



Comunidad de Madrid

LAUDO ARBITRAL

N/R.: 21 - ARBC - 13813.8/2024

RECLAMANTE:

RECLAMADO :

En Madrid, a 26 de febrero de 2025 constituido el Colegio Arbitral, compuesto por los siguientes miembros:

PRESIDENTE:

[REDACTED], empleado público de la Comunidad de Madrid.

VOCALES:

[REDACTED] en representación de la Asociación ASOCIACION DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS DE MADRID, debidamente acreditada ante la Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid.

[REDACTED] en representación de Asociación Española de la Economía Digital debidamente acreditado ante la Junta Arbitral de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Se inició la Audiencia con la lectura de la reclamación que puede resumirse en:

"Hice la compra el 9 de septiembre de 2024 de la bicicleta eléctrica Hexagon Boost 1.0 522 29 Kross, por importe 255,80 euros IVA incluido y a las 12:37 h. recibí mensaje por Gmail de [REDACTED] comunicando que el pedido estaba registrado. Se adjunta documento pdf (nº 1). Con fecha 10 sept a las 19:06 h recibo mensaje Gmail de [REDACTED] comunicando que debido a una incidencia en la web cancelan el pedido por un precio erróneo. Es decir, transcurrió un día y medio en responder. Se adjunta pdf (nº 2) con mi respuesta reclamando No estoy de acuerdo con la cancelación del pedido por muchas razones, la primera que [REDACTED] tiene mucha experiencia y volumen de negocio "on line", por tanto fue una falta de diligencia, desconozco cuánto tiempo estuvo ese precio en la web.

Segundo, [REDACTED] puso el precio, y no es que se equivocara en un número, es que no se parece nada al precio que indican en la respuesta a CONFIANZA ON LINE. Y menos puedo entender que el error se haya producido en varias bicicletas, me parecen muchos fallos ... y tuvieron más errores en otros productos?.

Tercero, yo compré porque me parecía una oferta, previa al blackfriday, ya que desconocía si hay muchos modelos de bicicletas eléctricas con distintos precios, siendo así que dudé si hacer o no el pedido. Si me hubiera parecido una ganga hubiera realizado el pedido de más bicicletas. La diferencia de precio que [REDACTED] indica y el precio de compra es justo un 80% de descuento, y no es una magnitud que necesariamente hace sospechar a la reclamante que se ha producido un error. [REDACTED] envió la aceptación del pedido, por tanto se ha perfeccionado el contrato (art. 1262 Código Civil).

Mi pretensión es adquirir la bicicleta eléctrica Hexagon Boost 1.0 522 29 Kross, por importe 255,80 euros IVA incluido

Comunidad de Madrid

Fundamento: [REDACTED] envió la aceptación del pedido, por tanto se ha perfeccionado el contrato (art. 1262 Código Civil). A las empresas es exigible diligencia, mediante la vigilancia y control sobre sus sistemas de gestión de ventas.....

La doctrina entiende..... En este caso, no se puede considerar probado que los reclamantes fueran conscientes de que se trataba de un error y no de una "ganga" con un 80% de reducción del precio respecto de la competencia.

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

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

El reclamante, mediante escrito de fecha 8 de enero de 2025 reitera sus anteriores alegaciones.

La empresa reclamada presenta en fecha 13 de enero de 2025 escrito que se traslada a la otra parte, mediante el que realiza las siguientes alegaciones:

1º) El pasado día 9 septiembre 2024 hubo una incidencia en la validación de precios en nuestra web, al detectarse que se habían volcado una serie de precios manifiestamente erróneos. En el caso que nos ocupa, se trataba de una Bicicleta eléctrica Hexagon Boost 1.0 522 29 Kross con un PVP real en oferta de **1279 euros** y que, por el citado error, se validó al incorrecto precio de **255,8 euros**.

2º) Este error manifiesto implica que se trataba de un error invalidante del consentimiento, de tal forma que cuando mi representada constató el equívoco surgido contactó con todos los clientes afectados, incluido [REDACTED] para informarles del claro error de impresión que constaba en la web, con un precio de venta manifiestamente erróneo, incluso inferior al precio de coste.

