



REVISTA LEX MERCATORIA  
ISSN 2445-0936



Vol. 28, 2024. Artículo 1  
DOI:10.21134/ebq21v46

# ACERCA DE LA ATRIBUCIÓN DE CONDICIÓN CONSUMIDORA A LAS PERSONAS JURÍDICAS Y A OTROS ENTES CARENTES DE PERSONALIDAD\*

## *ON THE ATTRIBUTION OF CONSUMER STATUS TO LEGAL PERSONS AND OTHER NON-PERSONAL ENTITIES*

---

**Laura Díéguez Aguilera**

Contratada Predoctoral FPU adscrita al área de Derecho Mercantil de la Universidad de Córdoba

\*Este trabajo se inserta dentro de los siguientes Proyectos de Investigación: 1º) Proyecto nacional “Modernización y mejora de la protección jurídica de los consumidores en un mercado en creciente digitalización” (referencia: PID2020-117872RB-100), del que son Investigadores Principales los Profs. Drs. Miranda Serrano y Pagador López. 2º) Proyecto UCOLIDERA (del Plan Propio de Investigación de la Universidad de Córdoba para 2023) “La protección del consumidor ante los retos de la digitalización: aspectos contractuales y concurrenciales”, del que es Investigador Principal el Prof. Dr. Casado Navarro. 3º) Proyecto nacional “Reformas legislativas recientes y pendientes en materia de contratación y competencia empresarial: entrela digitalización y las sostenibilidad” (referencia: PID-2023-149038OB-100) del que son Investigadores Principales los Profs. Drs. Miranda Serrano y Pagador López. 4º) Proyecto de Investigación UCOLIDERA (del Plan Propio de Investigación de la Universidad de Córdoba para 2024) “Normas, códigos informáticos y ODS: contratación y competencia empresarial ante los desafíos de la digitalización y la sostenibilidad”, del que es Investigador Principal el Prof. Dr. González Jiménez

Correo de contacto: d72diagl@uco.es

## Resumen

Como se infiere del título de este trabajo, en él nos proponemos analizar la problemática inherente a la atribución de condición consumidora a las personas jurídicas y a otros entes carentes de personalidad, que es la opción de política legislativa por la que se ha decantado nuestro legislador en el Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios a la hora de ofrecer un concepto legal de consumidor. El asunto tiene relevancia en la medida en que, como se sabe, las normas protectoras de los consumidores solo se aplican a las relaciones jurídicas de consumo, que son aquellas en las que uno de los sujetos intervinientes actúa en condición consumidora frente a otro que lo hace empresarial o profesionalmente. Y no está del todo claro determinar en qué casos las personas jurídicas o entes sin personalidad merecen la atribución de condición consumidora.

## Abstract

As can be inferred from the title of this paper, we propose to analyse the problems inherent in the attribution of consumer status to legal persons and other entities lacking personality, which is the legislative policy option our legislator has opted for in the Consolidated Text of the General Law for the Defence of Consumers and Users when it comes to offering a legal concept of consumer. The matter is relevant insofar as, as is well known, consumer protection rules only apply to consumer legal relationships, which are those in which one of the parties involved acts as a consumer vis-à-vis another who does so in a business or professional capacity. And it is not entirely clear in which cases legal persons or entities without personality deserve the attribution of consumer status.

## Palabras clave

consumidor y usuario, persona jurídica consumidora, entes carentes de personalidad jurídica, consumidor mixto, consumidor vulnerable

## Keywords

consumer and user, consumer legal person, legal entities without legal personality, mixed consumer, vulnerable consumer

## Sumario

I.- CONSIDERACIONES PRELIMINARES Y PROPÓSITO DE ESTE TRABAJO. II.- UNA CUESTIÓN PREVIA: LA EVOLUCIÓN DE LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR EN EL DERECHO DE LA UNIÓN EUROPEA Y ESPAÑOL. 1.- EL concepto de consumidor en el Derecho de la Unión Europea. 2.- El concepto de consumidor en el Derecho español. 2.1. La opción inicial por identificar al consumidor con el destinatario final del bien adquirido o del servicio contratado. 2.2. El abandono del criterio del destinatario final y la adopción del criterio o principio de ajenidad. III. EN ESPECIAL, LA PROBLEMÁTICA INHERENTE A LA PERSONA

JURÍDICA CONSUMIDORA. 1.- Requisitos para atribuir a la persona jurídica condición consumidora: exposición y crítica. 1.1. Actuación al margen de una actividad empresarial o profesional. 1.2. Actuación sin ánimo de lucro. 2.- Análisis de la posible atribución de la condición de consumidor a distintos supuestos de personas jurídicas. 2.1. Las sociedades mercantiles. 2.2. Las sociedades civiles, fundaciones y asociaciones. 2.2.1. Fundaciones. 2.2.2. Asociaciones. 2.2.3. Sociedades civiles. 2.3. Las sociedades cooperativas. IV. LOS ENTES SIN PERSONALIDAD COMO CONSUMIDORES: EN ESPECIAL, LAS COMUNIDADES DE PROPIETARIOS. V. LA PERSONA JURÍDICA Y LAS FIGURAS DEL CONSUMIDOR MIXTO Y VULNERABLE. VI. CONSIDERACIONES FINALES. VII. BIBLIOGRAFÍA. VIII. JURISPRUDENCIA.

## I.- CONSIDERACIONES PRELIMINARES Y PROPÓSITO DE ESTE TRABAJO

Como se sabe, la noción de consumidor otorga a quien la ostenta una mayor protección fundada en su consideración de parte débil de la relación contractual. En rigor, se trata de un concepto no inmutable, sino dependiente del lugar que el sujeto ocupa en una determinada relación contractual y, más en concreto, de la finalidad que persiga con su actuación<sup>1</sup>. Esto explica que, más que hablarse de *ser o no ser* consumidor, deba aludirse a *actuar o no actuar* en condición consumidora<sup>2</sup>. Y, además, que el término consumidor no comprenda única y exclusivamente a las personas físicas, sino también a las jurídicas y a determinados entes carentes de personalidad, tal como prevé nuestro ordenamiento jurídico en el actual artículo 3 del Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios (en adelante, TRLGDCU). Y es que en nuestro Derecho revisten condición consumidora las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial o

profesional, así como las personas jurídicas y las entidades sin personalidad que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial<sup>3</sup>.

En la construcción del concepto jurídico de consumidor ha tenido un papel especialmente destacado la jurisprudencia. Tanto la nacional, de la mano de nuestro Tribunal Supremo (TS), como la europea, a través de las sentencias emanadas del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE). Ciertamente, ambos órganos jurisdiccionales han ido fijando una serie de pautas en esta materia que podrían concretarse básicamente en las siguientes: 1º) el concepto de consumidor debe interpretarse en relación con la posición que ocupa una persona en un contrato determinado, así como con la naturaleza y finalidad de éste; 2º) en principio, solo a los contratos celebrados al margen de una actividad o finalidad profesional, con el único objetivo de satisfacer las propias necesidades de consumo privado, les resulta aplicable el régimen específico de protección de los consumidores; y 3º) cuando el contrato se celebra para un doble uso personal (o doméstico)

---

1 FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, E. “Las personas jurídicas consumidoras. El caso de las cooperativas de consumidores y usuarios”, *Revista Deusto Estudios Cooperativos*, n.º 11, 2018, p. 59. Véase también MIRANDA SERRANO, L.M. “La protección de los consumidores en la contratación: aspectos generales”, en MIRANDA SERRANO, L.M., VELA TORRES, P. y PRÍES PICARDO, A., *La contratación mercantil. Disposiciones generales. Protección de los consumidores*, tomo XXX del Tratado de Derecho Mercantil (Dir. OLIVENCIA RUIZ y otros), Ed. Marcial Pons, Madrid, 2006, pp. 195-196 afirma que la condición de consumidor responde a un rol social en tanto que nadie es consumidor, sino que se comporta o actúa en determinados ámbitos como tal.

2 MIRANDA SERRANO, L. *Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles, su caracterización en el derecho español*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 2001, pp. 75 y 76. Véase también: MIRANDA SERRANO, L.M. “La protección...”, cit. pp. 193 y 194.

3 CÁMARA LAPUENTE, S. “Artículo 3. Conceptos de consumidor y usuario y de persona consumidora vulnerable”, en ZUMAQUERO GIL, L. (Coord.) y CAÑIZARES LASO, A. (Dir.), *Comentarios a las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, vol. 1, Tomo 1, Valencia, 2022, pp. 105 y ss.

y empresarial (o profesional), solo cabría aplicarle el Derecho de los consumidores cuando el vínculo de dicho contrato con la actividad profesional del interesado fuera tan tenue que pudiera considerarse marginal o, en su caso, cuando la finalidad preponderante del contrato consista en la satisfacción de necesidades de carácter personal o privado (problemática de los contratos mixtos o con doble finalidad)<sup>4</sup>.

Como se infiere del título de este trabajo, el propósito en él perseguido estriba básicamente en analizar la problemática inherente a la atribución de la condición de consumidor a las personas jurídicas y a ciertos entes carentes de personalidad. No obstante, con anterioridad a ello interesa realizar algunas consideraciones relativas a la evolución de la noción legal de consumidor en los ordenamientos europeo y nacional, en la medida en que ello nos permitirá enmarcar adecuadamente el asunto principal sobre el que giran estas páginas.

## II.- UNA CUESTIÓN PREVIA: LA EVOLUCIÓN DE LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR EN EL DERECHO DE LA UNIÓN EUROPEA Y ESPAÑOL

La razón principal a la que obedece la preocupación por la protección de los consumidores y usuarios reside, según un sector

mayoritario de la doctrina, en la desigualdad existente entre quienes intervienen en el contrato en condición consumidora y quienes lo hacen en condición empresarial o profesional. Es cierto que un sector doctrinal más minoritario considera que la *ratio essendi* de la protección del consumidor radica no tanto en la causa que acabamos de señalar, sino en ayudar a quienes actúan como consumidores en el mercado a recuperar el papel que la teoría económica tradicional les ha venido asignando desde siempre, pero que la realidad socioeconómica les ha arrebatado, corrigiendo así las desigualdades y deficiencias propias de la economía de mercado<sup>5</sup>. Sea como fuere, para poder comprender adecuadamente la noción de consumidor conviene hacer un breve análisis de su regulación tanto en el Derecho español como en el comunitario, que es precisamente el asunto del que nos ocupamos a continuación.

