

GARANTÍA COMERCIAL DE AUTOMÓVIL SIN CAUSA Y FALTA DE CONSENTIMIENTO EN LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE REPARACIÓN*

José María Martín Faba**
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 19 de mayo de 2018

1. Planteamiento

Desde la OMIC del Ayuntamiento de Buñuel plantean al CESCO los siguientes hechos:

Un consumidor compró un automóvil en noviembre de 2015 y contrató además una aplicación de garantía. Esta se extendía durante un periodo de dos años desde la terminación del plazo de garantía legal, es decir, a lo largo de los cuatro años siguientes al momento de entrega del vehículo, aunque desconocemos las averías que cubría. El consumidor pagó 204 euros por la garantía adicional. Sin embargo, tras la reparación de una avería el 8 de febrero de 2018, con un coste de 226,94 euros, el empresario comunica al consumidor que al modelo de automóvil en cuestión no se le puede aplicar la ampliación de la garantía. Por este motivo el empresario le devolvió al comprador, el 16 de enero de 2018, el precio que pagó por suscribir la garantía, esto es, los 204 euros. Con todo, le transmiten que tiene que abonar la reparación realizada y otra relativa al *Bluetooth*.

En virtud de lo expuesto nos preguntan si la actuación del empresario es, en general, ajustada o no a Derecho.

* Trabajo realizado en el marco del contrato predoctoral para la formación de personal investigador en el marco del Plan Propio de I+D+i de la UCLM [2016/14100]; y de la Ayuda del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento) del Ministerio de Economía y Competitividad, otorgada al Grupo de investigación y Centro de investigación CESCO, dirigido por el Prof. Ángel Carrasco Perera, de la UCLM, ref. DER2014-56016-P.

** ORCID ID: 0000-0002-4826-8140.

2. Fundamentos de Derecho y resolución de la cuestión

2.1. Sobre la garantía comercial

El contrato que suscribieron el empresario y el consumidor es el denominado de garantía comercial adicional. Obsérvese que el negocio del caso es muy similar a un contrato de seguro, en el que *el asegurador* –en este caso el vendedor– *se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura* –la avería en el automóvil–, *a indemnizar, dentro de los límites pactados* –plazo y desperfectos determinados–, *el daño producido al asegurado* –comprador– *o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas*. La garantía comercial está regulada en cierta medida en el art. 125 TRLGDCU, que establece que aquella “deberá formalizarse, al menos en castellano, y, a petición del consumidor y usuario, por escrito o en cualquier otro soporte duradero y directamente disponible para el consumidor y usuario (...)”. Con todo, el artículo 126 TRLGDCU matiza que si la venta tiene por objeto un bien de naturaleza duradera la garantía comercial adicional debe “formalizarse en todo caso por escrito”. Adviértase que según la reglamentación sectorial un automóvil es un bien de naturaleza duradera (Anexo II del RD 1507/20000, de 1 de septiembre). Además, según el art. 125.2.a) TRLGDCU, la garantía deberá expresar, entre otros aspectos, “el bien sobre el que recaiga”. Parece que, a través de esta última exigencia, se pretende que se hagan constar todos aquellos datos que van a permitir distinguir el objeto contractual de aquellos otros del mismo tipo¹. Por tanto, debería estar completamente especificado, sin género de duda, el bien cubierto por la garantía. Es decir, en el caso concreto de los vehículos, será preciso hacer constar la marca y el modelo al que pertenece, ya que especialmente este último dato puede justificar variaciones en las condiciones de aplicación de la garantía.² Asimismo, la garantía comercial deberá expresar los derechos adicionales, respecto de la garantía legal, de los que dispone el consumidor [art. 125.3 d) TRLGDCU].

De lo dicho hasta ahora podemos extraer una primera conclusión: el contrato de garantía comercial del vehículo debió formalizarse por escrito, y tuvo que especificar el modelo concreto que era objeto de la garantía y los desperfectos que esta cubría.

¹ Así lo entiende PICATOSTE BOBILLO, V.: “Compraventa de vehículos: objeto y prestaciones de las garantías” (BIB 2012\8006), *La protección de los consumidores en la compraventa de vehículos automóviles* (BIB 2012\597), Aranzadi, 2012. ISBN 978-84-9903-077-7.

² Por ejemplo, puede observarse en el documento de garantía de los vehículos marca *Renault*, en donde se ofrece una garantía anticorrosión durante el plazo de 12 años, salvo para vehículos de la gama *Master*, que verá reducida esta garantía a 6 años. Esta misma marca ofrece una garantía de asistencia para los vehículos de ocasión y cuya duración podrá variar desde los 12 meses contados desde la entrega hasta 10 años contados desde la primera matriculación en el caso del modelo *Modus*.