3º) Está pues acreditado que ha existido un error en el consentimiento prestado por mi representada y que dicho error determina que el consentimiento prestado llegase a ser nulo (art. 1265 C.C.). Ahora bien, si consideramos el error aritmético como un simple error de cuenta (art. 1266 C.C.) no quedaría invalidado el contrato, bastaría como hizo mi representada con acreditar y subsanar el error aritmético y ofrecer de buena fe el citado producto a su precio real de oferta **1.279 euros**

La importante diferencia de precio, entre el real y el señalado por error, determina sin duda, que se trate de un error invalidante del consentimiento, de tal forma que cuando de inmediato mi representada constató el equívoco surgido, contacto con todos sus clientes afectados, incluido el reclamante, como hemos acreditado anteriormente, para informarle del claro error de impresión que constaba en la web, con un precio de venta manifiestamente erróneo, incluso inferior al precio de coste, que en el presente caso es **de 809,00 euros** como se acredita con la copia de la factura que adjuntamos al presente escrito.

4º) Ante este error patente y manifiesto no puede tener amparo la pretensión del reclamante, quien consciente del error sigue pretendiendo que se le facilite el producto a un precio manifiestamente erróneo; Y teniendo en cuenta lo dispuesto en el **artículo 7.2 del Código Civil**, "*La Ley no ampara el abuso del derecho o el ejercicio antisocial del mismo.*" Por otro lado, para apreciar la existencia de abuso de derecho la jurisprudencia ha precisado los requisitos que deben concurrir (Sentencias del Tribunal Supremo 455/2001; 722/2010; 690/2012 y 159/2014):

El uso de un derecho objetivo y externamente legal; perfeccionado el contrato, obliga a su cumplimiento, de conformidad con el artículo 1258 del Código Civil, y por lo tanto la pretensión del reclamante cumple con el primer requisito.

Daño a un interés no protegido por una específica prerrogativa jurídica; el daño a un interés se produce por la entrega de un producto que tiene unas características económicas distintas a las que se pretendían ofrecer.

Comunidad de Madrid

La inmoralidad o antisocialidad de ese daño, manifestada en forma subjetiva, (“animus nocendi” o propósito de dañar o perjudicar con el ejercicio normal de los derechos) o en forma objetivo (ejercicio anormal del derecho, de modo contrario a los fines económico- sociales del mismo).

Y si bien es cierto que el consumidor prestó su consentimiento para adquirir el producto por un importe de **255,80 euros**, este no puede corresponder a un producto con las características técnicas, de diseño y actualidad como el que nos ocupa, existiendo un error notorio o errata en el planteamiento de la oferta presentada a los consumidores;

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

ANTECEDENTES.

El reclamante manifiesta que compra una (1) bicicletas al Corte Inglés y para ello realiza un pedido. Este queda registrado y confirmado en fecha 9 de septiembre de 2024. Se adjunta copia de la aceptación y confirmación por parte de la reclamada de los mismos. La bicicleta responden al modelo “*bicicleta eléctrica Hexagon Boost 1.0 522 29 Kross*”.

El reclamante expone que la publicidad del citado producto, anunciaba un porcentaje de descuento del 80% en el precio. Tampoco entiende que el error se haya producido en varias bicicletas.

Examinado, el pedido y resumen de compra incorporados al expediente, se comprueba que éste, referencia el modelo e informa de su coste. Delante del precio, en euros, aparece la palabra “*ANTES*” y un importe tachado: 1.279 €, y en color rojo, a la derecha el precio ofertado: 255,80 euros.

El interesado manifiesta que al día siguiente este pedido es cancelado por la empresa

La empresa reclamada señala que el día 9 de septiembre de 2024 hubo una incidencia en la validación de los precios en su web, dectándose que se habían volcado una serie de precios manifiestamente erróneos, afectando a una serie de pedidos, entre los que se encontraban, los del ahora reclamante. Entendiendo, la empresa, que ese error manifiesto invalidaba su consentimiento y por tanto podía llegar a ser nulo, contactó con todos los clientes afectados para informarles de este fallo de impresión que constaba en la web, al ser el precio publicitado inferior al precio de coste (809,00 €).

La empresa refiere que subsanó el error y que *ofreció de buena fe” el citado producto a precio real de oferta (1.279,00 €)”*.

