



GRAVES ERRORES OBSTATIVOS COMETIDOS POR EL PROVEEDOR EN LA OFERTA. ¿PUEDE EL CONSUMIDOR APROVECHARSE DE ELLOS?*

*Angel Carrasco Perera***
Catedrático de Derecho Civil
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 12 de enero de 2024

1. Cuatro casos reales

El Corte Inglés promociona en su web ordenadores portátiles a precio irrisorio.

En su web, el Corte Inglés anuncia la venta de ordenadores portátiles de la marca Compaq al precio de 36 euros. La empresa PCD, al apercibirse de tal oferta, realiza 2 pedidos a «El Corte Inglés», de 8 y 7 ordenadores, respectivamente. El Corte Inglés sostiene que no está obligada. El primer argumento que emplea el comerciante es espurio y no lo voy a considerar aquí. El otro argumento que utiliza es la infracción de las reglas de la buena fe por parte de PCD, quien se quiere aprovechar de un error en la indicación del precio.

La Audiencia Provincial de Sevilla [*SAP Sevilla 17 septiembre 2010 (JUR 2011, 72603)*] no atiende a este argumento. Explica que, por un lado, la rápida obsolescencia de los productos informáticos o electrónicos en el comercio actual y la práctica de las empresas de minimizar los costes de gestión de stocks, hace no infrecuentes rebajas drásticas en este tipo de artículos, de forma que PCD no pudo ser plenamente consciente de que el bajo precio constituyera un error. Por otro lado, el número de unidades solicitadas en sus

* Trabajo realizado en el marco del Proyecto de Investigación PID2021-128913NB-I00, del Ministerio de Ciencia e Innovación y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) titulado “Protección de consumidores y riesgo de exclusión social: seguimiento y avances”, dirigido por Ángel Carrasco Perera y Encarna Cordero Lobato y en el marco de las Ayudas para la realización de proyectos de investigación aplicada, en el marco del Plan Propio de investigación, cofinanciadas en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), para el proyecto titulado “Modelos jurídicos eficientes de consumo sostenible”, con Ref.: 2022-GRIN-34487 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana I. Mendoza Losana.

** ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3622-2791>



pedidos (15 en total), no supone una cantidad desproporcionada que pudiera llevar a la conclusión de que PCD pretendía aprovecharse del error de «El Corte Inglés» de forma contraria a las exigencias de la buena fe. En fin, como ha reiterado la jurisprudencia, la buena fe se presume, y en el presente caso la Audiencia entiende que la mala fe de PCD no queda probada.

MAC Apple Macbook 13 2.26-Set 2 al precio de 34 €.

Sin embargo, ante un supuesto muy similar, la *SJPI núm. 6 Badalona 8 junio 2011 (AC 2011, 1442)* sostuvo una solución distinta. Por demanda de juicio verbal se alegaba que en fecha 6 de noviembre de 2009 por medio de la tienda virtual www.redcoon.es cuyo proveedor es la mercantil "Redcoon Electronic trade SL", el Sr. Benito realizó el pedido de dos unidades de portátil MAC Apple Macbook 13 2.26-Set 2 por importe de 67,97 €. Alega también que en fecha 9 de noviembre de 2009 la demandada se puso en contacto telefónico con el Sr. Benito, indicándole que existió un error en el precio publicado de los productos que compró, ya que su precio era superior, negándose a tramitar el pedido, a lo que el Sr. Benito les indicó su deseo de que el pedido fuera tramitado conforme a las condiciones pactadas.

De la prueba practicada ha resultado probado que el precio de mercado de lo adquirido por la parte actora es de entre 900 y 1000 €. Según resulta de los hechos, el comprador no ostentaba la condición de consumidor. La sentencia resuelve que el contrato de compraventa quedó perfeccionado por la aceptación de la oferta por el precio fijado en la página web, siendo el contrato válido. El comprador cumplió con su obligación de pago del precio mediante tarjeta de crédito, pero se le canceló el pago, tal como se acredita mediante documental, por tanto, no estamos ante un supuesto de falta de pago sino ante una falta de cobro. En todo caso para anular el contrato por vicio del consentimiento sería necesario que la parte actora hubiera ejercitado la correspondiente acción solicitando dicha pretensión, aunque fuera por demanda reconvenzional, ya que no cabe excepcionar la anulabilidad del contrato por vicio del consentimiento. Cabe asimismo destacar que la parte demandada, procedió de modo inmediato a ponerse en contacto que los diferentes clientes para comunicarles el error sufrido, ya que la compra se formalizó el 6 de noviembre de 2009 y se comunicó el error el 9 de noviembre, por lo que ningún perjuicio se pudo causar al adquirente. Por tanto, a la vista de la gran diferencia entre el precio de mercado (900 € por unidad) y el precio publicado (22,48 €), es evidente que el precio ofertado en la página web era ridículo, y por tanto, fruto de un error manifiesto. A partir de aquí podemos considerar que la actuación del Sr. Benito es constitutivo de un abuso de derecho, por cuanto atendido el precio ridículo por el cual el Sr. Benito pretende