### 1. El concepto de consumidor en el Derecho de la Unión Europea

Es sabido que el Tratado de Roma, firmado el 25 de marzo de 1957, no recogió en su articulado ninguna norma relativa a la protección de los consumidores y usuarios<sup>6</sup>. Ahora bien, con el avance del mercado común fueron surgiendo en la llamada (en aquel momento) Comunidad Económica Europea (CEE) algunas normas alusivas a la protección de los consumidores y usuarios,

4 SEVILLA CÁCERES, F. “La interpretación jurisprudencial de la condición de consumidor”, *mundo jurídico*, septiembre 2023, recurso online, disponible [en línea]: <https://www.mundojuridico.info/interpretacion-jurisprudencial-de-la-condicion-de-consumidor/> (consultado el 14 de mayo de 2024); véase la STJUE de 25 de enero de 2018, Sala Tercera, asunto C- 498/16.

5 GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.M. “La condición de consumidor en los contratos mixtos o con doble finalidad ¿Una cuestión ya resuelta tras la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 8 de junio de 2023, en el asunto YYY”, *Revista de derecho mercantil*, n.º 331, 2024, pp. 3 y ss.

6 MORAIS CARVALHO, J. “La protección de los consumidores en la Unión Europea: ¿mito o realidad?”, *Revista Criterio Jurídico*, Santiago de Cali, vol. 6, 2006, p. 245.

aunque cierto es que de forma residual<sup>7</sup>. En rigor, fue en la década de los años setenta del pasado siglo cuando diferentes movimientos internacionales permitieron que en Europa se despertara una cierta preocupación por proteger a quienes actúan en el mercado en condición consumidora, de modo similar a lo que había acontecido, algunas décadas antes, en los Estados Unidos de América<sup>8</sup>.

En Europa, el primer programa de acción relativo a la protección de los consumidores fue presentado por la Comisión Europea en 1975, reconociendo cinco derechos fundamentales a los consumidores y usuarios (a saber: la protección de la salud y la seguridad, la protección de los intereses económicos, la indemnización de los daños sufridos, la información y la educación, así como la representación)<sup>9</sup>. No obstante, fue en 1986 (año en el que España se incorporó a la CEE) cuando se elaboró la conocida como Acta Única Europea, la cual permitió que la protección de los consumidores y usuarios se transformara en una

preocupación para las políticas comunitarias. Posteriormente, con el Tratado de Maastricht (1992) y el Tratado de Ámsterdam (1997) se consolidó y reforzó dicha preocupación en el seno de la hoy denominada Unión Europea (en lo sucesivo, UE)<sup>10</sup>.

El Derecho de la UE protector de los consumidores y usuarios se ha canalizado principalmente a través de Directivas que, como tales, han tenido que ser incorporadas por los legisladores nacionales a cada uno de los Estados miembros de la Unión<sup>11</sup>. Aunque la finalidad de estas Directivas no era otra que lograr una legislación armonizada en todos los Estados pertenecientes a la UE, lo cierto es que dicho objetivo no era fácil de conseguir. Por un lado, por las diferencias existentes entre los Estados miembros, ya que algunos beben del Derecho romano (entre los que cabe incluir a España), mientras que en otros imperan influencias inglesas impulsoras del common law<sup>12</sup>. Por otro lado, por el carácter de Directivas de mínimos de estas normas armonizadoras<sup>13</sup>. Se explica así que con el paso del tiempo las Directivas de consumo

7 GALLEGO BURIN, M. “Los fundamentos históricos del derecho del consumo”, *Revista Ius et Praxis*, n.º 1, 2021, pp. 38 y ss.

8 Comisión Federal del Comercio, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.ftc.gov/es/acerca-de-la-ftc> (consultado el 19 de mayo de 2024). En Europa no fue hasta 1962 que se creó la Oficina Europea de Uniones de consumidores (BEUC), que agrupaba a las organizaciones nacionales importantes en la preocupación por la defensa de los intereses de los consumidores.

9 MORAIS CARVALHO, J “La protección de los consumidores...”, *cit.*, pp. 247 y ss. Con carácter previo, el 17 de mayo de 1973, se elaboró la conocida como Carta de Protección del Consumidor por la Asamblea Consultiva del Consejo de Europa, considerándose como el inicio de la política comunitaria de protección del consumidor.

10 ACEDO PENCO, A. “La noción de consumidor y su tratamiento en el derecho comunitario, estatal y autonómico. Breve referencia al concepto de consumidor en el derecho extremeño”, *Anuario de la Facultad de Derecho de Extremadura*, n.º 18, 2000, pp. 299 y ss.

11 Véase TAPIA HERMIDA, A.J. “La codificación de la normativa de protección del consumidor en la Unión Europea”, *La Ley Unión Europea (Diario la Ley)*, n.º 101, marzo 2022, pp. 1-22.

12 GALLEGO BURIN, M. “Los fundamentos...”, *cit.*, pp. 37 y ss.

13 MIRANDA SERRANO, L.M. “El derecho de desistimiento en los contratos de consumo sobre contenidos digitales”, *Revista La Ley Mercantil, Sección Derecho Digital*, n.º 76, enero 2021, pp. 2 y ss.

hayan dejado de ser Directivas de mínimos para pasar a configurarse como Directivas de máximos (o de armonización máxima), lo que se ha traducido en una disminución de las diferencias de las normas de consumo en los ordenamientos jurídicos de los Estados conformadores de la UE<sup>14</sup>.

Un claro ejemplo de Directiva de máximos de especial relevancia en la materia que analizamos lo constituye la Directiva 2011/83/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores. Esta norma surgió, sobre todo, con la intención de que en el seno de la UE consumidores y comerciantes (*rectius*, empresarios) contaran con un único marco normativo para los contratos celebrados a distancia y fuera de los establecimientos mercantiles. Al tratarse de una norma de armonización máxima, los distintos Estados de la UE no tienen posibilidad de mejorar el nivel de protección que en ella se confiere a los consumidores. Esto explica que las organizaciones de consumidores de los países con mayor grado de protección de este colectivo, como es el caso de España o Francia, reivindicaran en su momento una armonización de mínimos, al objeto de permitir mejorar la situación en determinados Estados con menor amparo normativo, pero que no pusiera en peligro el nivel mayor de protección ya logrado en dichos países<sup>15</sup>.

La Directiva 2011/83/UE recoge la noción de consumidor en su artículo 2.1, así como en su Considerando 17. Lo define, en concreto, como “toda persona física que, en contratos regulados por la presente Directiva, actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresa, oficio o profesión”. Como se aprecia con facilidad, el legislador europeo menciona expresamente en esta definición legal a la persona física consumidora, omitiendo toda alusión a las personas jurídicas y a otros entes carentes de personalidad. No obstante, el Considerando 13 de la Directiva 2011/83/UE parece dejar una puerta abierta a los Estados en esta materia, al disponer que “los Estados miembros podrán decidir extender la aplicación de lo dispuesto en la presente Directiva a las personas jurídicas o físicas que no sean consumidores en el sentido de la presente Directiva, como organizaciones no gubernamentales, empresas de reciente creación o pequeñas y medianas empresas”. Como hemos anticipado y analizaremos con mayor profundidad más adelante, España ha hecho uso de este margen de actuación o discrecionalidad otorgado por la normativa comunitaria, al admitir que pueden revestir condición consumidora las personas jurídicas y ciertos entes carentes de personalidad, siempre que cumplan determinadas exigencias legalmente establecidas.

---

14 Sobre las Directiva de máximos, por ejemplo: MORAIS CARVALHO, J. “Contratos de compraventa de bienes (Directiva 2019/771) y suministro de contenidos o servicios digitales (Directiva 2019/770). Ámbito de aplicación y grado de armonización”, en *Cuadernos de Derecho Transnacional*, marzo de 2020, vol. 12, n.º 1, p. 932; MIRANDA SERRANO, L. M. “La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación para Europa de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles”, en *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, n.º 11, 2012, pp. 77 y ss.

15 AZNAR DOMINGO, A. “Directiva 2011/83/UE, legislación europea para la protección de consumidores”, septiembre, recurso electrónico, disponible [en línea]: <http://docencia.aznar-abogados.com/modules.php?name=News&file=print&sid=409> (consultado el 1 de junio de 2024)

## 2. El concepto de consumidor en el Derecho español

### 2.1. La opción inicial por identificar al consumidor con el destinatario final del bien adquirido o del servicio contratado

En un primer momento, la doctrina española defendió una noción abstracta de consumidor, según la cual lo equiparó al ciudadano que adquiere o utiliza bienes o servicios<sup>16</sup>. No obstante, pronto se advirtió que esta noción de consumidor era fuente de controversias y de desprotección para la parte consumidora. De ahí que tanto la jurisprudencia española (sobre la base de la dictada por el TJUE<sup>17</sup>) como la doctrina se decantaran rápidamente por una noción más concreta de consumidor y usuario<sup>18</sup>. El problema residía en optar por aquella que fuese más adecuada para lograr la satisfacción de los legítimos intereses económicos de los consumidores, a los que –como se sabe– se refiere expresamente

el artículo 51 de la Constitución Española (en adelante, CE)<sup>19</sup>.

Precisamente con la finalidad de cumplir el mandato constitucional expresado en el referido artículo 51 CE, el legislador español promulgó la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, de 19 de julio de 1984<sup>20</sup> (en lo sucesivo, LGDCU). Esta norma ofreció un concepto concreto de consumidor, considerando como tal, en su artículo 1.2, a las personas físicas o jurídicas que adquieran, utilicen o disfruten como destinatarios finales los bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea su naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden. Como se aprecia con cierta facilidad, este precepto equipara al consumidor con el destinatario final del bien adquirido o del servicio contratado.