En base a estos antecedentes, procede realizar las siguientes consideraciones:

I.-En relación a la oferta, promoción o publicidad de un bien o servicio, el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, establece en su artículo 61, que *el contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aún cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato.*

Siguiendo este criterio objetivo, la empresa reclamada queda vinculada por el contenido de la oferta realizada a través de la web y se obliga, por tanto a la venta del producto con las características indicadas y al precio establecido.

Comunidad de Madrid

La posterior decisión unilateral de una de las partes, en este caso el oferente, basada en la apreciación de un error propio, no puede alterar SOLA y por sí misma, las condiciones pactadas en el contrato, máxime cuando no se cuestiona por la empresa el formato publicitario, en el que se expresa una “oferta” sobre un precio inicial. Es decir, no se trata de un precio erróneo aplicado a un producto sin más, sino que la publicidad indicada en la web presenta un producto con una oferta típica, que mantiene un precio inicial y un descuento aplicado al mismo, que sí coincide con el precio resultante ofertado.

II.- Tipo de contratación. Nos hallamos ante un contrato celebrado por vía electrónica, previsto en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio electrónico. En aplicación de esta normativa específica y la remisión que realiza a normas civiles y mercantiles de nuestro ordenamiento jurídico, la perfección del contrato se produce por el mero consentimiento de ambos contratantes, conforme a lo dispuesto en el artículo 1450 y 1258 del Código Civil, señalando expresamente el artículo 1262 del Código Civil, *que hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación del vendedor*.

La confirmación de la recepción de la aceptación, es un acto posterior a la perfección misma del contrato electrónico de compraventa, acto que la empresa reclamada ratifica en fecha 9 de septiembre de 2024 a través de correo electrónico remitido al reclamante, y que obra como documentación en el expediente.

La empresa reclamada posteriormente, realiza de forma unilateral la anulación del contrato, sin que conste acreditado *“que ha ofrecido la opción al comprador de buena fe el producto, a su precio real de oferta”*.

III.- Error en el precio. Respecto a la alegación de la existencia de un error invalidante del consentimiento que plantea la reclamada, el artículo 1266 del Código Civil indica que: *“Para que el error invalide el consentimiento, deberá recaer 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.”*

El error invalidante del contrato ha de ser, además de esencial, excusable, esto es, no imputable a quien lo sufre (Sentencia del Tribunal Supremo 603/2016).

En el caso que nos ocupa, la empresa solamente se ha limitado a presentar como excusable, que el hecho se había producido debido a un error en la publicación del precio en la venta del producto: *“manifiesta que hubo una incidencia en la validación de precios en nuestra web al detectarse que se habían volcado una serie de precios manifiestamente erróneos”* pero no ha llegado a acreditar el origen de la incidencia (tipo de fallo en el sistema de gestión de precios, fechas y horas en las que se produce la desconexión del sistema de verificación de precios, afectación y duración de la incidencia, ...) por lo que es difícil apreciar la excusabilidad invocada, sin la garantía de que el error detectado se haya producido después de la confirmación del pedido, y no pueda tratarse de una mera rectificación de una oferta mal planteada.

Por el contrato de compraventa, según el artículo 1445 del Código Civil, *uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto...* por lo que es un elemento fundamental en la transacción; en el momento de su determinación y fijación, el vendedor en el ámbito del comercio electrónico propone el precio por la mera publicación y comunicación vía web de la oferta. El comprador que recibe la oferta para contratar, la acepta si le interesa su contenido económico, siendo fundamental que el precio sea cierto.



Comunidad de Madrid

La publicación del precio final por este medio, está sujeta a mayores riesgos de error que en la venta presencial y por ello los vicios del consentimiento han de ser apreciados, de forma que no se limite la seguridad jurídica y el consumidor pueda seguir confiando en la manifestación de quién le ofrece un bien o servicio para lograr un contrato, evitando la distorsión en el comportamiento del consumidor, con independencia de su intencionalidad o negligencia.

En este caso, de las pruebas aportadas se desprende, que un precio en la forma en la que está ofertado (es difícil discriminar si se trata de un error tipográfico o si por el contrario se trata más bien de una oferta ventajosa de un producto), puede animar al comportamiento económico del consumidor (sin dudar de su veracidad), y resultar compatible con la fiabilidad en la gestión y diligencia que cabe esperar de la empresa.