adquirir los ordenadores, resulta evidente que, consciente de ello, se está aprovechando del error manifiesto sufrido por el oferente y dicha pretensión no puede ser amparada por los tribunales en virtud de los artículos 7 del Código Civil y 11.2 de la LOPJ (RCL 1985, 1578, 2635) .

Iberdrola oferta erróneamente una tarifa eléctrica más barata

Es el caso resuelto por la *Audiencia Provincial de Valencia, Sección 7ª, Sentencia 73/2021 de 24 Febrero (JUR 2021, 259496)*. Norberto presenta demanda contra Iberdrola Generación SAU, Iberdrola Clientes SAU e Iberdrola Distribución Eléctrica SAU, interesando se reponga su contrato de suministro de energía eléctrica a las condiciones contractuales pactadas, reclamando la cantidad de 5.886,89 euros, cantidad cobrada en exceso, tanto por cambio de tarifa de baja tensión a alta tensión, como por errores en el registro de medición del consumo, con los intereses legales del artículo 96.2 del RD 1955/2000, liquidados en 401,31 euros, más los que se devenguen hasta la resolución definitiva del proceso y la cantidad de 2128,76 euros en concepto de daños y perjuicios con sus intereses moratorios. El JPI no otorga el importe de cambio de tarifa por responder a una norma administrativa el cambio de baja a alta tensión; sí estima que los registros operados desde el año 2014 a 2018 son incorrectos y no debidos, condenado a Iberdrola Distribución Eléctrica SAU e Iberdrola Clientes SAU a abonar al actor la cantidad de 4.524,39 euros con los intereses legales.

Según resulta, el contrato en disputa fue suscrito entre litigantes en fecha de 23-3-2011, calificado como de Tipo Normal, con la aplicación de una determinada tarifa 2.0, potencia contratada 3450 wy está admitido que, en octubre de 2014, Iberdrola cambió a alta tensión y aplicó la tarifa 3-1 propia de ésta. El contrato era por doce meses, prorrogable por cada año si no concurría aviso en contrario. Cuenta la Sala que una cosa es que, conforme a norma administrativa por las circunstancias propias del lugar, modo y suministro de energía eléctrica, la tarifa deba ser de alta tensión (que es lo resuelto por la resolución administrativa) y otra cosa es que pactado por la propia entidad Iberdrola que el contrato con el actor era a baja tensión con una determinado precio, cuando debía ser de alta tensión, posteriormente, se cambie de forma unilateral ese contenido contractual sin aviso o comunicación alguna. Si Iberdrola tuvo un claro error en la calificación de la tarifa aplicada al contrato, cuando es la entidad profesional de la energía eléctrica y su comercialización, amén de no desconocer una norma existente diez años antes, ese claro error no puede ser repercutido ni costeado por el consumidor, y el importe tarifario por el mero hecho de ese cambio, en esa tesitura, anexo a dicho error, debe ser sufragado por el profesional y por tanto resulta procedente la condena a las demandadas en la suma de 1362,5 euros.