En rigor, el término destinatario final procedía del ámbito del transporte. A través de él, se trató de expresar la idea básica de que es consumidor (*rectius*, actúa como consumidor) quien

16 También surgió el término de consumidor medio, entendido como el consumidor que esté razonablemente bien informado y sea observador y prudente (atento y perspicaz). Al respecto, entre otros: GONZÁLEZ VAQUÉ, L. “La noción de consumidor medio según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas”, *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, n.º 17, enero-abril 2004, pp. 48 y ss.

17 STJUE, de 3 de julio de 1997, Sala Sexta, asunto C-269/95 (caso Benincasa)

18 PEÑAS MOYANO, B. “La política de consumo de la Unión Europea y su influencia sobre el derecho español de protección de los consumidores”, *La Unión Europea al cumplirse los 70 años de la declaración de Schuman (1950-2020)*, en MIRANDA ESCOLAR, B. (Coord.) y VIDAL FERNÁNDEZ, B. (Dir.)

Guillermo Pérez Sánchez, Ediciones Universidad de Valladolid, 2020, pp. 453-478.

19 LASARTE ÁLVAREZ, C., “Capítulo 3: Noción de Consumidor”, *Manual sobre Protección de consumidores y usuarios*, en colaboración con JUÁREZ TORREJÓN, A., Ed. Dykinson, Madrid, 2023, pp. 54-72

20 Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, BOE, n.º 176, de 24 de julio de 1984. Véase BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. “La protección de los consumidores, la Constitución Española y el Derecho mercantil”, en *Lecturas sobre la Constitución Española*, (coord. Fernández Rodríguez, T.) tomo II, 1978, Universidad Nacional a Distancia (Madrid), pp. 9-37.



adquiere bienes o contrata servicios para su uso o consumo privado, sin finalidad de reinvertirlos posteriormente en el mercado o de ponerlos de nuevo en circulación<sup>21</sup>. Esta idea estaba también plasmada en el art. 1.3 LGDCU en donde se establecía que no podían considerarse consumidores (por no actuar como destinatarios finales) quienes adquirirían un bien o contrataban un servicio con la finalidad de introducirlos en procesos de mercado de carácter industrial, comercial o profesional<sup>22</sup>.

Por tanto, de la definición de consumidor o usuario proporcionada por la LGDCU de 1984 se podían deducir los requisitos que debía reunir un sujeto para adquirir la condición de consumidor. Básicamente, se entendía que el bien adquirido o servicio contratado debía ir dirigido a la satisfacción de una necesidad de carácter privado, impidiéndose su integración en un proceso de industrialización, distribución o comercialización<sup>23</sup>. Ajustándose a lo dispuesto por la LGDCU, los pronunciamientos del TS sobre la materia excluyeron la aplicación de esta norma tuitiva de los consumidores a los contratos celebrados por sujetos que no se constituían en destinatarios finales de los objetos contratados, al integrarlos en procesos de producción o comercialización<sup>24</sup>.

## 2.2. El abandono del criterio del destinatario final y la adopción del criterio o principio de ajenidad

Con la aprobación y entrada en vigor de la Directiva 2011/83/UE y su transposición al ordenamiento jurídico español (a través de la oportuna reforma del TRLGDCU, que ya había reemplazado a la LGDCU en el ordenamiento jurídico español), se produjo un cambio de paradigma en la cuestión que abordamos. Este se materializó en el abandono del criterio del destinatario final y su reemplazamiento por el que ha dado en llamarse principio de ajenidad, que hace referencia a la actuación en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. Dicho cambio es puesto de manifiesto con indubitada claridad por el artículo 3.1 TRLGDCU. En él se dispone lo que sigue: “[a] efectos de esta ley (...), son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”; a lo que seguidamente se añade que “[s]on también consumidores a efectos de esta norma las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial”<sup>25</sup>.

21 ACEDO PENCO, A. “La noción de consumidor...”, *cit.*, pp. 317 y ss.

22 MIRANDA SERRANO, L.M. “La protección...”, *cit.*, pp. 179 y ss.

23 REYES LÓPEZ, M.J. “La evolución del concepto de consumidor”, *Revista Actualidad Jurídica Iberoamericana*, n.º 16, junio 2022, pp. 3233 y ss.

24 En este sentido, cabe citar, entre otras muchas, la STS n.º 207/1998, Sala Primera, Rec. 164/1994, de 17 de marzo de 1998.

25 Algunos autores, albergan la posibilidad de llevar a cabo una interpretación integradora de ambos criterios, ya que en cierto sentido ambos se superponen: GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.M. “La condición de consumidor...”, *cit.*, pp. 5 y ss.

Como era de esperar, la jurisprudencia también ha recogido en sus resoluciones el nuevo criterio o principio de ajenidad, dejando atrás su anterior línea jurisprudencial centrada en el destino final del bien adquirido o del servicio contratado. Efectivamente, a partir de la reforma del TRLGDCU acometida con la finalidad de incorporar al Derecho español las exigencias de la Directiva 2011/83/UE, la jurisprudencia del TS (entre las más recientes, cabe citar —por ejemplo— la STS n.º 230/2019, de 11 de abril<sup>26</sup>), acogió el nuevo criterio al que acabamos de referirnos. Ello implica que, una vez abandonado el criterio del destino final de los bienes adquiridos o los servicios contratados, la noción de consumidor pivota sobre el criterio de la celebración del contrato en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional, que es precisamente a lo que se denomina (con buen criterio) principio de ajenidad.

Al margen de esto último, si centramos la atención en el artículo 3.1 TRLGDCU se pueden obtener algunas conclusiones de interés: 1ª) Por un lado, el legislador español, tras los pasos del comunitario europeo, considera que actúa en el mercado en condición consumidora todo sujeto que adquiere un bien o contrata un servicio al margen de una actividad empresarial o profesional o, lo que viene a ser lo mismo (en los términos a los que se refería al consumidor —en sentido negativo— la LGDCU de 1984), sin la finalidad de integrar el bien adquirido o el servicio contratado en procesos de mercado de carácter industrial, comercial o profesional<sup>27</sup>. 2ª) Por otro lado, nuestro legislador no limita la noción de

sujeto-consumidor únicamente a la persona física, toda vez que admite expresamente que también pueden revestir condición consumidora las personas jurídicas y otras entidades carentes de personalidad, siempre que cumplan determinadas exigencias: que actúen sin ánimo de lucro y en un ámbito no comercial o profesional<sup>28</sup>.

Por tanto, de la definición proporcionada por el art. 3 TRLGDCU se desprende que el concepto legal de consumidor se compone, esencialmente, de dos elementos: 1º) De una parte, ha de existir un sujeto que participa en la relación de consumo, esto es, una *persona física* o jurídica merecedora de protección jurídica. 2º) De otra parte, ha de concurrir el llamado principio de ajenidad, lo que significa que el acto de consumo debe tener lugar fuera del ámbito de una actividad empresarial o profesional del sujeto involucrado<sup>29</sup>. No es difícil advertir que en esta materia el Derecho español se diferencia del Derecho de la Unión Europea en un dato relevante, pues la normativa comunitaria requiere, para hablar de consumidor, la concurrencia de dos requisitos: 1º) estar ante una persona física; y 2º) que la misma actúe con fines no profesionales. Se trata, no obstante, de una diferencia permitida por el ordenamiento de la UE. Así lo ha declarado el TJUE en diferentes pronunciamientos, al admitir expresamente que los Estados miembros pueden ampliar el concepto de consumidor, permitiendo que la normativa de consumo se aplique a otros sujetos de Derecho distintos de las personas físicas (que es precisamente lo que ha ocurrido en el ordenamiento jurídico español, al atribuirse condición consumidora tanto

26 STS n.º 230/2019, Sala de lo Civil, Rec. 3649/2016, de 11 de abril.

27 MIRANDA SERRANO, L.M., “La protección...”, *cit.*, pp. 179 y ss.

28 CÁMARA LAPUENTE, S. “Artículo 3...”, *cit.*, pp. 148 y ss.

29 GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.M. “La condición de consumidor...”, *cit.*, pp. 5 y ss.

a las personas jurídicas como a otros entes sin personalidad cuando se cumplan determinadas exigencias)<sup>30</sup>. En este sentido cabe mencionar, entre otras, la STJUE de 2 de abril de 2020, en el Asunto C-329/19, *Condominio di Milano*, en la que confirma que dicho Condominio (comunidad de propietarios, en el Derecho italiano) podía ser considerado consumidor y, por tanto, beneficiarse de la normativa que conforma el denominado Derecho del consumo<sup>31</sup>. De ahí que no pueda causar sorpresa ni extrañeza que otros Estados miembros de la UE, como Francia o Alemania, hayan extendido la protección que se dispensa a los consumidores y usuarios a las personas jurídicas y a los entes carentes de personalidad jurídica, en la misma dirección que lo ha hecho el legislador español.

En realidad, la admisión de la figura del consumidor-persona jurídica en nuestro Derecho era ya una realidad desde la aprobación y entrada en vigor de la LGDCU de 1984, que la admitió siempre que actuara como destinataria final de los bienes adquiridos o los servicios contratados, en el sentido que hemos expuesto más arriba. En consecuencia, por destinatario final a estos efectos había de entenderse a la persona jurídica que no revendía el bien adquirido a otro sujeto o no renegociaba el servicio contratado con

otro operador económico o, más propiamente, que no introducía el bien o servicio en cuestión en procesos de mercado de carácter industrial, comercial o profesional<sup>32</sup>. Y es que, como hemos indicado *supra*, un sujeto (ya sea persona física o jurídica) deja de ser destinatario final si integra el bien que adquiere o el servicio que contrata en un proceso de mercado, independientemente de su naturaleza industrial, comercial o profesional<sup>33</sup>. De modo que, por ejemplo, la entidad mercantil que adquiere una partida de ordenadores para su sede social no es destinataria final y, por tanto, no puede merecer la consideración de consumidora o usuaria. Y lo mismo puede afirmarse de esa misma entidad que adquiere determinadas máquinas (como bienes de equipo) para su empresa. Se trata en ambos casos de adquisiciones de bienes que se incorporan a procesos de mercado y, por ende, no susceptibles de ser protegidas por las normas de consumo<sup>34</sup>.

