva, como ejercicio anormal del derecho, de modo contrario a los fines económico-sociales del mismo; así como subjetiva, en el ánimo consciente del propio adquirente. Si no ha quedado acreditado el incumplimiento de las obligaciones que corresponden a la parte vendedora, los consumidores y usuarios no pueden beneficiarse lucrativamente de errores involuntarios de los vendedores, por lógica y por buena fe, so pena de incurrir en enriquecimientos injustos. En este caso se ha manifestado la inmoralidad o antisocialidad del daño puesto que se ha ejercitado de forma anormal el derecho por pretender adquirir un producto por un precio ínfimo o muy inferior al que corresponde al producto y fijado por error. Conviene precisar que la diferencia entre el precio erróneo en la página web y los precios de mercado del teléfono móvil es tan excesiva y desproporcionada que cualquier consumidor medio podría haber entendido que se trataba de un error manifiesto, una lesión enorme, por ello se supera la presunción de buena fe del consumidor. Así se ha acreditado con la documentación aportada. En este concreto caso, nos estamos refiriendo a una reducción del 80% del precio respecto de la competencia, lo que da lugar a todas luces a un precio ridículo. Por tanto, no puede ampararse una pretensión consciente del error, dado que nos encontramos lejos de cualquier tipo de "ganga" o rebaja drástica. Del cumplimiento normativo por parte de la Sociedad. - A la luz de lo expuesto, resulta apodíctico de que por parte de la Sociedad se han cumplido las obligaciones legales con arreglo a la Ley, y en especial: con el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para Defensa de los Consumidores y Usuarios al haber corregido el error tipográfico en la información precontractual de la oferta cuanto tuvo conocimiento del mismo sin que este hecho haya afectado a los consumidores; con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, al no encontrarse la oferta a un caso de publicidad ilícita; con la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, al respetarse en todo momento las reglas generales de publicidad de las ofertas; con la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, al no existir práctica desleal engañosa; con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de Sociedad de la Información de Comercio Electrónico, al haber tenido conocimiento el actor del error al ser éste fácilmente constatable y no encontrarse viciado su consentimiento, habiendo acreditado estas circunstancias, cumpliendo así con la inversión de la carga de la prueba; y, finalmente, con el Código Civil en cuanto a sus obligaciones contractuales, al haber actuado en todo momento de acuerdo con las reglas de la buena fe. Como consecuencia de lo anterior, la Sociedad no puede aceptar la pretensión realizada por el reclamante.

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 DERECHO:

Comunidad de Madrid

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, 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 los pedidos, y sin que conste en el expediente ninguna incidencia, en su caso, con el pago y posterior reembolso.

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.