



LAUDO ARBITRAL

EXPTE. NÚM: 496/2019

RECLAMANTE:

[REDACTED]

RECLAMADA:

Grandes Almacenes FNAC España, S.A.U.

ÁRBITRO ÚNICO:

[REDACTED]

En la Sede de la Junta Arbitral Nacional de Consumo, a 25 de febrero de 2020, se dicta laudo en el procedimiento arbitral de referencia

LAUDO ARBITRAL

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO

Consta previamente al inicio del procedimiento, formalización de convenio arbitral válido entre las partes, de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, concurriendo en este caso la presentación de la solicitud arbitral por el reclamante y la adhesión de la empresa reclamada al Código Ético Confianza Online. En dicha adhesión, manifiesta que agotado el procedimiento de mediación llevado a cabo por ADIGITAL, acepta expresamente el arbitraje de la Junta Arbitral Nacional del Consumo para la solución de las reclamaciones relativas a las transacciones electrónicas con consumidores, presentadas por la presunta infracción de las normas del mencionado Código.

De conformidad con el artículo 40 del Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, que regula el Sistema Arbitral de Consumo, que establece el procedimiento abreviado aplicable en este supuesto, se ha comunicado a las partes el inicio del procedimiento arbitral, la designación de un Árbitro Único y la citación a audiencia en forma escrita, con el fin de que aportaran nuevas alegaciones o documentación que no hubieran puesto de manifiesto y consideraran relevantes para la solución del conflicto. Asimismo se han incorporado al expediente toda cuanta documentación obraba en los procedimientos de reclamación anteriores, seguidos de conformidad con lo dispuesto en el Código Ético de Confianza Online.



SEGUNDO

El reclamante en su solicitud de arbitraje alega que han concurrido circunstancias relativas a la adquisición de un producto mediante contratación electrónica (que aparecen señaladas con una x):

- ☒ .- El producto no fue entregado porque la empresa alegó error en el precio.
- ☐ .- El producto no fue entregado porque la empresa alegó falta de stock.
- ☐ .- Retraso en la entrega del producto.
- ☐ .- Ausencia de información proporcionada sobre las características del producto o, existiendo información, ésta fue proporcionada de manera incorrecta.
- ☐ .- La empresa impidió al reclamante el ejercicio del derecho de desistimiento.
- ☐ .- Otras circunstancias.

Realizado un pedido (Huawei P30 Pro 6,47" 128GB Breathing Crystal) el 27 de octubre de 2019, por un importe de 124,90 Euros/socios y 139,90 Euros/no socios, más eventuales gastos de envío. No obstante su confirmación, la reclamada comunica la cancelación del pedido por error de precio. Se solicita la entrega del pedido al precio ofrecido.

TERCERO

Trasladada la solicitud a la empresa reclamada, formula las siguientes alegaciones:

- 1.- Reconoce que el domingo 27 de octubre de 2019, anunció en su página web el mencionado móvil al precio indicado.
- 2.- Que existió un error tipográfico, dado que el precio debía ser de 699,90 Euros.
- 3.- La oferta se propagó rápidamente por las redes por medios no controlados por la sociedad. Se realizaron 12.911 pedidos por adquisiciones de un total de 18.432 unidades del producto.
- 4.- Se adoptaron medidas inmediatas, comunicando a los clientes el error padecido y la cancelación del pedido, devolviendo el importe abonado tanto de la compra principal como, en su caso, de los dos Euros en concepto de alta en el Club Fnac. Respecto de esto último se informaba lo siguiente: "No obstante, y en atención a Ud., su condición de socio se mantendrá durante 2 años, en los que podrá disfrutar de todas las ventajas del Club Fnac. En caso de que desee solicitar la baja, por favor, siga las indicaciones que encontrará en el siguiente enlace: <https://ayuda.fnac.es/socios/baja-de-socio/>"
- 5.- La oferta no ha podido alterar el comportamiento económico del consumidor, dado que la diferencia entre el precio erróneo y el de mercado es tan desproporcionada que cualquier consumidor medio podría haber entendido que se trataba de un error manifiesto.
- 6.- La red aporta suficiente información para que cualquier consumidor medio aprecie la línea divisoria entre "ganga" y "error" en un precio de mercado. La sociedad no hizo referencia alguna a que se trataba de una venta de saldos o de liquidación.
- 7.- El consentimiento de la sociedad no puede considerarse válido al incurrir en un error obstativo. Califica dicho error de esencial, relevante y excusable.
- 8.- Los reclamantes cometen un abuso de derecho en su petición, con falta de buena fe contractual, en particular cuando intentan adquirir múltiples productos idénticos.



