

¿ES CONSUMIDOR QUIEN ENCARGA A UN ESTABLECIMIENTO DE BIENES DE SEGUNDA MANO LA VENTA DE UN PRODUCTO?*

Alicia Agüero Ortiz
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 9 de febrero de 2016

Se recibe en el Centro de Estudios de Consumo la siguiente consulta planteada por la OMIC de Daimiel: *¿Puede el usuario que se dirige a un establecimiento de venta de bienes de segunda mano, para que vendan por él un artículo de su propiedad, ser considerado consumidor?* La consulta se enmarca en el seno de la disconformidad del usuario por el importe recibido por la venta realizada por el establecimiento de un bien que llevó allí para que fuera vendido a terceros. Para dar respuesta a la cuestión analizaremos las dos modalidades existentes de venta de productos a través de establecimientos de segunda mano.

En primer lugar, podemos hablar de aquellos establecimientos que compran, previa tasación del producto, el bien al usuario que desea deshacerse de él a cambio de un precio. Posteriormente, estos establecimientos venden el producto a terceros por un precio que no tiene por qué tener relación con el fijado para su adquisición al propietario original. En estos casos, la relación contractual que une al usuario y el establecimiento es un contrato de compraventa. En esta modalidad, el usuario queda desvinculado del posterior proceso de venta del producto, aunque es común que se ofrezca una posibilidad de recompra. Según el estudio publicado por la OCU “*Vender en tiendas de segunda mano. Mejor por internet*”¹ las tasaciones de los productos (recién comprados), en los treinta y cinco establecimientos analizados, rondaban el 25 % del valor de nuevo del producto en tiendas ordinarias, y el precio de recompra comportaba unos intereses medios del 20 %. Pues bien, en este supuesto deberá ser reputado consumidor todo aquel que venda el producto al establecimiento de bienes de segunda mano “*con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión*” (art. 3 TRLGDCU). Nótese que el TRLGDCU no incluye en su definición de consumidor ningún requisito objetivo en relación a las actividades que quepan ser

* Trabajo realizado en el marco de la ayuda para la Formación de Profesorado Universitario del Ministerio de Educación Cultura y Deporte (Ref. FPU014/04016).

¹ OCU-Compra Maestra nº 385, octubre 2013, págs. 31-33.

consideradas de consumo, es decir, la definición del consumidor es subjetiva y finalista, viniendo determinada por la actuación ajena a su actividad comercial –sin restringir tipos de actuación-. Es decir, que la relación de consumo podrá ser la compra de un producto o la venta del mismo, pues ningún requisito a este respecto contempla la legislación vigente. En efecto, la compra de un producto por un establecimiento de bienes de segunda mano constituye la prestación de un servicio a un consumidor y la presentación de una oferta comercial (“te compramos tu coche”, “tasación inmediata”, etc.).

En segundo lugar, encontramos aquellas tiendas de segunda mano en las que el usuario deposita el producto para que sea vendido por el establecimiento, recibiendo el usuario un importe por la venta sólo cuando el producto sea efectivamente vendido. En estas ocasiones, resulta corriente que se acuerde un precio de venta respecto del cual el establecimiento percibirá un porcentaje o comisión. De esta forma, el propietario cede la posesión del artículo mediante un contrato de depósito al establecimiento, que lo exhibirá a la venta durante un plazo pactado. Respecto al precio de venta, rige el principio de libertad de precios (art. 13 LOCM), aunque resulta razonable que dicho precio sea acordado entre depositante y establecimiento o que, en su defecto, el precio responda a una previa tasación. Por la venta del producto, como decíamos, recibirá el establecimiento una comisión en concepto de retribución por el servicio prestado, que suele consistir en un porcentaje sobre el valor de venta. Por todo ello, cabría interpretar que nos hallamos ante un contrato de arrendamiento de servicios por el que una parte (establecimiento de segunda mano) se obliga a prestar un servicio (venta del producto), y la otra (usuario) se obliga a pagar un precio como contraprestación por el servicio recibido. Por lo tanto, en estos casos es evidente que el usuario ostenta la condición de consumidor, siempre y cuando el arrendamiento del servicio se realice “*con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión*” (art. 3 TRLGDCU), de la misma forma que ostentaría la condición de consumidor frente a una agencia de viajes, frente a un despacho de abogados o frente a una empresa de mantenimiento de ascensores.

En conclusión, el usuario que venda o encargue la venta de un producto a un establecimiento de bienes de segunda mano ostenta la condición de consumidor siempre que dicha venta o encargo se produzca con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión (art. 3 TRLGDCU). Asimismo, la venta o encargo de venta de un producto a un establecimiento de bienes de segunda mano que ostente la condición de empresario en virtud del art. 4 TRLGDCU estará protegida y regulada por el TRLGDCU de conformidad con el artículo 2 del mismo texto legal, según el cual “*esta norma será de aplicación a las relaciones entre consumidores o usuarios y empresarios*”.