

Javier AVILÉS GARCÍA: *Cuestiones esenciales sobre las relaciones contractuales en el sector de la automoción*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2009, 430 págs.

por

MARÍA JOSÉ REYES LÓPEZ

*Catedrática de Derecho Civil. Universidad de Valencia*

Javier AVILÉS, Profesor Titular de Derecho Civil de la Universidad de Oviedo, muestra en su libro *Cuestiones esenciales sobre las relaciones contractuales en el sector de la automoción*, un sobrado y consolidado conocimiento sobre temas de consumo en su vertiente más actual y novedosa, esto es, en su estrecha conexión con las transformaciones actuales del Derecho Civil Patrimonial, algo a lo que, por otra parte, nos tiene acostumbrados. Buena prueba de ello son sus anteriores publicaciones, como es, por ejemplo, su reciente estudio sobre las «Nuevas perspectivas en la liquidación de daños a consumidores y usuarios en el procedimiento administrativo de consumo», publicado en estas mismas páginas de la *RCDI* (*Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, 2009, núm. 713, págs. 1237-1294).

Esta monografía, inserta en un proyecto nacional de investigación que el mismo profesor dirige, es un elaborado y minucioso estudio sobre la contratación en el sector de la automoción. Con todo, y para ser justos, también hay que decir que el título es modesto en la descripción de su contenido, puesto que el autor no se ha limitado a realizar un análisis sobre esta modalidad de contrato sino que, al hilo de ello, ha aprovechado, con un lenguaje comprensible y accesible a cualquier lector que tenga interés en el estudio de las reformas de los contratos, para insertarlo en los trabajos que se han llevado a cabo en el seno de la Unión Europea a propósito de la aproximación de legislaciones en el ámbito específico del Derecho Contractual europeo y los principios del denominado «Marco Común de Referencia» (MCR).

Es evidente que la evolución hacia una normativa armonizada europea de contratos con consumidores viene afectando indefectiblemente a la contratación de vehículos y productos anexos (recambios, accesorios, componentes) en sector tan relevante como es el de la automoción. Esta monografía ofrece justamente interrelacionados los variados y complejos elementos jurídico-privados que afectan a una adecuada interpretación de estas singulares relaciones contractuales que afectan a miles de personas. Las matizaciones legales a tradicionales principios contractuales, junto con la nueva sistematización del Libro II de «Contratos y garantías» del Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, se explican en esta obra de manera lógica, integrada y sin fracturas, poniendo al día una serie de conceptos civiles sustantivos y con aportaciones que afectan a la publicidad, la mercadotecnia y la competencia desleal, en línea con la reforma operada por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, que finalmente ha traspuesto a nuestro ordenamiento la Directiva 2005/29/CE sobre prácticas comerciales desleales.

La monografía se estructura en cinco capítulos, que ofrecen una visión global de todos los problemas que presenta la venta de vehículos de automoción, materia, que pese a su importancia y repercusión en la economía real del país y en miles de consumidores, ha sido objeto de poco tratamiento por parte de nuestra doctrina privatista, siquiera sea por la especial dificultad que su estudio suscita.

En su primer capítulo, «Modernización, simplificación y armonización del derecho de contratación europeo: su influjo en el sector de la automoción», pone de manifiesto la oscuridad del sistema de saneamiento vigente, en aplicación de las acciones edilicias, ya superado en lo que se refiere a la compraventa de bienes muebles con consumidores por el sistema legal basado en el concepto de «falta de conformidad», que engloba tanto los defectos materiales originales en el producto vendido como la frustración de las expectativas que pudiera fundadamente esperar el consumidor, en atención a la naturaleza del vehículo o de las propias declaraciones públicas a través de la publicidad o comunicación comercial, por ejemplo. Para ello, el autor toma como punto de partida la Directiva 44/1999/CE, que, siguiendo las pautas trazadas por la Convención de Viena de 1980, incorporó el término «conformidad», y lo pone en concordancia con los preceptos del Código Civil que regulan la compraventa, para llegar a la conclusión, siguiendo el ejemplo seguido en otros países, y significativamente en Alemania tras la reforma operada por la Ley de Modernización del Derecho de Obligaciones del Código Civil alemán, de 26 de noviembre de 2001, de la necesidad de reformar este articulado a la luz de los presupuestos que tal concepto de conformidad implica y que obliga al vendedor, tal y como recoge ahora el artículo 114 TRLGDCU. El autor hace una propuesta de regulación legal nítida sobre lo que denomina «garantía de mantenimiento postventa», con intención de ajustar y aclarar una serie de preceptos inconexos y confusos del TRLGDCU y la LOCM.

En su segundo capítulo, «Problemas previos a las relaciones contractuales con vehículos de automoción», se analiza la plasmación de los aspectos citados en el anterior capítulo con aquellos que son consustanciales a la venta de automóviles. Parte del concepto de conformidad del producto con el contrato, del que destaca que sólo es aplicable a las compraventas de productos con consumidores, para, seguidamente, pasar a analizar las diferencias existentes con el régimen jurídico de la compraventa. Para ello, el autor examina con precisión cada uno de los conceptos que hacen que objetivamente el comprador pueda encontrarse conforme o no con el producto adquirido, en atención a sus legítimas y fundadas expectativas, tipificadas bajo una serie de características que, como pone de relieve, han pasado a configurar *ex novo* el concepto legal de conformidad junto a la llamada garantía comercial adicional. Diferencia ambas y señala las confusiones más habituales que se dan en la práctica, como suele suceder respecto a la exigencia de que figuren por escrito, exponiendo la paradoja de que mientras algunas Comunidades Autónomas sancionan la inexistencia de formalización por escrito de estos pactos a modo de garantías, otras sin embargo no lo hacen, ni tampoco el TRLGDCU lo contempla como infracción en materia de defensa del consumidor y usuario (art. 49 TRLGDCU).

Establece con claridad las diferencias existentes entre ambas garantías. Una de las argumentaciones en las que el autor se muestra especialmente brillante es la concerniente a los «bienes de naturaleza duradera», a los que critica la carencia de una falta de regulación adecuada que se adapte al elemento de perdurabilidad, manifestando la necesidad de que el propio TRLGDCU incorpore, *de lege ferenda*, una definición precisa y clara sobre lo que deba entenderse por producto de naturaleza duradera, que, entiende, debería quedar recogido en el mismo Título V del Libro II de este TRLGDCU, al tratar de las garantías de los productos de consumo y servicios postventa o, en su caso, en el artículo 6 TRLGDCU, en congruencia con el nuevo concepto legal de «producto» desde la perspectiva civil.

Pone de manifiesto la importancia de distinguir la garantía sobre el vehículo y sobre cada una de las piezas, lo que puede acarrear alguna controversia, ya que actualmente se regulan de forma separada las garantías legales y comerciales de los vehículos adquiridos por compra y aquellas garantías que recaen sobre los servicios prestados por talleres industriales (Real Decreto 1457/1986, de 10 de enero, por el que se regulan la actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres de reparación de vehículos automóviles, de sus equipos y componentes).

En el sentido antedicho hay una propuesta de reforma del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, y se cuestiona si sería adecuado incorporar al sistema una garantía de mantenimiento específica a modo de garantía adicional de carácter voluntario. Aboga también por una separación nítida entre la garantía comercial y la «garantía de mantenimiento» de los productos perecederos, entendiendo que podría encontrar amparo en el artículo 127.1 TRLGDCU. Respecto a quién debe hacerse responsable de tales obligaciones frente al consumidor, llega a la conclusión de que debe ser el productor o el importador quien garantice estas necesidades frente al consumidor pero, dado que el artículo 124 TRLGDCU no los menciona, habrá que entender que deberá ser el vendedor el garante de la reparación completa, incluidos los repuestos de marca dentro de lo que es un «servicio técnico adecuado», pudiendo en estos casos repetir el vendedor contra los primeros. Cuando hayan transcurrido dos años será el productor en sentido amplio quién responderá de garantizar la disponibilidad de piezas y de un servicio técnico adecuado. El problema sobre quién poder realizar la reclamación en este caso, lo resuelve el autor entendiendo que puede hacerse indistintamente ante el vendedor original o ante cualquier intermediario o concesionario de la marca.

Con la finalidad de separar la garantía comercial de aquellos aspectos ligados al mantenimiento y reparación que precisan los vehículos durante su período normal de vida, encuentra muy conveniente reagrupar el artículo 127 TRLGDCU y el artículo 12 LOCM para ventas con consumidores, haciendo referencia expresa al supuesto de ventas con profesionales porque entiende que hablar de una garantía específica de mantenimiento daría un soporte jurídico más estable a la adquisición de tales bienes, teniendo en cuenta, además, que ésta aparece cada vez más ligada a la prestación de un «servicio técnico adecuado». Destaca, finalmente, la tendencia del legislador a deslizar inexactamente el término «garantía» también al hablar de los servicios, como ocurre en el caso del artículo 125.3 a) o del artículo 163.I TRLGDCU, lo cual acarrea sus problemas técnicos y consecuencias prácticas no deseadas. Analiza la obligación de mantenimiento, como cualidad específica de la garantía de reparación de los vehículos, conectando la genérica garantía de mantenimiento de los productos a la existencia del adecuado servicio técnico, entendiendo que el artículo 12.3 LOCM es aplicable actualmente a ambas garantías para productos de naturaleza duradera y, muy especialmente, a los vehículos en general y a sus piezas de repuesto, accesorios y componentes. Respecto a los títulos competenciales, plantea la duda de si su regulación corresponde a las Comunidades Autónomas o al Estado, haciendo un extenso planteamiento de la doctrina del Tribunal Constitucional sobre la competencia del artículo 12 LOCM, y concluyendo en la necesidad de que la atribución en materia de vehículos a motor corresponda únicamente al Estado.

De especial importancia es el estudio de lo qué debe entenderse por «adecuado servicio técnico» y la existencia de repuestos durante un periodo de

tiempo determinado, como presupuestos específicos en el servicio postventa de vehículos, así como las peculiaridades que presentan las compraventas de recambios, accesorios y componentes de vehículos. A este respecto, el autor se detiene, en particular, en el estudio de ciertas normas complementarias (estatales y autonómicas) que han desarrollado esta cuestión en España; en concreto, el Real Decreto 1457/1986, de 10 de enero, por el que se regula la actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres de reparación de vehículos, de sus accesorios y componentes, propugnando su actualización y, también, en el Real Decreto 58/1988, de 29 de enero, sobre protección de los derechos del consumidor en el servicio de reparación de aparatos de uso doméstico, para determinadas cuestiones relativas a piezas de repuestos o componentes, así como la normativa autonómica, analizando críticamente el dictamen, elaborado y emitido por el INC en el año 2005, que señala que las actividades de reparación de los bienes es un contrato de ejecución de obra, lo cual debería trasladarse al artículo 127 TRLGDCU.

Respecto a la información contractual que exigen las distintas Comunidades Autónomas, el autor entiende que, ante la creciente capacidad legislativa de las Comunidades Autónomas, sería recomendable articular una reglamentación general sobre estos problemas. Finalmente, en este capítulo se pone también de relieve la existencia de problemas de colisión entre las infracciones de carácter genérico previstas en la LOCM y el TRLGDCU con las específicas recogidas en el Real Decreto 1945/1983, de 22 de junio, propugnando su refundición.

El tercer capítulo, «Pautas obligatorias para el profesional o empresario. Garantías legales de los vehículos», comienza por concretar el ámbito de aplicación del Título V del Libro II del TRLGDCU en materia de garantía y servicios postventa. Las disposiciones de este capítulo afectan tanto a vehículos como a repuestos, accesorios o componentes, y es aplicable tanto a los contratos de compraventa como a los de suministro de cualesquiera productos de esta naturaleza que hayan de producirse o fabricarse, siempre que se celebren con consumidores y usuarios.

Con relación a las ventas judiciales y a las subastas administrativas, que quedan excluidas de estas garantías, destaca el autor que, sin perjuicio de que les resulte de aplicación todo lo relativo a la responsabilidad por saneamiento por vicios ocultos, tendrán un tratamiento jurídico que no se corresponde con lo que sería deseable dentro de la protección de mínimos dispensada por el TRLGDCU a consumidores. Como sigue señalando, el legislador se ha limitado a restringir la aplicación de su Título V sobre «garantías y servicios postventa» al ámbito de las transacciones que se produzcan entre profesionales y consumidores quedando al amparo del Código Civil todas las compraventas de vehículos de motor celebradas entre particulares, que limita la responsabilidad por vicios y defectos ocultos del vendedor al plazo de seis meses desde la entrega del vehículo usado.

Tras analizar las particularidades que presenta la protección de los productos de consumo, su autor se centra en los vehículos de motor, seguido por un detallado estudio de cada uno de los criterios de conformidad en el contrato, así como de las distintas opciones que tiene el cliente frente al profesional o empresario, aportando una novedosa visión de cómo debe interpretarse cada uno de ellos, que brevemente paso a señalar. Parte explicando la modificación realizada al sustituirse el término «bien mueble corporal destinado al consumo privado» por el de «producto». Debe excluirse cualquier producto de naturaleza

inmueble, incluida la vivienda, aun cuando siga apareciendo en el Catálogo del anexo II, apartado 4.º del Real Decreto 1507/2000, de 1 de septiembre, quedando el ámbito de aplicación de las garantías limitado a los bienes muebles, entre los que incluye el *software* y los vehículos de segunda mano.

El primero de los criterios de conformidad se centra en el análisis de la descripción y de las cualidades ofertadas con el vehículo. En este punto, adquiere especial importancia el alcance de lo que debe interpretarse por ajuste del vehículo a «la descripción realizada por el vendedor» y poseer además «las cualidades del producto que el vendedor haya presentado al consumidor y usuario en forma de muestra o modelo», concluyendo en que estos dos elementos sólo deberán aplicarse a las ventas de vehículos catalogados a la vista.

Como aspectos especialmente significativos, merece reseñarse que entiende que la ausencia de descripción por parte del vendedor no obsta para la aplicación de este criterio de conformidad, bastando la mera presentación del modelo del vehículo. Admite incluso que el vendedor presente un modelo concreto con la advertencia que es meramente indicativa de la calidad de la marca del vehículo, con intención clara de no vincularse jurídicamente, si bien señala que, en este supuesto, no cabrá acudir a este criterio de conformidad debiendo recurrir a los restantes. Cuando se pacten determinadas cualidades especiales que deban tener los vehículos ofertados bajo modelo, habrá que apelar al criterio de aptitud para cualquier uso especial que hubiere requerido el consumidor.

Respecto al uso específico del vehículo, cuyo alcance debe concretarse en un «pacto de uso especial» en el que el comprador demanda un uso no habitual, entiende que debe ser el vendedor a quien corresponda acreditar que no admitió el requerimiento del comprador. Con relación a la calidad y prestaciones habituales del producto, no comparte el autor el criterio de los que juzgan que las prestaciones deben limitarse a los productos del mismo tipo, por entender que no hay que seguir los criterios que se inspiran en una política de precios.

En los aspectos que afectan a la oferta y publicidad con la conformidad del contrato, para el autor, la nueva redacción del artículo 8 LGDCU, recogida en el artículo 61.2 TRLGDCU, aporta una mayor claridad en el vínculo jurídico establecido por la oferta contractual y en la relativización de la documentación de las ofertas comerciales, entendiendo que todos los contenidos de la oferta, promoción o publicidad deberán tenerse en cuenta dentro de la garantía legal de conformidad, lo que *de facto* permite especificar mejor el criterio de conformidad en el ámbito de la publicidad comercial.

Aprovecha el autor para señalar que el criterio establecido en el artículo 116.1.d) TRLGDCU parece cobijar las «fundadas expectativas» que el consumidor y usuario pudiera razonablemente esperar con la adquisición de un vehículo, ofreciendo un aspecto subjetivo que, aunque difícil en la práctica, podrá sobrevenir en un momento ulterior y que permitirá hacer la valoración de conformidad sobre un juicio subjetivo basado en las expectativas generadas al referirse a cualidades del producto. Asimismo, se subraya que el TRLGDCU ha ampliado considerablemente el radio de acción de las declaraciones públicas que puedan recaer sobre vehículos, que se ha extendido ahora a las que pueda hacer el productor o sus representantes. En estas ventas se da entrada a lo que el autor denomina «criterio naturalmente expansivo de la buena fe», que ahora aparece expresado de forma más nítida en el artículo 65 TRLGDCU, con las consecuencias jurídicas que acarrea.

