

Las personas jurídicas y concretamente las compañías mercantiles pueden demandar a los tribunales la protección del derecho fundamental al honor.

Informe por cortesía de Martínez Echevarría

A través de los fines para los que cada persona jurídica privada ha sido creada, puede establecerse un ámbito de protección de su propia identidad y en dos sentidos distintos: tanto para proteger su identidad cuando desarrolla sus fines, como para proteger las condiciones de ejercicio de su identidad, bajo las que recaería el derecho al honor. La persona jurídica puede así ver lesionado su derecho al honor mediante la divulgación de hechos concernientes a su entidad, cuando la difame o la haga desmerecer en la consideración ajena.

*En este caso, la persona jurídica afectada, aunque se trate de una entidad mercantil, **no viene obligada a probar la existencia el daño patrimonial en sus intereses, sino que basta constatar que existe una intromisión en el honor de la entidad y que esta no sea legítima** (STC núm. 139/1995, de 26 de septiembre, STS núm. 811/2013, de 12 de diciembre).*

En caso de que la divulgación cuestionada se produzca mediante un medio de comunicación, la doctrina jurisprudencial establece que debe ponderarse el derecho a comunicar y recibir información veraz por cualquier medio de difusión protegido por el artículo 20 de la Constitución y el derecho al honor garantizado por el artículo 18 de nuestra Carta Magna.

De acuerdo con la jurisprudencia del Tribunal Constitucional y del Tribunal Supremo, la regla constitucional de la veracidad de la información no va dirigida tanto a la exigencia de una rigurosa y total exactitud en el contenido cuanto a negar la garantía o protección constitucional a quienes, defraudando el derecho de todos a recibir información veraz, actúan con menosprecio de la veracidad o falsedad de lo comunicado, comportándose de manera negligente e irresponsable al transmitir como hechos verdaderos simples rumores carentes de toda constatación o meras invenciones o insinuaciones sin comprobar su realidad mediante las oportunas averiguaciones propias de un profesional diligente, lo que ha de entenderse sin perjuicio de que su total exactitud pueda ser controvertida o se incurra en errores circunstanciales que no afecten a la esencia de lo informado (STS núm. 594/2015, de 11 de noviembre).

Asimismo, al igual que las personas físicas, las personas jurídicas y concretamente las compañías mercantiles tienen derecho a rectificar la información difundida, por cualquier medio de comunicación social, de hechos que le aludan, que considere inexactos y cuya divulgación pueda causarle perjuicio, conforme con la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación.

¿Qué gastos puedo dejar fuera del precio?

Informe por cortesía de GANVAM

Frecuentemente vemos anuncios en los que el precio ofertado no incluye todos los gastos que finalmente tendrá que pagar el comprador, y que aparecen después en letra pequeña o se van sumando según realizamos la compra en los casos de venta online. En la venta de vehículos aparecen por separado conceptos como la garantía, los gastos de transferencia, el seguro, los costes de la financiación, etc. Nos preguntamos qué gastos pueden “salir” del precio en los anuncios y cuáles no.

Lo primero que ha de quedar claro es que los anuncios de vehículos no tienen que indicar necesariamente el precio, pueden estar anunciados sin él, pero si se indica precio tiene que ser el “precio total”, incluidos todos los impuestos y tasas. Si el precio o los gastos adicionales de transporte o entrega no pueden ser calculados razonablemente de antemano, se ha de informar de que puede ser necesario abonar dichos gastos. Se ha de indicar desglosado el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, y los gastos adicionales que

se repercutan al comprador por servicios accesorios, financiación, utilización de distintos medios de pago u otras condiciones de pagos similares.

Esto es lo que dice la normativa aplicable (art. 60 RDL 1/2007)¹. Para traducirlo al caso práctico podemos decir que el precio tiene que incluir todo aquello que el comprador tiene que pagar obligatoriamente y puede dejarse aparte lo que es opcional. Veamos algunos ejemplos:

- **IVA:** ¿Puede poner IVA no incluido? No, el precio tiene que incluir el IVA. Salvo que vendamos mayoritariamente a empresas/profesionales con derecho a deducirse el IVA, en cuyo caso pueden aparecer dos precios: uno con

IVA y otro sin él con la indicación de sin IVA.

- **Impuesto de matriculación:** En el caso de que haya que liquidarse, aunque el Impuesto de Matriculación se facture por separado o al margen del IVA de la factura de venta en el caso de vehículo nuevo, debe estar incluido en el precio ofertado pues ningún vehículo se entrega sin liquidar este impuesto. Es siempre el concesionario quien se encarga de liquidarlo antes de matricular el vehículo.

- **Tasas de Tráfico:** Si entregamos el vehículo ya matriculado o transferido a nombre del comprador, y con la tasa pagada, ésta forma parte del precio y no puede ponerse por separado. El único caso en que podría no incluirse en el precio es si se encarga el comprador, personalmente o a través de su gestoría, de poner el vehículo a su nombre en Tráfico y pagar la correspondiente tasa por expedir el permiso de circulación a su nombre.

- **Gastos de gestoría:** Igual que en el caso anterior, si es un gasto que el comprador ha de pagar necesariamente porque realizamos el trámite con nuestra gestoría y el cliente no tiene más opción que pagarlo, tendrá que ir incluido en el precio por el que se oferta el vehículo.

- **Garantía:** La garantía legal obligatoria en la venta a consumidor no puede quedar fuera del precio pues no es una opción darla o no, el vehículo no se puede vender a un consumidor sin garantía, la otorga la ley, no el vendedor. Únicamente si nuestros anuncios van dirigidos mayoritariamente a profesionales, podremos indicar el precio de la garantía por separado pues en este caso sí puede ser una opción para el cliente contratarla o no.

Esto último ocurriría también con cualquier tipo de garantía comercial cuya contratación se ofrezca.

- **Gastos de transporte:** Se indicará que conlleva gastos de transporte y si la venta es online han de calcularse antes de proceder al pago.

- **Gastos de financiación:** Si el precio ofertado es sólo si se financia, se ha de indicar esta circunstancia. Además cuando se oferta financiación se ha de indicar: tipo, recargos, importe total del crédito, TAE, duración, precio al contado, anticipos e importe de los plazos.

- **Seguro:** Su contratación corresponde al cliente, puede contratarlo a través del vendedor si éste lo ofrece o por su cuenta. Puede quedar fuera del precio.

Por último, recordar que dejar fuera del precio conceptos que deberían estar incluidos en el mismo con el fin de

“posicionarse” mejor en los portales de venta de vehículos y atraer mayor clientela no solo es una infracción de la normativa indicada sino que puede ser constitutivo de publicidad desleal por engañosa.

NOTA: Se adjunta **propuestas para las elecciones generales de la patronal GANVAM**, a la cual FEDAMA pertenece como miembro asociado de pleno derecho, son propuestas para nuestro sector en concreto, a la cual esta Federación, se suma y divulga entre nuestras empresas asociadas.

Visite www.fedama.com, donde podrá encontrar información de interés, recientemente colgado **informe de matriculaciones mes de noviembre 2015**.

Esperando que la información enviada sea de su interés, le saludo atte.



Francisca J. Gutiérrez García
Vicepresidenta ejecutiva/Secretaria General
FEDAMA