El oferente asume un error en el precio publicitado, por lo que también debe asumir la responsabilidad que le corresponda en función de los criterios y variables que aprecien en el caso. La mercantil no acredita suficientemente el origen de este error ni de las medidas que se adoptaron para corregirlo, limitándose a aportar una factura de adquisición al proveedor para justificar que el precio ofertado no era el deseado.

IV.- En todo caso nos hallaríamos en presencia de un error de apreciación subjetiva sin trascendencia a la estructura causal del contrato que hace necesario seguir examinando el resto de circunstancias concurrentes, para valorar la petición del reclamante, que solicita el cumplimiento de contrato y nuestro pronunciamiento en equidad al respecto.

El art.7 del Código Civil, trata el concepto de “abuso de derecho”, siendo relevante su análisis para abordar la eficacia general de las normas jurídicas. En su apartado 2.- hace alusión a *las circunstancias que rodean el ejercicio de un derecho*, y siendo esta referencia imprecisa y en consecuencia acorde con la naturaleza del propio concepto de “abuso de derecho”, hay que analizar los datos objetivos de los que disponemos en el presente conflicto: tipo de consumidor, modo de actuar o la ocasión en la que el derecho se ejercita.

Aunque no se considera debidamente acreditado que el consumidor fuera experto conocedor del producto en cuestión y que quisiera apurar demasiado las ventajas de obtener el producto en las condiciones pactadas, sí debemos tener en cuenta el hecho de que NO estamos ante una situación aislada y concreta.

Conocemos que se han visto afectados, tal y como la empresa alega, varios clientes y un elevado volumen de artículos con el precio cuestionado. De esta forma, teniendo en cuenta la función social que debe cumplir el derecho, y en aras a lograr una ponderación y equilibrio de intereses entre consumidores y resto de operadores económicos, no puede favorecerse el exceso o anormalidad en el ejercicio del derecho. Así, que no se debe otorgar un trato más favorable o ventajoso al consumidor que actúa con propósito ajeno a la actividad comercial y de la buena fe, solicitando la pretensión de adquirir varios productos, y por ello no puede ser atendida.

Se acuerda limitar la entrega de un artículo por reclamante,

Vistas las manifestaciones de las partes, la documentación aportada al expediente y los preceptos citados, el Colegio Arbitral acuerda el siguiente **LAUDO** en equidad: **ESTIMAR** la pretensión del reclamante, debiendo la empresa entregarle una (1) “Bicicleta eléctrica Hexagon Boost 1.0 522 29 Kross”, abonando éste el precio ofertado el día 9 de septiembre de 2024 (255,80€), o en caso de no existir stock, entregarle otro artículo de similares o superiores características, sin que ello suponga un aumento del precio que debe abonar el interesado



Comunidad de Madrid

Dicho Laudo ha sido adoptado por MAYORÍA con el voto en contra de la vocal empresarial.

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

El abono de la cantidad se realizará por cualquier medio de pago, admitido en derecho, que deje constancia documental al reclamante o persona autorizada en su nombre, salvo que al día de la fecha ya lo hubiere efectuado.

Notifíquese a las partes el presente laudo, haciéndoles saber que tiene carácter vinculante y ejecutivo desde el día de su notificación.

Contra el mismo, cabe interponer acción de anulación, ante la Sala de lo Civil y de lo Penal del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, de acuerdo con lo previsto en el art. 40 y siguientes de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje, en el plazo de dos meses contados a partir de su notificación o, si se hubiera solicitado corrección, aclaración o complemento del laudo, dicho plazo se contará desde la notificación de la resolución de la citada solicitud, o desde la expiración del plazo para adoptarla. Las partes podrán así mismo solicitar dentro de los diez días siguientes a la notificación del laudo, la corrección, aclaración, complemento o rectificación a que se refiere el art. 39 de la Ley de Arbitraje.

En caso de incumplimiento, cualquiera de las partes podrá solicitar la ejecución forzosa del Laudo ante el Juzgado de Primera Instancia del lugar en que se haya dictado, de acuerdo con lo previsto en el apartado 2 del artículo 545 de la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

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

Madrid, 26 de febrero de 2025
PRESIDENTE DEL COLEGIO ARBITRAL

Fdo.:

VOCAL REPRESENTANTE
CONSUMIDORES

VOCAL REPRESENTANTE SECTOR
EMPRESARIAL

Fdo.:

Fdo.: