

Compra Por Medios Electronicos Error En El Precio Cancelacion De La Venta Error Optativo En La Oferta

JURISPRUDENCIA

Compra por medios electrónicos. Error en el precio. Cancelación de

la venta. Error optativo en la oferta Se revoca la sentencia que rechazó la demanda entablada con motivo de una compra online efectuada por el accionante en la página web de la demandada, por considerar que la oferta emanada de la demandada en su página web contenía un error optativo que la privó de su carácter vinculante. En la ciudad de Pergamino, el 13 de marzo de 2018, reunidos en Acuerdo Ordinario los Sres. Jueces de la Excma. Cámara de Apelación en lo Civil y Comercial del Departamento Judicial Pergamino, para dictar sentencia en los autos N° 2414-15 caratulados "LOHIDOY BERNARDO C/ FRAVEGA SACIEI Y OTRO/A S/CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS CIVILES/COMERCIALES", Expte 66.947 del Juzgado en lo Civil y Comercial N° 1, se practicó el sorteo de ley que determinó que la votación debía efectuarse en el siguiente orden: Graciela Scaraffia, Roberto Manuel Degleue y María Alicia Luppi Barbella, estando la última de las nombradas ausente al momento del Acuerdo, estudiados los autos se resolvió plantear y votar las siguientes: CUESTIONES: I) ¿Se ajusta a derecho la sentencia apelada?. II) ¿Qué pronunciamiento corresponde dictar?. A la PRIMERA CUESTION la señora Jueza Graciela Scaraffia dijo: El Sr. Juez de la anterior instancia rechazó la demanda instaurada por Bernardo Lohidoy contra FRAVEGA SACIEI. Impuso las costas a la parte actora y reguló los honorarios de los letrados intervinientes. Disconforme con lo decidido apela el actor a fs. 168, concedido el recurso libremente a fs. 169, fundado por intermedio de pieza obrante a fs. 173/181/vta, habiendo la contraparte evacuado el traslado conferido a fs. 184/8. A fs. 189 se llama autos para dictar sentencia, providencia que firme a la fecha deja la causa en condiciones de ser fallada. AGRAVIOS PARTE ACTORA: Sintéticamente la queja versa sobre la errónea aplicación de la normativa relativa al derecho del consumidor, tachando de inadecuado el tratamiento dado por el aquo. Asimismo califica como medular el razonamiento que derivó en la desestimación de la demanda, al considerarse que la oferta emanada de la demandada contenía un error optativo que la privó de su carácter vinculante. En tanto se consideró que "el error optativo hace imposible el consentimiento al que refiere el art. 1144 del Cód. Civil". Se alza contra el razonamiento del aquo que ponderó que "el actor no pudo racionalmente formarse una seria convicción en cuanto a que la oferta de \$229 por el productor 50-127-8 TV LED 55" Pionner no correspondía a un error. Y menos aun que obrando aquel con buena fe, haya podido creer que ese precio era correcto. Contrariamente a lo sostenido en la sentencia en otro punto de sus agravios se explaya sobre el error en la buena fe contractual, señalando que la del consumidor debe presumirse (art. 37 ley 24.240) introduciendo la regla de interpretación más favorable al consumidor.- Por otra parte desarrolla un capítulo describiendo la distinta entidad de las partes, desproporción de medios y recursos, la fuerza vinculante de la oferta comercial, acudiendo al art. 7 de la ley 24.240. Controvierte la condena en costas solicitando subsidiariamente se impongan en el orden causado. A su turno la contraria evacua el responde pidiendo la confirmación del fallo puesto en crisis. Entrando a resolver señalo que la plataforma fáctica da por acreditado que en fecha 28 de abril de 2014 el actor celebró una compraventa electrónica vía internet de un producto ofrecido por la empresa demandada Fravega en la página web de la misma (www.fravega.com). Al concretar por esta vía el negocio jurídico recibió un correo electrónico desde la dirección ventaonline@fravega.com.ar con la orden de compra Nro 100155640, con identificación del producto adquirido, los datos del pago y de la operación, la factura electrónica Nro ? y la nota de crédito B electrónica Nro. 2390-00018751, notificándosele que la entrega se haría efectiva en su domicilio dentro de los diez días de celebrado el contrato. Pero dos días después, o sea el 28 de abril de 2014 el propio actor recibió un correo electrónico desde la misma dirección apuntada supra a su casilla personal que le informaba sobre " la existencia de un error involuntario ajeno a la voluntad de Fravega sobre el precio del producto adquirido (un TV Led 55" Pionner PLE55FZP2SM3D) donde le informaba que el valor publicado de \$ 229 era en realidad de \$ 22.999 como precio regular y de \$ 15.999 como precio online. Diciendo que al advertirse esa considerable diferencia fue subsanado el error y que por tal motivo se le cancelaba la compra realizada con fecha 26 de abril". El negocio jurídico ha quedado acreditado con la documental agregada a fs. 8 y la intimación del comprador a la parte demandada con la carta documento de fs. 10/12, iniciando el formal reclamo jurisdiccional mediante la presente acción. La defensa ensayada por la parte demandada y que tuviera favorable acogida en primera instancia versó sobre la existencia de un error optativo o impropio conforme el desarrollo puntual de los considerandos y que a su criterio hizo imposible la formación del consentimiento previsto en el art. 1144 del Cód. Civil, impidiendo el acuerdo sobre una declaración de voluntad común en los términos del art. 1137 del Cód. Civil, describiendo al error optativo como áquel donde no hay consenso sino disenso y que en definitiva impide la formación del contrato, siendo un verdadero acto inexistente, fundamentos éstos sobre los que funda el rechazo de la demanda y que constituyen los puntos de queja desplegados por

el actor. Debo señalar, que no comparto la decisión de primera instancia sin dejar de reconocer que han sido muy bien desarrollados sus argumentos, aunque discrepo con la solución alcanzada propiciando una diferente por los argumentos que aquí vertiré. Los avances tecnológicos han permitido desarrollar en forma exponencial herramientas que llevaron a la consolidación del comercio electrónico, lo que se ha tornado una práctica diaria en la vida de las personas. Este fenómeno ha sido captado por el ordenamiento positivo actual extrayéndose normas adecuadas en el antiguo Código de Vélez (por reenvío a los principios generales de los cuales se infería su validez) plasmándose en forma concreta en la reforma del Código Civil y Comercial actual que regula en forma precisa la contratación electrónica y siempre presente en la Ley de Defensa al Consumidor refiriéndonos a nuestro ámbito interno así como en el extranjero se verifica la Directiva Europea de los Consumidores, entre otras disposiciones. Si bien en la especie por la fecha de celebración del negocio jurídico (26/04/2014) ha de aplicarse el Código de Vélez, (por expresa directiva del art. 7 del Nuevo Código Civil), los principios liminares de aquel, los antecedentes jurisprudenciales y doctrina, más la Ley de Consumidor cuya vigencia ya operaba a aquella fecha, habrán de ser el soporte normativo de este decisorio. En base a ello he de partir de la aplicación del art. 1140 del Cód. Vélez y 454 del Cód. de Com. con la modificación operada por la ley 24.240 Ley del Consumidor que modificó el régimen del Código Civil de Vélez aceptando que "...la oferta dirigida a consumidores potencialmente indeterminados, obliga a quien la emite, durante el tiempo que la realice.." (art. 7). Y el art. 8 de la misma ley estableció que "las precisiones formuladas en la publicidad o anuncios prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor.." (art. 8 Lorenzetti, Tratado de los Contratos, Parte General, Santa Fe, 2004, ps 689/691). A partir de las directivas dadas se advierte que el contrato por medios electrónicos readecua el concepto del consentimiento, expresión formalizada de la autonomía de la voluntad y que es un elemento.-Al tratarse de un contrato de adhesión la autonomía de la voluntad se encuentra limitada a la simple aceptación o no, sin posibilidad de modificación de las cláusulas impuestas por el predisponente. El anuncio publicitario contenido en el catálogo invocado por el actor tuvo el carácter de una oferta ad incertam personam, con indicación del tiempo de su vigencia, modalidades, condiciones, incluyendo el precio, en un todo de acuerdo con las normas referidas. Tanto es así que la demandada no ha negado que la suya haya sido una oferta dada en los términos del art. 7 y 8 de la ley 24.240, aunque niega su carácter vinculante, aduciendo para fundar tal cosa que el ofrecimiento tuvo un error en el precio, postura aceptada por el juzgador primero en cuanto aludió a la existencia de un error optativo que impidiera la formación del consentimiento. Pero aquí no sólo se verifica la invitación de oferta de la empresa demandada sino que hubo una aceptación expresa del consumidor celebrándose el acuerdo jurídico que determinó el pago del precio y la emisión de la factura electrónica, así como la notificación de que el producto le sería enviado en el plazo que indica. Se verifica aquí la autonomía de la voluntad, el consentimiento, la oferta, la aceptación y todos los elementos constitutivos de un contrato electrónico de consumo. Frente a la invocación de un error optativo, nótese que recién dos días después de la celebración del contrato electrónico y emisión de factura, puso en conocimiento que el precio era otro. Cuando en rigor de verdad en la oferta estaban determinadas todas las condiciones incluido el precio. Estimo que el comprador, usuario o consumidor como sujeto más vulnerable de la relación comercial tuvo derecho a pensar dentro del marco de la buena fe, que evidentemente este producto estaba en el marco de una oferta ejemplar, lo que llevó a concretar la compra. Nótese como ejemplo que si cualquier persona entre en algunas páginas de venta de operadores que se dedican a ello, suele haber exhibiciones de productos cuyo precio se fija en 1 \$, de modo tal que razonablemente pudo el comprador pensar que estaba frente a una oferta excepcional de la empresa que hoy demanda. El deber de una correcta información pesa sobre el vendedor, así como despejar cualquier tipo de propaganda engañosa que lleve a confusión a los consumidores. Existiendo también sobre los proveedores un deber de garantía que los hace responsable frente a los consumidores o usuarios, así como abstenerse de realizar conductas que puedan colocar a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias (art. 8 bis de LDC). Coligiendo todas estas disposiciones y la naturaleza eminentemente tuitiva de los consumidores, sobre todo en esta época donde el tráfico y el negocio electrónico resultan ser la fuente de la mayoría de los contratos, entiendo desde aquí que aún cuando hubiera podido verificarse un error en el precio, dicho error es imputable al vendedor, porque si bien no puedo afirmar la existencia de malicia en la oferta, se infiere que pudo ser evitada por el vendedor empleando una mayor diligencia, a lo que si sumo la buena fe del comprador, le atribuyo pleno efecto al contrato electrónico celebrado, teniendo en cuenta los principios de responsabilidad, protección a la bona fides y seguridad del comercio jurídico electrónico. Entiendo desde aquí que el receptor o consumidor de este contrato, puede reclamar distintas opciones contempladas por el art. 10 bis de la Ley de Defensa al Consumidor. De modo tal que conforme lo pedido propicio el acogimiento de la demanda resarciéndolo con la suma de PESOS DIECISEIS MIL (\$16.000) como daño material, teniendo en cuenta para ello que dicho importe fue el informado por la empresa demandada como precio de venta online del producto vendido objeto de la controversia.-De ello habrá de descontarse el importe de \$229 que fuera devuelto por la demandada sumando a lo que reste los intereses a la tasa pasiva digital (BIP) desde la fecha que el importe devuelto estuvo a disposición del actor. En cambio, no voy a admitir como se pide en los agravios el daño

moral y la multa civil que reclamara el accionante. Sabido es y este Tribunal en reiterados precedentes ha señalado que dentro de la órbita contractual el daño moral debe ser admitido con criterio restrictivo, en tanto se exige la demostración de su existencia y el nexo de causalidad que lo une con el incumplimiento contractual atacado (arg, art. 522 CCiv.). En el sub examine no se ha acreditado en forma fehaciente la configuración del mismo, puesto que los hechos relatados en demanda no resultan suficientes para otorgar credibilidad a la postura del actor en cuanto al daño moral que alega haber sufrido como consecuencia del incumplimiento contractual de la empresa demandada, desestimándose el mismo. Tampoco voy a receptor la "multa civil" o daño punitivo contemplado por el art. 52 bis de la LDC, en tanto previsto como alternativo por la ley, ha de meritarse la gravedad del hecho; entendiendo desde aquí que el mismo no ha sido de tal entidad que merezca una respuesta más enérgica que la simple reparación ya dada, de tal modo que esta medida sancionatoria no aparece como adecuada en este caso concreto, propiciando su rechazo. Por las razones dadas, citas legales de referencia y con el alcance indicado, **VOTO POR LA NEGATIVA.** A la misma cuestión el Sr Juez Roberto Manuel Degleue por análogos fundamentos votó en el mismo sentido. A la SEGUNDA CUESTION la señora Jueza Graciela Scaraffia dijo: De conformidad al resultado habido al tratarse la cuestión precedente, estimo que el pronunciamiento que corresponde dictar es: Hacer lugar al recurso de apelación deducido por la parte actora, revocando la sentencia de primera instancia. En consecuencia, acoger la demanda instaurada ordenando a la parte demandada dentro del plazo de 10 días de notificada la presente, abonar al actor el importe de pesos dieciséis mil (16.000), descontando la suma \$ 229 devuelto por la empresa; a su resultado habrán de aplicarse los intereses a la tasa pasiva digital desde que estuvo a su disposición tal como se aclara en los considerandos. Aplicar las costas de primera y segunda instancia a la parte demandada (art. 68 del CPCC). Dejar sin efecto los honorarios regulados en primera instancia y diferir la regulación de los mismos hasta que se practique liquidación y se regulen en primera instancia (art. 31 y 51 del D/Ley 8904). **ASI LO VOTO.** A la misma cuestión el Sr Juez Roberto Manuel Degleue por análogos fundamentos votó en el mismo sentido. Con lo que terminó el presente Acuerdo, dictándose la siguiente; **SENTENCIA:** Hacer lugar al recurso de apelación deducido por la parte actora, revocando la sentencia de primera instancia. En consecuencia, acoger la demanda instaurada ordenando a la parte demandada dentro del plazo de 10 días de notificada la presente, abonar al actor el importe de pesos dieciséis mil (16.000), descontando la suma \$ 229 devuelto por la empresa; a su resultado habrán de aplicarse los intereses a la tasa pasiva digital desde que estuvo a su disposición tal como se aclara en los considerandos. Aplicar las costas de primera y segunda instancia a la parte demandada (art. 68 del CPCC). Dejar sin efecto los honorarios regulados en primera instancia y diferir la regulación de los mismos hasta que se practique liquidación y se regulen en primera instancia (art. 31 y 51 del D/Ley 8904). **Regístrese. Notifíquese. Devuélvase.**

031022E