El jugador se cebó a costa de un error en “Línea de gol”

Se trata del caso resuelto por la *STS 154/2020 de 6 marzo (RJ 2020, 1016)*. Cirsra, S.A.U. es una empresa que gestiona apuestas por internet relacionadas con eventos deportivos (Sportium.es). En concreto tiene un mercado denominado "línea de gol", en el que se hacen apuestas sobre el número de goles que se marcarán en cada encuentro de fútbol, con independencia del equipo que los marca. Entre las 15:36 horas del día 4 y las 14:45 horas del día 8 de diciembre de 2014, Juan Enrique realizó 78 apuestas, por un importe total de 684,38 euros. En todas ellas apostaba que se marcaría al menos un gol. Por las apuestas realizadas ganó 2.773.164 euros. Cirsra anuló las apuestas efectuadas, después de celebrarse el evento deportivo, porque había detectado un error en el cálculo de la cuota ofertada (se estableció para el caso en que se marcara al menos un gol más de 0,5), que habría sido aprovechado por el Sr. Juan Enrique. El Sr. Juan Enrique presentó una demanda de cumplimiento contractual, en la que exigía de Cirsra el cumplimiento del contrato de apuesta y que le abonara el importe que le correspondía (2.773.164 euros) por haber ganado las apuestas.

El juzgado de primera instancia desestimó la demanda. Entiende correctamente aplicada por Cirsra la cláusula de las condiciones generales del contrato que le permite invalidar las apuestas por "errores humanos de sus empleados o errores informáticos. Apuestas con cuotas incorrectas o realizadas a sabiendas del resultado correcto". La Audiencia consideraba abusiva tal condición general y condena al pago del premio reclamado. El TS confirma la sentencia apelada en este punto. Pero estima el motivo de recurso por el que se alega que la conducta del actor constituye abuso de derecho.

Según la Sala, la conducta desarrollada por el Sr. Juan Enrique al realizar apuestas, aprovechando que, en los términos en que se había ofertado la cuota por Sportium en ese mercado "línea de gol", la probabilidad de acierto era muy alta, a primera vista no constituye un acto contrario a la buena fe, ni un abuso de derecho. Es un acto de perfeccionamiento de un contrato de apuestas, a la vista de las condiciones ofrecidas por la empresa de apuestas. Lo realmente relevante es el volumen de apuestas realizadas (78) y la desproporción existente entre el riesgo asumido y el beneficio obtenido, en el marco de un contrato aleatorio en el que el error en la determinación de la cuota garantizaba el éxito de la apuesta. Es obvio que el Sr. Juan Enrique se percató enseguida del error de cálculo realizado por la empresa, que de alguna manera desvirtuaba la aleatoriedad del contrato. La realización de algunas apuestas con el beneficio consiguiente, no tacha su comportamiento de contrario a la buena fe. El problema es el volumen de apuestas realizadas en tan corto periodo de tiempo, aprovechando el error que eliminaba prácticamente la aleatoriedad y le aseguraba el acierto, que llega a ser desproporcionada (realiza 78 apuestas en menos de cuatro días, por un importe de 684,38 euros, y obtiene



un premio de 2.773.164 euros). Precisamente es esa magnitud y desproporción, la que pone de manifiesto que la forma de hacerlo, masiva, constituye un abuso que el derecho no puede amparar.

2. Análisis

Los cuatro casos tienen en común que el proveedor del bien o servicio realiza una oferta o promoción de un activo o ofrece una tarifa o un premio con notorio error obstativo. Es notorio que el proveedor se ha equivocado al hacer la declaración negocial en la que se contiene la cifra de uno de los elementos esenciales del contrato (el precio o tarifa). Es cierto que se puede argüir que tal error se sustenta sólo en la declaración propia de la empresa, que muy bien podría no haberse equivocado, sino haber ofrecido una promoción de precios de la que luego pretende retractarse. Pero no es probable que en la comercialización estandarizada al consumo el proveedor que hace una oferta de compra “con gancho” proceda a actuar luego como si se hubiera equivocado.

Con todo, vamos a partir de que el proveedor se ha equivocado y que esta conclusión puede inferirse del conjunto de medios probatorios. Por ejemplo, que la incidencia afecta sólo a determinados bienes singularizados, que una promoción de tal clase no tendría sentido comercial, que existen listas o documentos propios que pueden acreditar que el precio promovido no era el real, que una oferta de esta clase no obedece a ninguna estrategia comercial sostenida por la firma, que la desproporción de precio es enorme, que no se ha fijado un marco temporal cerrado y breve para la oferta (“¡sólo en las próximas seis horas, ordenadores XXX a 25 euros!”), que el precio ofrecido es una tarifa regulada que por ley no hubiera correspondido a tal servicio, etc.

Conclusión 1ª: los errores obstativos sólo serán relevantes si resultan ostensibles para un observador imparcial.