Con todo, del relato fáctico se desprende que el empresario alegó que el vehículo en cuestión no quedaba cubierto por la garantía adicional. Esta actuación por parte del empresario únicamente hubiera tenido sentido si el documento de garantía adicional dispusiera que el modelo de automóvil comprado por el consumidor no estaba sujeto a garantía. Pero, según el Derecho de contratos español, si la garantía comercial no recayera sobre el vehículo del comprador consumidor el contrato carecería de causa para este. Repárese que según el art. 1274 CC en los contratos onerosos se entiende por causa, para cada parte contratante, la prestación o promesa de una cosa o servicio por la otra parte. Así, la causa del contrato de garantía comercial para el empresario es el pago por parte del consumidor de los 204 euros. Por su parte, la causa del contrato para el consumidor sería la prestación del servicio de reparación del vehículo comprado, siempre que la avería estuviera cubierta. Ahora bien, si la obligación de reparación no recae sobre el vehículo del consumidor, sino sobre otro, o sobre ninguno, el contrato de garantía no tendría causa para él. Por tanto, en esta hipótesis el contrato sería nulo por carecer de causa (art. 1261 y 1275 CC). O quizás fuera más preciso decir que existiría un error (relevante) sobre la causa del contrato, que llevaría al consumidor a creer excusablemente que el negocio está dotado de una específica causa de la que carece. Entonces, la causa como motivo de contratar habría fracasado, constituyendo error vicio del consentimiento.³ O simplemente se podría aducir que el error en los motivos relevantes de la contratación es la “falsedad en la causa” a la que se refiere el art. 1301 CC. En todos estos casos, debido a la nulidad del negocio de garantía adicional suscrito, independientemente de la naturaleza de esta nulidad, el empresario deberá devolver los 204 euros, más los intereses legales desde que el consumidor abonó esa cantidad, y por consiguiente aquel ya no estaría obligado a reparar el vehículo sin mediar el precio correspondiente. Con todo, existe la posibilidad de realizar un proceso de integración *de la laguna contractual tomando como base la causa del tipo abstracto de contrato*⁴, de forma que se interpretara que la garantía adicional suscrita cubría el modelo de vehículo del consumidor. A esta posibilidad puede llegarse también a través de art. 6 de la Directiva 1999/44/CE, que establece que el hecho de que la garantía comercial no indique con claridad su *contenido* no afectará en ningún caso a la validez de la misma, *pudiendo el consumidor en todo caso exigir su cumplimiento*. Por tanto, si consideramos que es posible integrar la causa del contrato el consumidor podría exigir que la garantía fuese efectiva y que por consiguiente le repararan el vehículo, siempre que la avería fuera objeto de cobertura.

³ CARRASCO PERERA, Á.: *Derecho de contratos*, 2017, p. 376.

⁴ CARRASCO op. Cit., p. 469.



2.2. Sobre servicio de reparación prestado

Del relato fáctico expuesto se desprende que el empresario realizó la reparación de forma unilateral, sin comunicar al consumidor si el arreglo estaba o no cubierto por la garantía adicional y por consiguiente sin que este conociera el precio que iba acarrearle el servicio. Por ello, falta el consentimiento del consumidor a que el empresario realizara el servicio de reparación por un precio. Esto denota que el contrato, de prestación de servicios, en realidad nunca existió (art. 1261.1º CC), pues aquel *existe desde que una o varias personas consienten en obligarse, respecto de otra u otras, a dar alguna cosa o prestar algún servicio* (art. 1254 CC), y es evidente que el consumidor nunca consintió que el empresario realizara la reparación del vehículo a ese precio. Nótese que *el consentimiento se manifiesta por el concurso de la oferta y de la aceptación sobre la cosa y la causa que han de constituir el contrato* (art. 1262 CC), pero en este caso no hay oferta del empresario de realizar un servicio por precio por lo que tampoco concurre la aceptación del consumidor comprador. Para que el proceso de formación del negocio hubiera sido válido el empresario debería haber informado al consumidor del contenido del servicio y de su precio, y este haber aceptado. Si, por el contrario, como ha sucedido, el empresario ha arreglado el vehículo sin comunicar al consumidor si la avería quedaba cubierta por la garantía y por ende sin informarle del precio del servicio, aquel no puede exigir los 226,94 euros, sino que debe dejar el coche en el estado anterior a realizar la reparación, o si esto es imposible o puede ocasionar un mal mayor entregar el coche al consumidor con la reparación pero sin cobrarle el precio. Nótese que en este último supuesto el empresario tampoco podría aducir un enriquecimiento injustificado del consumidor pues el “fallo” (inexistencia de contrato) lo provoca irremisiblemente el empobrecido.