### III. EN ESPECIAL, LA PROBLEMÁTICA INHERENTE A LA PERSONA JURÍDICA CONSUMIDORA

La atribución de la noción de consumidor a las personas jurídicas comporta algunos problemas de interés. Para darles solución se hace ne-

30 GONZÁLEZ CARRASCO, M.C. “Incidencia en el derecho contractual de la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 1, 2012, pp. 30 y ss.

31 STJUE, de 2 de abril de 2020, Sala Primera, asunto C-329/19, *Condominio di Milano*; al respecto: PANIAGUA ZURERA, M. y MIRANDA SERRANO, L. “La protección de los consumidores y usuarios y la irrupción del derecho de los consumidores”, en MIRANDA SERRANO, L.M. y PAGADOR LÓPEZ, J. (coord.), *Derecho [privado] de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 2012, pp. 19 y ss.

32 STS n.º 922/2000, Sala de lo Civil, Sección 1, Rec. 2881/1995, de 16 de octubre de 2000.

33 CÁMARA LAPUENTE, S. “El concepto legal de consumidor en el derecho privado europeo y en el derecho español: aspectos controvertidos o no resueltos”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 3, n.º 1, marzo de 2011, pp. 88 y ss.

34 MIRANDA SERRANO, L.M., “La protección...”, *cit.*, pp. 179 y ss.

cesario delimitar qué tipo de personas jurídicas quedan dentro de la noción de consumidor. Lógicamente, esto exige concretar el sentido y alcance de los requisitos que, según la ley vigente (artículo 3 TRLGDCU), ha de cumplir la persona jurídica para ser considerada consumidora y beneficiarse así de la protección ofrecida por la normativa de consumo.

## 1.- Requisitos para atribuir a la persona jurídica condición consumidora: exposición y crítica

Como señalamos *supra*, en nuestro ordenamiento el reconocimiento de condición consumidora a las personas jurídicas proviene de la LGDCU de 1984. Es cierto que en esta norma se omitía la alusión a los entes carentes de personalidad, que fueron incluidos por el legislador español en la noción legal de consumidor a través de la reforma del TRLGDCU acometida en 2014<sup>35</sup>. Según un sector doctrinal, existen motivos para no incluir a las personas jurídicas dentro de la noción de consumidor, al considerar que las mismas cuentan con mayores recursos técnicos, organizativos y de defensa que cualquier persona física, así como con un mayor poder negociador<sup>36</sup>. Desde nuestro punto de vista, aunque se han planteado algunas dudas sobre la extensión de la condición de consumidor a las personas jurídicas, lo que realmente hay que

cuestionarnos en relación con ellas es si pueden ser o no sujetos activos de un consumo privado<sup>37</sup>.

Dejando a salvo lo anterior, debemos analizar los requisitos que se exigen a estas personas jurídicas (*ex* artículo 3.1 TRLGDCU) para poder ser consideradas consumidoras a los ojos de la normativa española vigente, pues no son pocas las preguntas que al respecto aún siguen sin encontrar una respuesta adecuada y unívoca. Solo las personas jurídicas que cumplan estos requisitos de manera acumulativa podrán ser amparadas por las normas integrantes del Derecho del consumo<sup>38</sup>.

Por otra parte, se ha apuntado que el uso de los términos persona jurídica consumidora no parece ser del todo acertado, pues es complicado concebir que un ente corporativo pueda ser considerado consumidor, condición —en principio— propia de las personas físicas. Tal vez por esta razón la normativa de la UE no vio conveniente introducir a las personas jurídicas dentro de la definición legal de consumidor que proporcionan las distintas Directivas de consumo. Ahora bien, a pesar de la compleja ficción jurídica que ha de hacerse al respecto, no parece rechazable que ciertas personas jurídicas se encuentren en determinados casos amparadas por la normativa de consumo, siempre que cumplan algunas exigencias que las equiparen en cierto

35 VÁZQUEZ-PASTOR JIMÉNEZ, L. “Principales novedades que introduce la Ley 3/2014, de 27 de marzo, en el régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento”, *Revista InDret*, n.º 4, 2014, pp. 2-38

36 CÁMARA LAPUENTE, S. “El concepto legal...”, *cit.*, pp. 99 y ss.

37 RUIZ MUÑOZ, M. “Consumidor y relaciones de consumo”, *Revista Almacén del Derecho*, septiembre 2017, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://almacenederecho.org/consumidor-relaciones-consumo> (consultado el 4 de junio de 2024)

38 LLÁCER MATA CÁS, M.ª R. “El concepto de consumidor. Notas en torno al art. 9 del Código Europeo de los Contratos”, *Revista Galega de Administración Pública*, n.º 33, abril 2003, pp. 139 y ss.

modo a las personas físicas consumidoras<sup>39</sup>. Pues bien, como ya hemos adelantado, de conformidad con el Derecho vigente, dichas exigencias son dos: 1ª) por un lado, que adquieran bienes o contraten servicios al margen de una actividad empresarial o profesional (o, si se prefiere, sin finalidad de integrarlos en procesos de mercado de carácter industrial, comercial o profesional); y 2ª) por otro lado, que actúen sin ánimo de lucro. A ambas exigencias prestamos seguidamente atención.

### 1.1. Actuación al margen de una actividad empresarial o profesional

Esta primera exigencia no está exenta de problemas interpretativos, pues no siempre es fácil determinar en qué casos se actúa en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. De ahí que este requisito haya de delimitarse caso por caso<sup>40</sup>. Desde luego, no cabe duda de que se encuentran dentro de la noción de actividad empresarial o profesional y, por tanto, están fuera de la normativa protectora del consumo las relaciones mercantiles puras, es decir, los contratos celebrados entre empresarios y/o profesionales (negocios B2B), así como los actos celebrados con vistas a incorporar los bienes o servicios contratados en procesos de mercado de producción o comercialización propios de la persona jurídica, como –por ejemplo– la adquisición de furgonetas para el transporte de ma-

terial. Así lo reconoce la jurisprudencia. Entre otras muchas, cabe citar la Sentencia de la Audiencia Provincial (SAP) de la Coruña de 25 de marzo de 2008<sup>41</sup>.

En lo que atañe a este extremo, conviene apoyarse en los pronunciamientos jurisprudenciales para delimitar en qué casos una persona jurídica actúa al margen de una actividad empresarial o profesional, dado que en no pocos casos resulta complicado deslindar a la persona jurídica del término profesionalidad. Así, por ejemplo, la Audiencia Provincial (AP) de Burgos<sup>42</sup> entiende que “para que se lleve a cabo la exclusión del concepto de consumidor no basta con el hecho de que el bien o servicio se integre sin más en un proceso de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros, pues en ese caso, y sobre todo si se lleva al extremo la idea, realmente será difícil encontrar supuestos en los que se aplique la legislación de defensa de los consumidores. Lo realmente importante y que excluye la aplicación de la legislación especial es que ese bien o servicio que se adquiere, tenga por finalidad directa llevar a cabo labores de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros, de tal manera que esos bienes o servicios se integren de manera relevante en el ámbito comercial que desarrolla la adquirente en el giro o tráfico normal de su actividad, y que, precisamente por ser su actividad normal, puede conocer y estar atenta a los posibles defectos del bien o servicio que se le

39 FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, E. “Las personas jurídicas consumidoras...”, *cit.*, pp. 67 y ss.

40 Especiales problemas plantea determinar la presencia o no de este requisito en el caso de las plataformas digitales o electrónicas. Al respecto, puede verse, entre otros, MIRANDA SERRANO, L.M., “La determinación de la naturaleza jurídica de los servicios que prestan las plataformas digitales en la economía colaborativa”, *Revista La Ley Mercantil*, n.º 50, septiembre de 2018, *passim*.

41 SAP de A Coruña n.º 132/2008, de 25 de marzo de 2008, Sala de lo Civil, Rec. 596/2007.

42 SAP de Burgos n.º 95/2001, de 15 de febrero de 2001, Sala de lo Civil, Rec. 436/1999

presta, sin que sea posible aplicar la legislación especial (...)". Desde este punto de vista —que no compartimos—, parece que lo que quiere expresarse es que, por ejemplo, la adquisición por una persona jurídica de una alarma para colocarla en un establecimiento comercial de venta de zapatos no sería un acto de consumo, mientras que sí revestiría dicha naturaleza la adquisición de una partida de zapatos destinada a su reventa en dicho establecimiento mercantil.

En todo caso, parece que la opción seguida por el legislador español estriba en ampliar subjetivamente la protección dispensada a los consumidores y usuarios quedando bajo el paraguas de la normativa nacional la protección de las personas jurídicas que no lleven a cabo una actividad empresarial de manera habitual, organizada e independiente. En esta dirección, la STJUE de 14 de febrero de 2019 pone de manifiesto que “solo podrá considerarse consumidor a una persona física o jurídica cuando ésta celebra un contrato con el propósito de satisfacer sus propias necesidades, en cuyo caso deberá aplicarse un régimen específico establecido para la protección de la parte más débil de la relación contractual. Por ende, resulta claro que dicha protección no es aplicable a las personas físicas o jurídicas que celebran contratos cuyo objeto es una actividad profesional”<sup>43</sup>.