Conclusión 2ª: si el error de cantidad está en la franja de la “mitad del justo precio” nunca es ostensible. Podrá no ser ostensible incluso cuando la diferencia exceda la mitad del justo precio.

Conclusión 3ª: si las “cosas están todavía íntegras” porque no se ha pagado el precio ni entregado ni enviado la mercancía, ha de aceptarse *como regla* la exoneración del proveedor ostensiblemente errado, si el bien o bienes litigiosos son los únicos que se incluyeron en la declaración de compra del cliente.



Tres casos de los expuestos resuelven conflictos de comunicación en transacciones en línea punto-multipunto. El supuesto Iberdrola es singular, no porque el consumidor no haya realizado una búsqueda y selección en web (lo ignoramos), sino porque el precio a cobrar estaba regulado, es el que en buen derecho tenía que haber pagado el cliente, y no el declarado. Y sobre todo, porque el error obstativo del proveedor se ha extendido durante un tiempo suficiente para, de operar la corrección retroactivamente, haber generado una respetable deuda que de golpe es reclamada al cliente. Destaca igualmente en este caso que, por la condición de las partes, el tipo de contrato y el tiempo transcurrido, el error haya de ser declarado *groseramente inexcusable* para la empresa. Finalmente, que el cliente no estaba en condiciones – tampoco los terceros observadores neutrales- de averiguar ni concebir que la tarifa contratada era errónea.

Y esto nos conduce a nuestro segundo bloque de conclusiones.

Conclusión 4^a: el contrato tal como declarado obliga al proveedor cuando el error se prolonga en el tiempo de forma que la aplicación del “precio verdadero” genere sobrevenidamente una deuda no irrelevante del cliente.

Conclusión 5^a: salvo disposición normativa en contrario, el proveedor incurso en el error obstativo no puede reaccionar pretendiendo que la transacción se mantiene, pero el cliente haya de abonar el mayor precio “verdadero”. El proveedor nunca tiene derecho a la diferencia de precio, *tal cual debía haber sido*, porque de otra forma se *crearían incentivos poderosos para que las empresas cometieran errores* en su propio provecho.

Conclusión 6^a: el contrato se mantiene cuando se trata de un “error normativo” inexcusable para el operador profesional e inexcusable para el laico, que no puede sospechar la posibilidad de un error.

Tiene razón el JPI Badalona cuando recuerda que según jurisprudencia constante, no sólo la anulabilidad no se puede hacer por vía de excepción, y requiere acción o reconvención, sino que, en ausencia de acuerdo entre las partes, la anulabilidad ha de ser dictada por sentencia y no cabe una impugnación extrajudicial del contrato. En mi opinión, la regla tradicional es infundada, y la nulidad puede ser declarada extrajudicialmente, a reserva de, en caso de discrepancia, ser confirmada o refutada por sentencia. La aplicación, empero, de la doctrina criticada comporta que cuando es de justicia negar la procedencia



de la acción de cumplimiento, el juzgador haya de acudir el socorrido mecanismo del abuso de derecho.

Conclusión 7ª: Actúa con abuso de derecho quien reclama el cumplimiento de un contrato que la contraparte podía haber anulado de haber articulado en tiempo y forma la debida reconvención.

Vamos a suponer que la contraparte es un sujeto que no es consciente de que la oferta se soporta en un error de la empresa. Se informa del precio, lo confirma, se sorprende de la cuantía de la *ganga*, no se pregunta por el motivo de la estrategia empresarial, no *piensa nada en particular* y simplemente realiza el pedido, que vale como aceptación. Puede haber pulsado el click de compra o haber negociado la tarifa en un proceso más personalizado. En esta primera estampa, la contraparte agraciada no sabía que el promotor incurrió en un error.

Conclusión 8ª: Para que la operación deje de obligar a la empresa es exigible que cliente supiera de la existencia del error o *al menos* que hubiera fundados motivos para no descartar la existencia de un error, siempre partiendo de una exigibilidad de (sólo) el estándar ordinario (medio) de diligencia, no el supremo (*levissima culpa non nocet*). Tiene que existir un tanto de culpa por parte del cliente.

