



Comunidad de Madrid

LAUDO ARBITRAL

N/R.: 21 - ARBC - 14121.0/2024

RECLAMANTE:

RECLAMADO :

En Madrid, a 19 de marzo de 2025 constituido el Órgano Arbitral, compuesto por el Árbitro Único:

ARBITRO UNICO

D^a [REDACTED], empleado público de la Comunidad de Madrid.

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

Con fecha 02/09/2024 hice un pedido, con número 2492246004223 y otro con número 2492246003987 a través de su App, en concreto un perfume: Eau de Parfum Idôle Nectar 100 ml Lancôme al precio de 35,95€ con un descuento del 78% y 3 unidades Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme 8,40€ con un descuento de 89%.

Con fecha 02/09/2024 sobre las 20:00 recibo pedido con la anulación del pedido 2492246004223 sin motivo y el 4/9/2024 a las 17:00 del pedido 2492246003987.

- Que con fecha 03/09/2024 a las 15:57 se realiza llamada al 900357900 para reclamar el estado de mi pedido y me indican que no se sabe el por qué de la anulación que no pueden hacer nada.

- Que habiendo abierto un formulario reclamando el por qué de mi anulación si en la actualidad hay stock pero a un precio más alto, me cancelan la consulta sin llamarme y sin recibir contestación alguna por su parte a la misma.

- Posteriormente se abre consulta vía email indicando que los pedidos han sido anulados por incidencia en la mercancía que si los quiero comprar debo hacer una compra nueva al precio de ahora ...

- Que con fecha 03/09/2024 se contacta por Reses sociales, en concreto Instagram, para comentar lo sucedido indicándome que si quiero el producto lo compre al precio que está ahora haciendo caso omiso a mi petición.

Que tras varios contactos por distintas vías, infructuosos, me veo obligada a reclamar por esta vía al sentirme en el derecho de que me sea suministrado los artículos que adquirí al precio al cual lo publicitaron en su App y yo lo compré de 1 unidad de Eau de Parfum Idôle Nectar 100 ml Lancôme al precio de 35,95€ con un descuento del 78% y 3 unidades Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme 8,40€ con un descuento de 89%.



Comunidad de Madrid

Solicita . Que me sea suministrado los artículos que adquirí al precio al cual lo publicitaron en su App y yo lo compré de 1 unidad de Eau de Parfum Idôle Nectar 100 ml Lancôme al precio de 35,95€ con un descuento del 78% y 3 unidades Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme 8,40€ con un descuento de 89%

El Órgano 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 empresa reclamada, mediante escrito de fecha 5 de marzo de 2025, presenta las siguientes alegaciones:

1º) El pasado día 02 de 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 varios perfumes de diferentes características y modelos:

- **Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme, (3 unidades) con nº de referencia: 013512356034** Se trata de un perfume con un PVP real en oferta de 75 euros y que, por el citado error, se validó al incorrecto precio de 8,40 euros.

- **Eau de Parfum Idôle Nectar 100 ml Lancôme, con nº de referencia: 013512406466.** Se trata de un perfume con un PVP real en oferta de 167 euros y que, por el citado error, se validó al incorrecto precio de 35,95 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, incluida Dña. [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.

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. Todo acto u omisión que, por 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”*.

Por otro lado, para apreciar la existencia de abuso de derecho la jurisprudencia ha

ARBCRU22

Calle Ramírez de Prado, 5 bis

28045 Madrid

Tfno. Tramitación solicitudes: 91 310 59 03 y 91 310 58 39



Comunidad de Madrid

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.

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 (*Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme*, precio de 8,40 euros; *Eau de Parfum Idôle Nectar 100 ml Lancôme*, precio de 35,95 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....

Por todo ello, lamentamos informarles que no procede atender en modo alguno la petición del cliente por entender que es ajena a derecho y a la buena fe contractual que debe presidir de manera bilateral toda relación entre comerciante y consumidor.

La parte reclamante no presenta nuevas alegaciones para este acto de audiencia, dándose por reproducida toda la información y documentación que consta incorporada al expedientes.

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

ANTECEDENTES:

La reclamante manifiesta que compra varios artículos (perfumes) de diferentes características y modelos:

- Tres unidades (3) de *Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme*.
- Una unidad (1) de *Eau de Parfum Idôle Nectar 100 ml Lancôme*

Para ello realiza dos pedidos, los números 2492246003987 y 2492246004223 respectivamente, quedan registrados y confirmados en fecha 2 de septiembre de 2024. Se adjunta copia de la aceptación y confirmación por parte de la reclamada de los mismos.

El reclamante expone que la publicidad del citado producto, anunciaba unos porcentajes de descuento del 78 y 89% en el precio y que el día 3 de septiembre de 2024, realizó una llamada para reclamar el estado de su pedido y le indican que no saben el motivo de la anulación.

Comunidad de Madrid

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 unos importes tachados: 75 y 165 €-según el perfume-, y en color rojo, a la derecha el precio ofertado: 8,40€ y 35,95€ .

El interesado manifiesta que ese mismo día y el 04/09/24 recibe la comunicación de la anulación de los pedidos.

La empresa reclamada señala que el pasado día 02 de 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 varios perfumes de diferentes características y modelos, entre los que se encontraban, los de la 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, incluso inferior al precio de coste.

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

I.-En relación a la oferta, promoción o publicidad de un bien o servicio, su contenido y las prestaciones propias de cada bien o servicio, 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.

Los pedidos están realizados bajo un formato publicitario, que presenta una oferta típica, que expresa un precio inicial y un descuento aplicado al mismo, que coincide con el precio resultante ofertado.

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.

II.- 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 y hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación del vendedor.

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).



Comunidad de Madrid

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 por lo que es difícil apreciar la excusabilidad invocada

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.

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.

IV.- En todo caso nos hallaríamos en presencia de un error de apreciación subjetiva sin trascendencia a la estructura causal del contrato, debiendo analizar otros datos 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”, y 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 ejerce.

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 compra 4 artículos, incluso de la misma gama, para un uso de un particular.

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.

Comunidad de Madrid

Se acuerda limitar la entrega de un artículo a la reclamante.

En el presente caso al reclamarse por dos productos diferentes de perfume (tres unidades en uno de los pedidos y una unidad en el otro), dentro de los CINCO primeros días otorgados para el cumplimiento del presente Laudo, debe comunicar en forma fehaciente a la empresa reclamada, el perfume por el que opta. Caso contrario se entregará una unidad /perfume del primer pedido efectuado(2492246003987 del día 2 de septiembre a las 15:56 h), que se corresponde con el Eau de Parfum Idôle Aura 25 ml Lancôme.

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 PARCIALMENTE** la pretensión del reclamante, debiendo la empresa reclamada entregarle un (1) producto elegido por la interesada- según se indica en el párrafo anterior-, abonando éste el precio ofertado según pedido (8,40 o 35 €), 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

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 y la entrega del artículo se realizará por cualquier medio, admitido en derecho, que deje constancia documental al reclamante/ empresa reclamada 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.

Y para que conste, se firma el presente Acuerdo en el lugar y fecha señalados al principio.

Este documento ha sido firmado digitalmente por EL ARBITRO UNICO, puede consultar la fecha y datos de la firma en el lateral.