La jurisprudencia de nuestro TS, aunque no siempre ha sido lineal, se ha mostrado en general acorde con el criterio adoptado por el Alto Tribunal de la UE. Al respecto, cabe referirnos a dos resoluciones dispares en una de las cuales el TS considera a una persona jurídica como consumidora mientras que en la otra sostiene la solu-

ción contraria, privándola de la protección de la normativa de consumo. En cuanto a la primera de ellas, nos referimos a la STS n.º 232/2021, de 29 de abril<sup>44</sup>, en la que se reconoció al Real Club Náutico de Tarragona como consumidor y se declaró nula la cláusula suelo que contenía el contrato de préstamo que la entidad deportiva suscribió con la entidad bancaria Abanca. Esta entidad financiera alegaba que una asociación (persona jurídica) que solicita un préstamo para realizar obras de mejora en las instalaciones del club que explota en un ámbito profesional, no merecía ser considerada consumidora en sentido legal. Es verdad que en el momento en el que se suscribió el contrato (marzo de 2007) regía todavía en nuestro Derecho el criterio del destino final del bien (ex LGDCU). Razón por la cual el TS recuerda en la resolución que, de conformidad con la LGDCU, vigente en la fecha de suscripción del contrato, revestían condición consumidora quienes actuaban como destinatarios finales de los productos o servicios, es decir, sin finalidad de integrarlos en una actividad empresarial o profesional. Ahora bien, a lo anterior el Alto Tribunal añade que, aunque en la fecha de celebración del contrato litigioso el criterio vigente en cuanto a la noción de consumidor era el del destino final y no el principio de ajenidad, que se introdujo en el TRLDCU unos meses después, la jurisprudencia comunitaria ya aplicaba este último criterio, por lo que debía atenderse al mismo por aplicación del principio de primacía del Derecho comunitario sobre el nacional. Esto es precisamente lo que conduce al TS a concluir que no se puede negar la condición de consumidor a dicha persona jurídica, pues para que se pudiera considerar que la mejora de las instalaciones deportivas financiada por el préstamo

43 STJUE de 14 de febrero de 2019, Sala Segunda, asunto C-630/17 (caso Milivojević)

44 STS n.º 232/2021, Sala de lo Civil, Sección 1, Rec. 1619/2018, de 29 de abril de 2021

se había enmarcado en un ámbito o finalidad empresarial, tendría que haberse acreditado en las distintas instancias que dichas instalaciones eran objeto de una explotación económica por parte del club<sup>45</sup>.

Por otro lado, hemos de mencionar la STS n.º 307/2019, de 3 de junio de 2019<sup>46</sup>. Esta otra resolución versa sobre una sociedad mercantil que adquiere un préstamo con garantía hipotecaria con una entidad bancaria que había impuesto una cláusula suelo abusiva. La sociedad demanda y gana tanto en primera como en segunda instancia, al ser considerada consumidora pese a que el préstamo iba destinado a financiar un proyecto empresarial. Al llegar el asunto al TS, este considera que la entidad mercantil no puede considerarse consumidora por no actuar en un ámbito ajeno a su actividad empresarial o profesional.

Para ello, el Alto tribunal apoya su razonamiento en la jurisprudencia europea; en concreto, en la STJUE de 14 de febrero de 2019, anteriormente mencionada. A este respecto, recuérdese que el TJUE había señalado que solo podía considerarse consumidor a una persona física o jurídica cuando ésta celebraba un contrato con el propósito de satisfacer sus propias necesidades. Por ende, resulta claro que dicha protección no es aplicable a las personas físicas o jurídicas que celebran contratos cuyo objeto es una actividad empresarial o profesional. Sobre la base de este razonamiento, el TS entiende que la sociedad mercantil no puede ser considerada consumidora, al quedar acreditado que la

solicitud del préstamo respondía a necesidades propias de su actividad de construcción y explotación de edificios; en particular, a la financiación de la construcción de una nave industrial. Por último, el TS arguye que en las sociedades mercantiles se presume, además, el ánimo de lucro en virtud de lo dispuesto en el art. 2 de la Ley de Sociedades de Capital (LSC). Precisamente en este último requisito, es decir, el ánimo de lucro centramos la atención a continuación, al ser su ausencia otra de las exigencias impuestas por el legislador español en el artículo 3.1 TRLGDCU para que la actuación de una persona jurídica merezca considerarse un acto de consumo y beneficiarse así de la protección brindada por la normativa tuitiva de los consumidores y usuarios.

## 1.2. Actuación sin ánimo de lucro

Efectivamente, la segunda exigencia requerida legalmente para que una persona jurídica pueda merecer la condición de consumidor estriba en que su actuación se realice sin ánimo de lucro. En principio, parece que este otro requisito conduce a negar condición consumidora a las sociedades mercantiles. No en vano, existe una opinión bastante generalizada (aunque no unánime) que ve en el ánimo de lucro (en sentido estricto o amplio) la causa del contrato de sociedad. Desde este punto de vista, a tenor de lo dispuesto por el art. 3 TRLGDCU, toda sociedad mercantil, al estar por esencia proyectada a obtener un lucro o beneficio repartible entre los socios que la integran, no puede tener la consi-

45 BLOG CEFLEGAL, “La consideración legal como consumidor de una persona jurídica a la luz de la jurisprudencia comunitaria”, mayo 2021, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.civil-mercantil.com/concepto-consumidor-evolucion-legal-jurisprudencia-comunitaria.html> (consultado el 17 de julio de 2024)

46 STS n.º 307/2019, Sala de lo Civil, Sección 1, Rec. 3958/2016, de 3 de junio de 2019.

deración legal de consumidor ni, por consiguiente, puede serle aplicada la normativa de carácter tuitivo que conforma el llamado Derecho del consumo<sup>47</sup>.

En sentido estricto, el ánimo de lucro debe entenderse como la intención de obtener una ganancia, ya sea individual o colectiva, conseguida normalmente a través del desempeño de una actividad profesional o empresarial<sup>48</sup>. Ahora bien, junto a esta noción de ánimo de lucro en sentido estricto existe otra más amplia que identifica el lucro con la obtención de cualquier ventaja patrimonial<sup>49</sup>. Además, hay una clara corriente de pensamiento —que cada vez cuenta con más partidarios— conducente a entender que el ánimo de lucro no es un elemento conformador de la noción o concepto de sociedad. En esta dirección se inscribe, por ejemplo, la resolución de la Dirección General de Seguridad Jurídica y Fe Pública (en lo sucesivo, DGSJFP) de 17 de diciembre de 2020, favorable a defender la irrelevancia causal del ánimo de lucro en las sociedades de capital. En efecto, según esta resolución, parece flexibilizarse la *causa societatis*, entendiendo que una sociedad de capital puede constituirse para perseguir el logro de cualquier finalidad de interés común, incluso la no lucrativa. Se separa así el órgano directivo del criterio tradicional que se venía aplicando a este tipo de personas jurídicas, según el cual se entendía

que las sociedades de capital se constituían con la intención de obtener una ganancia repartible entre los socios que la constituyen. Para comprender este giro radical de los acontecimientos debemos conocer el caso concreto sobre el que versa esta resolución<sup>50</sup>.

El recurso ante la DGSJFP fue interpuesto por la representante de la sociedad “Solidaridad y Trabajo Virgen del Camino, S.L.”, contra la denegación de inscripción de la escritura de modificación de los estatutos de la sociedad por parte del registrador mercantil de León. La entidad recurrente carece de ánimo de lucro y tiene por objeto la actividad de promoción, educación y rehabilitación de personas con discapacidad. Además, consta expresamente en sus estatutos sociales que los beneficios que se obtengan por parte de la mercantil serán reinvertidos en la misma, sin posibilidad de distribución entre los socios. El registrador mercantil entendió (a nuestro juicio, con buen criterio), que el ánimo de lucro que se concreta, de manera singular, en el reparto de dividendos entre los socios, constituye un elemento esencial de las sociedades que tiene su origen en el carácter oneroso del contrato de sociedad, tal como se infiere del art 116 Código de Comercio y de los artículos 61 y siguientes de la LSC. Además, apoyó su razonamiento en otras resoluciones de la DGSJFP, en las que el órgano directivo no dudó en recono-

47 CÁMARA LAPUENTE, S. “Artículo 3...”, *cit.*, pp. 150 y ss

48 BUENOSVINOS GONZÁLEZ, H. “La protección contractual del consumidor: la delimitación del concepto de consumidor y sus efectos en el derecho contractual”, *Revista Actualidad Jurídica Iberoamericana*, n.º 16, febrero 2022, pp. 769 y ss.

49 MIRANDA SERRANO, L.M. “Teoría general de sociedades mercantiles”, *Bases del Derecho de Sociedades Mercantiles*, en MIRANDA SERRANO, L. M. (Dir.), Ed. Don Folio, Córdoba, 2022, pp. 1-25.

50 Resolución de 17 de diciembre de 2020, de la Dirección General de Seguridad Jurídica y Fe Pública, en el recurso interpuesto contra la negativa del registrador mercantil de León a inscribir una escritura de modificación de los estatutos de una sociedad, publicada en el BOE el 9 de enero de 2021, n.º 8, Sec. III, pp. 2251, Ministerio de Justicia.



cer el carácter esencial del ánimo de lucro: las resoluciones de 2 de febrero de 1966 y de 22 de noviembre de 1991.

Sin embargo, la DGSJFP suscribió algunos de los argumentos aportados por la recurrente y contrarios al criterio seguido por el registrador mercantil, lo que le condujo a admitir que dicha sociedad limitada se había constituido con una finalidad distinta a la de obtener un ánimo de lucro en sentido económico. A ello añadió que, aunque es cierto que la jurisprudencia nacional ha señalado en numerosas resoluciones que el fin lucrativo de las sociedades de capital es la causa o fin del contrato de sociedad (entre otras, cabe citar en esta dirección la STS de 29 de noviembre de 2007<sup>51</sup>), no puede desconocerse al mismo tiempo que la DGSJFP ha reconocido en distintas resoluciones (como la de 20 de enero de 2015 y la de 11 de abril de 2016) que el tipo sociedad anónima o sociedad limitada es adoptado en algunas ocasiones como una simple técnica organizativa, sobre la base de un criterio de mercantilidad formal (art 2 LSC). Este razonamiento lleva a la DGSJFP a concluir que en la entidad mercantil objeto de recurso (una sociedad limitada para la promoción de la integración laboral y social de personas con discapacidad) se excluye el ánimo de lucro en sentido subjetivo (obtención de ganancias repartibles), pero no en su vertiente objetiva, lo que hace posible la obtención de ganancias que se destinan a un fin común o social sin ser objeto de reparto entre los socios. De modo que, a juicio del órgano

directivo, el ánimo de lucro no es un elemento esencial de las sociedades mercantiles, sino un elemento meramente natural y usual<sup>52</sup>.