9.- La sociedad ha actuado en su calidad de empresario conforme a las exigencias de la buena fe y conforme a la diligencia profesional exigible, no existiendo práctica comercial desleal con los consumidores.

A la vista de la documentación y alegaciones presentadas por las partes, se exponen los siguientes

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero.- Al tratarse de un contrato de compraventa en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos, se corresponde con el calificado como “contrato celebrado por vía electrónica” o “contrato electrónico”, por el anexo, letra h, de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio electrónico.

Segundo.- La perfección de estos contratos se produce por el mero consentimiento de ambos contratantes sobre el objeto y el precio (artículo 1450 del Código Civil). En el caso de contratos electrónicos hay consentimiento desde que se manifiesta la aceptación (Artículo 1262 del Código Civil)

Tercero.- Producida la oferta pública de la reclamada en su página web y reconocida la realización del pedido por la reclamante, el contrato de compraventa se perfeccionó, pues al realizar el pedido se manifestó su aceptación de la oferta.

Cuarto.- Respecto a la alegación de la existencia de un error obstativo en el consentimiento de la reclamada, el Artículo 1266 del Código Civil dispone que, para invalidar el consentimiento, el error ha de recaer (además de sobre la persona en determinados casos) sobre la sustancia de la cosa que constituye el objeto del contrato o sobre aquellas condiciones de la cosa que principalmente hubieren dado motivo a celebrarlo, esto es, sobre el objeto o materia propia del contrato (Artículo 1261.2 del Código Civil). Este requisito se entiende cumplido al recaer, el alegado error, en la cuantía del producto ofrecido, dato sustancial en cualquier contrato de compraventa.

Quinto.- El error invalidante del contrato ha de ser, además de esencial, excusable, esto es, no imputable a quien lo sufre. La jurisprudencia niega protección a quien, con el empleo de la diligencia que era exigible en las circunstancias concurrentes, habría conocido lo que ignoraba al contratar. En tal caso ante la alegación de error, protege a la otra parte contratante, confiada en la apariencia que genera toda declaración seriamente emitida. Sentencia del Tribunal Supremo 603/2016: *“El error invalidante del contrato ha de ser, además de esencial, excusable, esto es, no imputable a quien lo sufre. El Código Civil no menciona expresamente este requisito, pero se deduce de los principios de autorresponsabilidad y buena fe. La jurisprudencia niega protección a quien, con el empleo de la diligencia que era exigible en las circunstancias concurrentes, habría conocido lo que ignoraba al contratar. En tal caso, ante la alegación de error, protege a la otra parte contratante, confiada en la apariencia que genera toda declaración negocial seriamente emitida.”* (FD 4.1)

Sexto.- Resulta primordial para el desarrollo del comercio electrónico la confianza de los consumidores y por ello es exigible una intensa diligencia de las empresas, mediante la vigilancia y control sobre sus sistemas de gestión de ventas, que hace inexcusable un error empresarial que conlleve una oferta objetivamente errónea que puede distorsionar el comportamiento del consumidor, con independencia de su intencionalidad o negligencia, como ha puesto de manifiesto el Tribunal de Justicia Europeo, Asunto C-388/13: *“De hecho, el artículo 11 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales dispone expresamente que la aplicación de las medidas tomadas*



por los Estados miembros para luchar contra tales prácticas es independiente tanto de que se pruebe una intención, cuando no una negligencia, por parte del comerciante como de que se demuestre una pérdida o un perjuicio real sufrido por el consumidor.” (Apartado 48) y “En todo caso, como se desprende del uso de «puede», el artículo 6 de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales es de carácter esencialmente preventivo, de modo que, a efectos de la aplicación de este artículo, basta con que el comerciante haya comunicado una información objetivamente errónea, que pueda influir desfavorablemente en la decisión del consumidor sobre una transacción.” (Apartado 49). En este caso, de las pruebas aportadas se desprende fácilmente que un precio como el ofertado puede distorsionar el comportamiento económico del consumidor, además de no resultar compatible con la gestión esmerada que cabe esperar de una empresa con la experiencia y volumen de negocio en el comercio electrónico de la reclamada, que el sistema de compra online haya admitido 12.911 pedidos para adquirir 18.432 unidades de producto, sin suspender automáticamente el proceso de compra, ni la falta de diligencia en el seguimiento de las redes sobre sus propios productos.

Séptimo.- Debe tenerse en cuenta que desde la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, se prohíbe que, mediante condiciones no negociadas individualmente, se repercuta sobre el consumidor las consecuencias económicas de los errores administrativos o de gestión que no les sean imputables (Artículo 89.2 del vigente 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). La doctrina entiende que la justificación de dicha prohibición se justifica por corresponder a riesgos propios de la actividad empresarial y que el empresario es el único que, a través de la mejora de su organización, puede disminuir el porcentaje de fallos o errores. Si desplaza el riesgo sobre el consumidor, disminuye su aliciente para tratar de conseguir una mayor eficacia.