El error obstativo unilateral está sujeto a las reglas ordinarias de relevancia del error. Ha de haber recaído sobre un elemento esencial (el precio lo es) y ha de ser excusable. Un error obstativo de tal calibre por parte de una empresa en su estrategia promocional puede considerarse como no excusable, por mucho que pueda serlo el error material de la persona física a cuya autoría se debe la equivocación. Por tanto, de aplicar los cánones de doctrina admitida, el error no sería relevante para exonerar a la empresa de su deber de cumplimiento.

¿Pero por qué hay que proteger a la contraparte en tal caso? ¿Simplemente porque el oferente ha sucumbido a un error inexcusable? Pero error ha existido y *ceteris paribus* el adquirente no tenía al margen de la oferta errónea ninguna expectativa legítima de adquirir productos o servicios por el precio equivocado ¿Por qué puede aprovecharse el adquirente? Se puede decir que *pacta sunt servanda* y que es preciso atenerse a la palabra



dada cuando el emitente erró de manera inexcusable al hacer una declaración externa que no respondía a la voluntad negocial verdadera. Pero de nuevo el argumento es insuficiente. ¿Por qué *pacta sunt servanda* en un supuesto de esta clase? La regla de vinculatoriedad de los pactos está justificada cuando con ella se satisface un fin legítimo, pero no para consolidar oportunistamente una posición negocial patológica.

Conclusión 9ª: la inexcusabilidad no es, por ende, un fundamento definitivo para mantener el contrato, cuando a pesar de ello la contraparte cliente no soporta su razón en una propuesta de justicia material.

Es claro que la oferta errónea vincularía al empresario si la contraparte *se hubiera comprometido con costes en la creencia de la veracidad de la oferta*, cuando hubiera “costes de confianza”. Por ejemplo, se han desechado irremisiblemente otras ofertas *second best* que ya no son recuperables, se han hecho inversiones económicas basadas en la confianza, etc. Es altamente improbable que ello ocurra, empero, cuando la contraparte es un consumidor y cuando el proceso de compra no tiene más costes de transacción que la pulsación de un click. Porque la “navegación por la web” es un coste de oportunidad que no ha sido provocado por la oferta errónea, sino una conducta comercial que todo comprador en red arrostra como previa al proceso de compra. La navegación, sus costes, si alguno, no han sido producidos por la *reliance* del consumidor en la oferta equivocada. Ello sería así, aunque el consumidor acreditara que dedica largas horas al día a la búsqueda de chollo en la web; una vez más, el coste de oportunidad de esta inversión de tiempo no es efecto del error de la oferta sino de la afición idiosincrática del sujeto. Simplemente, la creencia en haber encontrado o en poder encontrar el chollo no es una *reliance*.

Conclusión 10ª: el contrato se mantiene si el cliente ha invertido en él costes de confianza que no son recuperables, salvo con pleito.

Conclusión 11ª: el contrato en línea se mantiene en vigor si en el momento (sin retraso) de denunciar el error, el proveedor no pone ya el precio pagado en manos del comprador.



Conclusión 12ª: *ceteris paribus*, para que el contrato se mantenga es preciso que la prestación ya no haya llegado a posesión del cliente o, de haberlo hecho, que el proveedor se ofrezca a su retirada personalmente y sin molestia alguna para el cliente.

Conclusión 13ª: si el cliente acepta la propuesta invalidatoria del vendedor, pero tiene en su poder todavía el bien, el riesgo de daños o pérdidas fortuitas en poder del comprador lo soporta el vendedor, que deberá devolver el precio

Si la cosa es así como vengo diciendo cuando nuestra contraparte es un consumidor *in bonis*, más justa parece la cosa cuando este adquirente no es un consumidor. Y todavía más cuando, sea o no consumidor *ha explotado el chollo para adquirir una cantidad inusualmente elevada de productos*.

Conclusión 14ª: a partir del momento en que desaparece el error, la explotación económica del mismo con lucro acrecentado del cliente corre a su propio riesgo.

Una vez más, *ceteris paribus*, el error del proveedor no puede ser relevante si, además del género de precio equivocado, el cliente adquirió otros productos de precio no irrelevante y con precio verdadero aprovechando la misma oferta del vendedor o la misma navegación on line.

Conclusión 15ª: la transacción ha de mantenerse al precio declarado cuando el producto equivocado se ha adquirido en unidad (o cuasi) de compra junto con otros bienes de precio no equivocado. En tal caso es muy probable que el precio equivocado haya funcionado como señuelo (aunque no querido como tal por el proveedor) para las compras adicionales.