En nuestra opinión, aunque somos conscientes de que en la práctica existen sociedades mercantiles que renuncian expresamente al ánimo de lucro, no compartimos la tesis de la DGSJFP según la cual las sociedades de capital pueden actuar sin ánimo de lucro. Sobre todo, porque nos parece que ese ánimo de lucro (aunque sea en el sentido amplio anteriormente referido) ha de entenderse que es inherente a su estructura u organización. De hecho, el ordenamiento jurídico ofrece otras formas de organización más acordes a esas finalidades u objetivos no lucrativos. Como ha indicado el TS en distintas resoluciones (entre ellas, la ya mencionada STS de 30 de enero de 2017), el ánimo de lucro en las sociedades de capital se presume cualquiera que sea su objeto social, además de ser siempre consideradas empresarias en aplicación del criterio de mercantilidad por la forma-tipo que rige en el vigente Derecho de sociedades<sup>53</sup>.

De todos modos, aun cuando el ánimo de lucro no se considerase un elemento esencial del concepto de sociedad mercantil (en la dirección que apunta un sector cada vez más mayoritario de la doctrina mercantilista), es harto difícil concebir actuaciones de sociedades mercantiles ajenas a actividades comerciales o empresariales. Se explica así que la jurisprudencia niegue la consideración de consumidores a este tipo de

51 STS n.º 1229/2007, de 29 de noviembre, Sala de lo Civil, Rec. 616/98.

52 FERNÁNDEZ DEL POZO, L. "Sociedades de capital sin ánimo de lucro. Acerca de la doctrina sobre la irrelevancia causal del ánimo de lucro en el contrato de sociedad de capital", *Revista Almacén del Derecho*, enero 2024, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://almacenederecho.org/sociedades-de-capital-sin-animo-de-lucro> (consultado el 5 de junio de 2024).

53 STS n.º 57/2017, Sala de lo Civil, Sección 1, Rec.1531/2014, de 30 de enero de 2017.

operadores económicos del mercado. Queremos con ello afirmar que, a nuestro juicio, el auténtico dato relevante que ha de tenerse en cuenta para delimitar si una persona jurídica reviste o no la consideración de consumidor en un caso concreto es que actúe al margen de una actividad empresarial o profesional.

En efecto, desde nuestro punto de vista —y pese a la literalidad del artículo 3 TRLGDCU—, la ausencia de ánimo de lucro no ha de entenderse como una verdadera exigencia legal para conferir la condición de consumidor a una persona jurídica. Ello sobre la base de varias razones que, según la doctrina más autorizada, pueden sintetizarse en las siguientes: “en primer lugar, porque la definición de consumidor es única para personas físicas y jurídicas y el ánimo de lucro no es un elemento previsto en relación con el consumidor persona física, ni en el Derecho español ni en el comunitario; en segundo lugar, porque no siendo necesario el ánimo de lucro para cualificar a un empresario o profesional, *a fortiori*, no habría de serlo para perfilar a un consumidor; y, en tercer lugar, porque despojado de elementos definitorios de la profesionalidad como la habitualidad o la organización, no se alcanza a ver por qué el ánimo de lucro como criterio en sí mismo habría de dejar desprotegidas a personas jurídicas (en especial, asociaciones) en auténticas relaciones de consumo conforme

a los artículos 2 y 3 TRLGDCU (por ejemplo, una asociación de vecinos compra una motocicleta que resulta defectuosa para realizar un sorteo/subasta con claro ánimo de lucro en busca de beneficios para destinarlos a las próximas fiestas vecinales, mejoras en el barrio o ayuda a los vecinos más desfavorecidos)”<sup>54</sup>.

En nuestra opinión, todas las razones a las que acabamos de referirnos merecen considerarse relevantes. La primera, sin duda, nos parece fundamental. Una persona física puede ser considerada consumidora, aunque actúe con *animus lucrandi*. Pensemos, por ejemplo, en el Sr. A., médico muy respetado y reputado en su localidad, que adquiere un cuadro de un famoso pintor con la finalidad de revenderlo a un tercero y obtener de ello una ganancia. Desde nuestro punto de vista, no hay duda de que dicho sujeto merece la consideración de consumidor. Y lo mismo puede decirse de aquel otro que adquiere un inmueble con la finalidad de alquilarlo y obtener una renta. Lo que nos lleva a concluir que los actos de inversión merecen la catalogación de actos de consumo, siempre —como es natural— que no sean realizados por sujetos que hacen de la celebración de dichos actos de inversión su profesión habitual, pues en estos casos estarían actuando como empresarios o profesionales<sup>55</sup>.

---

54 CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario del artículo 3”, en AA.VV., CÁMARA LAPUENTE, S. (Dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, 2011, p. 133. En lo que concierne a la primera de las razones alegadas por el profesor CÁMARA, estamos de acuerdo con la doctrina partidaria de entender que el sujeto que actúa con fines de inversión (y, por tanto, con ánimo de lucro) merece la consideración legal de consumidor (caso, por ejemplo, de quien adquiere un piso con la intención no de habitarlo, sino de arrendarlo y obtener una ganancia de dicho arrendamiento). En este sentido, puede consultarse, entre otros, MIRANDA SERRANO, L.M. *Los contratos celebrados...*, cit., pp. 84-95.

55 MIRANDA SERRANO, *Los contratos celebrados...*, cit., pp. 75 y ss.; IDEM, “La protección de los consumidores en la contratación: aspectos generales”, cit., pp. 179-221.

A nuestro modo de ver y entender, la solución que acabamos de expresar es la correcta tanto bajo la vigencia de la LGDCU de 1984 (criterio del destinatario final) como desde que entró en vigor la nueva definición de consumidor incorporada al TRLGDCU por exigencias del Derecho de la Unión Europea (criterio o principio de ajenidad)<sup>56</sup>. De modo que si la ausencia de ánimo de lucro en su actuación negocial no es un requisito necesario para que una persona física merezca la condición de consumidor (en el sentido que acabamos de expresar), ¿por qué habría de serlo para que la persona jurídica se haga acreedora de esa misma condición? Se explica así que nos mostremos favorables a entender que, pese al tenor literal del artículo 3 TRLGDCU, el dato decisivo para determinar qué personas jurídicas son (*rectius*, actúan como) consumidoras estriba en que su actuación se realice al margen de una actividad empresarial o profesional. Si la actuación merece la consideración de acto de empresa o de comercio, dicha persona jurídica no

cumple el criterio de la ajenidad y, consecuentemente, no puede ser reputada consumidora. En caso contrario, sí lo sería, con independencia de que en su comportamiento pueda vislumbrarse ánimo de lucro en sentido estricto o amplio.

## 2.-. Análisis de la posible atribución de la condición de consumidor a distintos tipos de personas jurídicas

### 2.1.- Las sociedades mercantiles

A lo largo de estas páginas hemos podido comprobar la complejidad que arrastra la noción de consumidor cuando de una persona jurídica se trata. En este punto, nos encontramos con algunas resoluciones, principalmente jurisprudenciales, aunque también de otros organismos, que resultan confusas o, incluso, en ocasiones contradictorias. Sin embargo, la STS de 3 de junio de 2019<sup>57</sup> vino a arrojar luz a un asunto te-

---

<sup>56</sup> No opina así, sin embargo, toda la doctrina. Hay quien entiende que, como para el legislador de 1984 el criterio definitorio del consumidor era que el adquirente usara el bien o servicio como destinatario final, el médico al que nos hemos referido en el texto no merecería reputarse consumidor. Ahora bien, esta misma doctrina sostiene, sin embargo, que con la reforma operada por la Ley 3/2014 en el TRLGDCU el criterio cambia, ya no es tan importante ser destinatario final del bien o servicio, que resulta irrelevante, sino que la persona actúe con un fin ajeno a su actividad comercial o empresarial. En consecuencia, Manuel, que es médico y no se dedica a la venta de obras de arte, será consumidor, pues ese acto de reventa del cuadro está al margen de su actividad profesional, siempre que no lo haga con carácter habitual. Véase LÓPEZ MAZA, S. “¿Puede un consumidor tener ánimo de lucro?”, *Blog de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Madrid*, junio de 2018, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.blog.fder.uam.es/2018/06/06/puede-un-consumidor-tener-animo-de-lucro-sebastian-lopez-maza/> (consultado el 5 de julio de 2024)

<sup>57</sup> Sobre esta sentencia (STS n.º 307/2019, Sala de lo Civil, Rec. 384/2016, de 3 de junio de 2019) se apoya la Resolución de 5 de febrero de 2024, de la DGSJFP, en el recurso interpuesto contra la calificación de la registradora de la propiedad de Valencia n.º 1, por la que se suspende la inscripción de una escritura de préstamo con garantía hipotecaria, al considerar que la sociedad Strapp33 Valencia, S.L. que había solicitado un préstamo a la entidad Caixa Popular-Caixa Rural, Coop. de Crédito V., queda excluida del concepto de consumidor o usuario por ser una persona jurídica con ánimo de lucro. La DGSJFP argumenta para denegar la condición de consumidora, según reiterada jurisprudencia, la formación de un patrimonio común que se presenta dinámico, al entrar en el

ñido de grises en nuestra práctica jurídica. En esta sentencia, ya recogida con anterioridad, el Alto órgano judicial consolida su decisión de no reconocer la condición de consumidor a las sociedades de capital por considerar que en ellas el fin lucrativo es la causa propia del contrato de sociedad. El tribunal concluye que toda actuación de una sociedad de capital estará motivada por el ánimo de lucro. Ello se deduce de los artículos 116 del Código de Comercio, y los artículos 1 y 2 de la LSC. Asimismo, el artículo 2 de la LSC impone el criterio de mercantilidad, el cual implica que una sociedad de capital siempre será mercantil y, por consiguiente, siempre tendrá la consideración de empresario de conformidad con el artículo 4 del TRLGDCU<sup>58</sup>.