Octavo.- Entendiendo por todo lo razonado que nos encontramos ante un contrato perfeccionado y que no ha quedado suficientemente demostrado la existencia de un error como causa invalidante del consentimiento, se debe examinar si la pretensión del reclamante de solicitar el cumplimiento del contrato no supone abuso de derecho como alega el reclamado.

Noveno.- Según 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*”. Esta norma fue introducida con la reforma del título preliminar del Código Civil en 1974 y tiene su origen en la Sentencia del Tribunal Supremo de 14 de febrero de 1944.

Décimo.- 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): a) el uso de un derecho objetivo y externamente legal; b) daño a un interés, no protegido por una específica prerrogativa jurídica, y c) la inmoralidad o antisocialidad de ese daño, manifestada en forma subjetiva, (“*animus nocendi*”) o en forma objetiva (ejercicio anormal del derecho, de modo contrario a los fines económico-sociales del mismo). En otro caso rige la regla “*qui iure suo utitur neminem laedit*” (quien ejerce su derecho no daña a nadie)

Undécimo.- Perfeccionado el contrato, obliga a su cumplimiento, Artículo 1258 del Código Civil, y por lo tanto la pretensión del reclamante cumple con el primer requisito. El daño a un interés se produce por la entrega de unos productos que según la reclamada, tienen un precio de mercado superior al pactado. Ahora bien, ese pretendido perjuicio no justifica la apreciación del abuso de derecho mientras no concurra el tercer requisito, la inmoralidad o antisocialidad de ese daño. Destacable a estos efectos es el aprovechamiento que la reclamada puede hacer de esta oferta



mediante la incorporación a su Club de miles de interesados en la compra de móviles que a través de sus datos personales aportados gratuitamente, pueden recibir las ofertas que a la empresa interese en un futuro, según lo señalado en el punto 4 de sus alegaciones.

Duodécimo.- En cuanto a la notoria diferencia de precio y que dicha diferencia era de una magnitud tal que necesariamente debería hacer sospechar a la reclamante de que se ha producido un error en el proceso de presentación de la oferta. Siguiendo a la Audiencia Provincial de Sevilla, en su Sentencia 258/2010, en los casos en que se haya indicado un precio ridículo, no puede ampararse una pretensión consciente del error, ahora bien en el comercio electrónico es habitual la existencia de rebajas drásticas y “gangas”, como estímulos comerciales a la contratación de los más diversos productos y servicios. En ese contexto, sólo la existencia de una “*lesio enormis*” basada en la enormidad del error padecido puede superar la presunción de buena fe del consumidor. 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 75% de reducción del precio respecto de la competencia. Los comentarios en redes presentados por la reclamada no es prueba suficiente para rechazar la presunción de buena fe.

Decimotercero.- En todo caso, la pretensión de adquirir varios productos idénticos no puede ser atendida, al considerarse que tal práctica puede hacer dudar de la propia condición de consumidor que actúa con un propósito ajeno a una actividad comercial, e incluso de su buena fe contractual.

Vistos los preceptos citados, se emite el siguiente laudo en equidad:

LAUDO

Estimar la pretensión del reclamante, debiendo la empresa reclamada hacerle entrega del modelo de teléfono móvil objeto del pedido y abonando el reclamante el precio ofertado el 27 de octubre de 2019 o, en caso de no existir stock, entregarle otro de similares o superiores características sin que esto suponga un aumento del precio que debe abonar el reclamante. Únicamente debe entregarse un teléfono por pedido.

El plazo para el cumplimiento de este Laudo es de 15 días siguientes a partir de su notificación.

Notifíquese a las partes el presente Laudo, haciéndoles saber que tiene carácter vinculante y ejecutivo y que es eficaz desde el día de su notificación, pudiendo interponer contra el mismo recurso de anulación de acuerdo con lo establecido en el artículo 8.5 de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje, siendo competente la Sala de lo Civil y de lo Penal del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Autónoma donde aquél se hubiere dictado, y pudiendo ejercitarse la acción de anulación dentro de los dos meses siguientes a la fecha de su notificación, conforme lo previsto en el Título VII de la citada Ley 60/2003.

Asimismo se notifica que, de conformidad con el artículo 39 de esta misma Ley, cualquiera de las partes podrá solicitar al árbitro la corrección, aclaración o complemento del laudo, dentro de los diez días siguientes a la notificación del mismo.



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

EL ÁRBITRO