Frente al criterio en virtud del cual se ha planteado que el artículo 116.1.d) permite entender que el comprador puede pretender exigencias cualitativas puras, esto es, que subyacen en la misma naturaleza del producto y que no afecten a su utilidad, el autor entiende que, pese a ser controvertido, también debe darse cabida a determinados elementos subjetivos dentro de lo que supone una interpretación amplia del criterio de conformidad con el contrato. Respecto a la publicidad de los vehículos nuevos y usados, el artículo 61 TRLGDCU permite explicar mejor que antes que el criterio de conformidad puede esgrimirse también en el ámbito publicitario. Especial encaje tiene esto con la reforma de los artículos 19 y 20 del TRLGDCU, realizada por Ley 29/2009, de 30 de diciembre, que traspuso la Directiva 2005/29/CE de prácticas comerciales desleales a nuestro ordenamiento.

En el tratamiento relacionado con la instalación de repuestos, accesorios y componentes nuevos, reacondicionados y de segunda mano el legislador se aparta de la distinción tradicional entre vicios o defectos ocultos y aparentes presente en nuestros Código Civil y de Comercio, estableciendo que el empresario no se hará responsable del defecto de origen del producto vendido, en tanto pueda probar que el comprador tenía conocimiento de ese defecto o que no podía fundadamente ignorarlo en el momento de la celebración del contrato. Aquí hay que incluir todos los supuestos en los que el vendedor advierte de los defectos y carencias del vehículo vendido al comprador, lo que afecta exclusivamente a los vehículos de segunda mano y aquellos en los que, sin existir prueba de ese conocimiento, se presume que debería conocerlos. El empresario-vendedor sólo quedará exonerado de responsabilidad cuando el comprador haya podido conocer la falta de conformidad del vehículo, a condición de que éste sea capaz de representarse las consecuencias que puedan derivarse de ella en el mismo momento de celebración del contrato.

Entre los derechos que tiene el cliente frente al profesional o empresario, en caso de disconformidad, el consumidor podrá optar entre exigir la reparación o la sustitución del vehículo, salvo que una de estas dos opciones resulte objetivamente imposible o desproporcionada. En segundo lugar, se faculta para proceder a la rebaja del precio o la resolución del contrato a elección del comprador cuando éste no pudiera exigir la reparación o la sustitución y en los supuestos en que no se hubieran llevado a cabo en plazo razonable o sin mayores inconvenientes para el consumidor y usuario. En este punto, observa el autor que dentro del ejercicio de la primera opción ésta queda limitada no sólo por el criterio de la viabilidad sino también por el de proporcionalidad en el saneamiento. Como aportación entiende el autor que aunque ni el TRLGDCU, ni tampoco la Directiva 1999/44 hayan previsto la posibilidad de ejercer los medios de tutela por parte del subadquirente del vehículo del comprador, no debe excluirse esa posibilidad en tanto que éste mantenga su condición de consumidor.

En el capítulo IV, «Pautas facultativas para el profesional o empresario. Garantías comerciales de vehículos», se analiza el valor de la garantía comercial y su contenido, en primer lugar, para situarla en conexión con las prácticas desleales, la competencia y la publicidad. Prosigue con el estudio de las sanciones administrativas, que considera no adaptadas a la realidad y merecedoras de una reforma en profundidad.

Finalmente, el capítulo V lo dedica al estudio de «Otras cuestiones complementarias sobre las relaciones contractuales en el sector de la automoción», aportando importantes matices a la acción directa contra el productor y a la

responsabilidad de los agentes intermediarios en la distribución de vehículos. Estudia el Reglamento de distribución de vehículos a motor (CE) 1400/2002 y se reflexiona sobre el modelo-tipo de contrato de compraventa y garantía de vehículos de ocasión o de segunda mano.

La obra en su conjunto proporciona criterios de interpretación y pautas de conducta indispensables tanto para el profesional o empresario como para el usuario o comprador, las cuales van desde una publicidad correctamente emitida hasta la prestación de un adecuado servicio técnico/mantenimiento o la disponibilidad de piezas de recambio, equipos o componentes para el consumidor, sin perder nunca de vista su inestimable utilidad para implementar mecanismos de captación de nuevos compradores de vehículos conforme a toda una legislación cambiante. Se trata, en suma, de un concienzudo estudio, en el que el profesor Javier AVILÉS pone de manifiesto el dominio de sus conocimientos en esta materia y su madurez intelectual. Por eso, no es muy difícil presagiar que esta obra va a constituir, sin duda, un valioso instrumento de consulta para los interesados en la contratación en general, y, más particularmente, dentro del sector de la automoción, tan necesitado de aportaciones doctrinales, y cuya lectura recomiendo desde estas páginas.