Por ende, a la pregunta de si las sociedades de capital (entiéndase por ello Sociedad Anónima, Sociedad Limitada y Sociedad Comanditaria por acciones) pueden ser consideradas en sus relaciones con otros empresarios como consumidores, aspecto que principalmente ha sido discuti-

do en el plano de la contratación bancaria donde los contratos de adhesión son la fórmula utilizada para los contratos en masa, la respuesta, a nuestro juicio y al de la doctrina mayoritaria, debe ser negativa, privándoles de la protección propia del Derecho del consumo por no cumplir en puridad el principio de ajenidad<sup>59</sup>.

Pese a la respuesta ofrecida, la normativa nacional, en concreto, el artículo 3 TRLGDCU, así como la jurisprudencia<sup>60</sup>, han flexibilizado las condiciones en relación con el concepto de consumidor, permitiendo la entrada de las personas jurídicas y los entes carentes de personalidad. Sin embargo, no parece que esa cobertura se proporcione sin más, es decir, para poder conseguir la protección propia de los consumidores, las personas jurídicas deben cumplir dos requisitos cumulativamente, que han sido repetidos en numerosas ocasiones debido a su gran relevancia, estos son: actuar al margen de una actividad profesional y hacerlo sin ánimo de lucro. Parece que el elemento principal para saber si

---

ámbito de actividades negociales o industriales a fin de perseguir la obtención de beneficios susceptibles de ser partidos entre los socios.

58 FERREIRA FERRAGE, C. “Sociedades de capital... ¿consumidoras o no?”, julio de 2019, *periódico Cinco Días*, recurso electrónico, disponible [en línea]: [https://cincodias.elpais.com/legal/2019/07/31/juridico/1564576922\\_699904.html](https://cincodias.elpais.com/legal/2019/07/31/juridico/1564576922_699904.html) (consultado el 4 de septiembre de 2024)

59 Autores como Cámara Lapuente o Marín López entienden que las sociedades mercantiles, con independencia de la forma que adopten, deben ser consideradas personas jurídicas con ánimo de lucro y, por ende, carentes de la cualidad de sujeto consumidor en el tráfico jurídico, pues los bienes o servicios que adquieren se destinan a una actividad comercial o profesional. Véase MARÍN LÓPEZ, M.J. “La condición de consumidor en los contratos con doble finalidad (personal y empresarial). La STS de 5 de abril de 2017”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 22, 2017, pp. 197-206.

60 No debemos perder de vista que, pese a que la normativa española recoge entre sus líneas a las personas jurídicas como consumidoras, así como a los entes carentes de personalidad, el TJUE sigue abogando por una noción restrictiva de consumidor o usuario, así lo dejó reflejado en su STJUE de 25 de enero de 2018, Sala Tercera, asunto C-498/16 y STJUE de 14 de febrero de 2019, asunto C-630/17. Véase CAAMIÑA DOMÍNGUEZ, C.M. “La noción de consumidor en internet: el asunto C-498/16, Maximilian Schrems y Facebook Ireland Limited”, *Revista Cuadernos de Derecho Transnacional*, marzo 2019, vol. 11, n.º 1, pp. 715 y ss.

es posible considerar a una sociedad como consumidora o no, es el destino del bien o servicio contratado, esto es, que el ámbito objetivo del negocio jurídico sea ajeno a su actividad empresarial<sup>61</sup>.

El propio TS viene poniendo el foco de atención en el destino de la operación y no en las condiciones subjetivas del contratante, lo que resulta de aplicación cuando el adherente es una persona jurídica. A pesar de esa bondad, no parece que el órgano jurisprudencial aparte la vista de las sociedades de capital, en las cuales presupone el ánimo de lucro, recayendo sobre las mismas la carga de probar su condición de consumidora,

donde deberán acreditar que el negocio jurídico concertado se celebró para una finalidad distinta a la empresarial, esto es, que no se celebró en ejecución de su objeto social, por ejemplo, que el bien adquirido no se incorporó al proceso productivo de la empresa; que el préstamo se solicitó para la compra de la vivienda habitual de su socio único; o incluso que la persona jurídica carece de actividad mercantil -supuestos en que su finalidad única es el ahorro<sup>62</sup>. Por consiguiente, solo los contratos celebrados al margen de cualquier actividad o finalidad profesional, cuyo único objetivo sea satisfacer necesidades de consumo privado, les es aplicable el régimen específico de protección del consumidor<sup>63</sup>.

---

61 Así lo ha dispuesto el TS en distintas resoluciones en las que cabe destacar la STS n.º 57/2017, de 30 de enero de 2017, Sala de lo Civil, Rec. 1531/2014, donde dispuso: “Aunque la Audiencia Provincial afirma que una sociedad mercantil, como la actora, puede ser considerada consumidora si actúa para financiarse, ello no tiene respaldo legal. En efecto, tanto conforme al art. 1 de la LGDCU de 1984, bajo cuya vigencia se firmó el primer contrato, como a tenor del art. 3 del TRLGDCU, que ya estaba en vigor cuando se firmó el segundo, las personas jurídicas que actúan en su ámbito profesional o empresarial con ánimo de lucro no tienen la cualidad legal de consumidores. Como la finalidad perseguida con la operación sometida a enjuiciamiento, un préstamo mercantil con garantía hipotecaria era refinanciar la actividad empresarial de una sociedad limitada, de la que se predica legalmente el ánimo de lucro (art. 116 CCom), resulta claro que dicha sociedad, Garaje Santa Inés S.L., no intervino en el contrato como consumidora, por lo que no le resulta aplicable la legislación protectora de dicho tipo de sujetos”.

62 CARBALLO IGLESIAS, R. “Las personas jurídicas y las cláusulas abusivas”, *Blog de derecho(s) de los consumidores*, julio de 2018, Abogacía General, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-los-consumidores/las-personas-juridicas-y-las-clausulas-abusivas/> (consultado el 4 de septiembre de 2024)

63 STS n.º 1594/2023, Sala de lo Civil, Rec. 17108/2020, de 17 de noviembre de 2023. “Por consiguiente, solo a los contratos celebrados fuera e independientemente de cualquier actividad o finalidad profesional, con el único objetivo de satisfacer las propias necesidades de consumo privado de un individuo, les es de aplicación el régimen específico establecido [...] para la protección del consumidor como parte considerada más débil, mientras que esta protección no se justifica en el caso de contratos cuyo objeto consiste en una actividad profesional” (STJUE, 25 de enero de 2018, caso Schrems y Facebook, asunto C-498/16). Debe atenderse a la posición que la persona tiene en el concreto contrato, así como a la naturaleza y finalidad de este, así, una misma persona puede ser calificado como consumidor en el ámbito de unos contratos y no de otros. Lo decisivo es que el contrato se celebre al margen de una actividad empresarial, presente o futura; véase MARÍN LÓPEZ, M.J. “¿Es consumidor el que adquiere un bien o servicio para destinarlo a la actividad empresarial de su hijo?”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, enero 2024, pp. 1-7.

Existen algunas resoluciones jurisprudenciales en las que parece que nuestros órganos judiciales sí reconocen la condición consumidora a una sociedad de capital. Nos referimos a la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Alcobendas (Madrid), n.º 102/2019<sup>64</sup>. En ella se recoge la condición de consumidora de una mercantil cuyo objeto social era la compraventa y alquiler de bienes inmuebles.

Con independencia de esta jurisprudencia, aislada y minoritaria, parece claro que una sociedad mercantil está destinada a desarrollar una actividad comercial o empresarial presidida por el ánimo de lucro, con independencia de cuál haya sido el objeto que hubiera gobernado su actuación, dado que la finalidad perseguida por una sociedad de capital consiste en el desarrollo de una actividad comercial y empresarial<sup>65</sup>. Así lo entendió el TS en su sentencia n.º 26/2020, de 20 de enero, donde denegó la condición de consumidora a una Sociedad Limitada que había suscrito un préstamo con una Sociedad Cooperativa de Crédito (SCC) en el año 2009, cuya finalidad era refinanciar y unificar otras deudas contraídas por la SL<sup>66</sup>.

Es posible que esta decisión jurisprudencial de denegar de manera categórica la condición de consumidor a las sociedades mercantiles, con carácter general, se torne algo injusta para ciertas sociedades que suelen ser pequeñas empresas (PYMES) que albergan negocios familiares, actividades profesionales de muy pocos trabajadores, o incluso sociedades que se constituyen para fines distintos a una actividad comercial continuada. Este tipo de personas jurídicas están en un plano de clara inferioridad respecto a grandes corporaciones. Por ello, al quedar excluidas de la protección del derecho de consumo con base en una cualidad personal objetiva del adherente, puede, en ocasiones, derivar en situaciones de abuso<sup>67</sup>.

Si trasladamos lo expuesto al plano de las sociedades personalistas (esto es, a la sociedad colectiva y sociedad comanditaria simple), cabría también plantearse si estas sociedades pueden ser consideradas o no consumidoras. Al respecto, hemos de afirmar que las sociedades mercantiles, con independencia de la forma que adopten, no tienen vida fuera de la empresa. En efecto, a diferencia de una persona física, que además de comerciante puede ser padre de familia, consumidor, amigo, etc., la persona jurídica no tiene más actividad que la puramente profesional para

---

64 STS n.º 102/2019, Sala de lo Civil, Sección 1, Rec.1304/2017, de 13 de mayo. A sensu contrario, SAP de Toledo, n.º 141/2021, Sección 1, Rec. 678/2018. de 3 de febrero, en esta sentencia la AP no otorga la consideración de consumidora a una sociedad mercantil que compró una vivienda para que residiera su administrador, pues al ser la prestataria una persona jurídica, la financiación se integra en el ámbito de su actividad profesional.

65 ACHÓN BRUÑÉN, M.J. “Supuestos en que las personas físicas con ánimo de lucro, las personas jurídicas y los entes sin personalidad pueden ostentar la consideración de consumidores en contratos de adhesión”, *Revista CEFLegal*, n.º 252, 2022, pp. 13 y ss.; también FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, E. “Las personas jurídicas consumidoras...”, cit., pp. 67 y ss.

66 STS n.º 26/2020, Sala de lo Civil, Rec. 2161/2017, de 20 de enero de 2020.

67 RALUCA STROIE, I. “Por primera vez las PYMES protegidas por una ley de protección a los consumidores independientemente de su ánimo de lucro o su actuación dentro o fuera del ámbito empresarial”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 13, 2015, pp. 41 y ss.

la cual ha sido creada. En pocas palabras: no tiene otra vida que el comercio. A la persona jurídica, como bien queda reflejado en el art 1 CCom, no se le exige que el desempeño de la actividad empresarial lo realice con carácter habitual, como si se requiere a las personas físicas para ser consideradas comerciantes, por el simple hecho de que la persona jurídica nace, se desarrolla y muere para el desempeño de una actividad empresarial o profesional siendo muy difícil desligarla de la misma y por tanto aplicar el principio o criterio de ajenidad<sup>68</sup>.

En conclusión, parece claro que la jurisprudencia, pese a centrar su criterio en el ánimo de lucro, no concibe, con carácter general, a las sociedades mercantiles como consumidoras al no cumplir los requisitos que la normativa de consumo les exige. Bajo nuestro punto de vista, la razón estriba en la imposibilidad de desligar a este tipo de sociedades de la profesionalidad que entraña su actividad empresarial. El principio de ajenidad es el que marca la pauta para que una sociedad mercantil, con independencia de la forma que adopte, pueda ser reconocida o no como consumidora. En todo caso, recae en la persona jurídica la carga de probar que su actuación, en el caso concreto, se ha realizado en un ámbito ajeno a su actividad empresarial o profesional<sup>69</sup>.

## 2.2.- Las fundaciones, asociaciones y sociedades civiles

### 2.2.1. Fundaciones

Como se sabe, las fundaciones son un tipo de persona jurídica sin ánimo de lucro y con fines caritativos, educativos, científicos o culturales. En concreto, el artículo 2.1 de la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones las define como “organizaciones constituidas sin fin de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general”. En cuanto al asunto que aquí nos interesa, esto es, a si pueden revestir o no condición consumidora, los pronunciamientos jurisprudenciales no son unánimes.

En sentido afirmativo, cabe mencionar –por ejemplo– la SAP de Córdoba, n.º 791/2019, que otorga la consideración de consumidora a una fundación que solicitó un préstamo para mejorar sus instalaciones, al considerar en este caso el órgano jurisdiccional que dicha fundación no desarrolla una actividad comercial o empresarial, ni persigue ánimo de lucro, sino que se trata de una entidad dedicada a la atención de ancianos pobres y enfermos, estando afecto su patrimonio a un fin de interés general<sup>70</sup>.

68 MIRANDA SERRANO, L.M. *Denominación social y nombre comercial: funciones y disfunciones*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 1997, pp. 94, 95 y 129.

69 HIDALGO PÉREZ, J. y ESCOLÁ GALLO, A. “Carga de la prueba en pleitos sobre condiciones generales de la contratación: cuestiones prácticas”, *Revista Diario La Ley*, n.º 9685, Sección Tribuna, julio de 2020, pp. 5 y ss.

70 Así lo ha considerado nuestro Alto Tribunal en diferentes sentencias, entre ellas la STS n.º 2016/304, de 17 de febrero de 2016, Sala de lo Civil, donde reconoció a una fundación la condición de consumidora en relación con la contratación de servicios financieros, al entender que dicha contratación no estaba vinculada directamente a su actividad empresarial o profesional. También la SAP de Córdoba, n.º 791/2019, Sección 1, Rec. 929/2019, de 22 de octubre.

En una dirección opuesta, podemos citar la SAP de Burgos, n.º 36/2018, que no concede la consideración de consumidor a la Fundación Hospital San Julián y San Quirce, propietaria de una residencia<sup>71</sup>. Según esta AP, una persona jurídica para ser consumidora necesita carecer de ánimo de lucro y actuar con un propósito ajeno a una actividad comercial e industrial. Y aunque, en su opinión, la fundación participante en el caso enjuiciado cumple el primer requisito de carencia de ánimo de lucro (por tratarse de una fundación), incumple, sin embargo, el segundo, pues al gestionar una residencia no actúa en un ámbito ajeno a una actividad comercial o industrial, dado que presta un servicio, que es el de alojamiento y manutención de los residentes a cambio de un precio o remuneración<sup>72</sup>.

Si del plano jurisprudencial pasamos al dogmático o doctrinal, hemos de dejar constancia de la existencia de una opinión bastante generalizada que no reconoce condición consumidora a las fundaciones cuando el acto que celebran se enmarca dentro de las actividades comerciales o empresariales que realizan de forma habitual, aun con carácter instrumental para el cumplimiento de sus fines benéficos o asistenciales. Y es que en estos casos parece claro que la fundación

no cumple el criterio o principio de ajenidad (actuación al margen de una actividad empresarial o profesional).

## 2.2.2. Asociaciones

Las asociaciones se caracterizan por ser agrupaciones de personas que puede tener la forma de una persona jurídica, sin ánimo de lucro y con un fin común a sus intereses. Como regla general, quedan incluidas dentro de la noción de consumidor siempre que estemos hablando de asociaciones que no sean de profesionales o de empresarios<sup>73</sup>, en cuyo caso no pueden quedar dentro de la protección que brinda el Derecho de los consumidores y usuarios por no cumplirse el criterio de la ajenidad. Por ejemplo, una asociación de cinéfilos en la que sus miembros comentan películas como meros aficionados y por amor al arte del cine revestiría sin problemas condición consumidora<sup>74</sup>. Ahora bien, si esa misma asociación estuviese constituida por críticos o profesionales en la materia que obtienen un beneficio económico por las columnas o críticas que habitualmente escriben acerca de una determinada película, debería quedar fuera de la noción de consumidor o usuario en sentido legal. Esta idea ha sido confirmada por el TS en diferentes pronunciamientos<sup>75</sup>.

71 SAP de Burgos, n.º 36/2018, Sección 3, Rec. 83/2018, de 31 de julio.

72 ACHÓN BRUÑÉN, M.J. “Supuestos en que...”, *cit.*, pp. 19 y ss.

73 CAVANILLAS MÚGICA, S. “El Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias”, *Revista Aranzadi Civil*, n.º 1, 2008, p. 20.

74 También se consideraría consumidora la asociación de personas con autismo que vende papeletas para un sorteo, cuyo premio es un estupendo jamón serrano: MARÍN LÓPEZ, M.J. “El nuevo concepto...”, *cit.*, pp. 13 y ss.

75 Caso, por ejemplo, de la STS n.º 232/2021, Sala de lo Civil, Rec. 1619/2018, de 29 de abril de 2021. En ella el Alto Tribunal considera que es consumidora una asociación deportiva sin ánimo de lucro a la que se le concedió un préstamo hipotecario para la reforma de sus instalaciones, por ser ajena la operación a una actividad profesional o empresarial, al encontrarse dentro de sus finalidades no lucrativas el mantenimiento de sus propiedades.



Sin perjuicio de que a las asociaciones se les reconoce, con carácter general, la condición de consumidoras, también encontramos algunos pronunciamientos jurisprudenciales donde se les deniega tal condición. Así lo refleja, por ejemplo, la SAP de Pontevedra n.º 29/2018<sup>76</sup>, donde no se otorga la consideración de consumidora a la Asociación Club Financiero, dado que queda acreditado en juicio, además de desprenderse de sus estatutos, que realiza actividades para los no socios, como la organización de eventos, congresos, cursos, etc., por las que cobra una contraprestación, por lo cual está introduciendo en el mercado servicios a cambio de un precio y ejerciendo de esta forma una actividad empresarial o profesional por la que obtiene un ánimo de lucro, elementos clave —a juicio del órgano jurisdiccional— para denegar la condición de consumidora a una persona jurídica.

Parece que las asociaciones deben cumplir los mismos requisitos que se exigen a una sociedad para que pueda estar incardinada en la protección del Derecho del consumo. Ahora bien, ¿significa esto que no pueden ejercer actividad alguna que suponga la obtención de un rédito económico? El requisito de no perseguir fines de lucro propio de la asociación no impide que pueda realizar actividades económicas, al menos así lo entiende la doctrina mayoritaria, pues no parece sostenible que se exija a esta persona jurídica, para obtener la protección como consumidora, que emplee los bienes o servicios solo en beneficio de sus asociados, pues sin desplegar actividad empresarial organizada ni tener ánimo de lucro, el hecho de

que su actividad beneficie a terceros no debe alterar el cumplimiento de estos requisitos<sup>77</sup>.

En resumen, la condición para considerar consumidora siempre y en todo caso a las asociaciones es que las actividades que desarrollen estén relacionadas con su fin social y sean necesarias para cumplir con sus finalidades asociativas. Los ingresos que obtenga por la actividad desempeñada deben estar destinados al cumplimiento de los fines establecidos en los estatutos de la asociación. No pueden ser repartidos entre los socios ni empleados para el desempeño de una actividad económica o empresarial.

### 2.2.3. Sociedades civiles

Las sociedades con objeto y forma civil, o sociedades civiles puras, son sujetos de derechos y obligaciones en el tráfico jurídico civil. Válidamente constituidas actúan en el tráfico con personalidad jurídica propia e independiente de los socios. La válida constitución de estas sociedades no exige inscripción en ningún registro jurídico, es decir, nacen a la vida jurídica sin que dicha inscripción sea requisito sine qua non, a diferencia de lo que ocurre con las sociedades mercantiles de capital, como las sociedades anónimas y limitadas. Caben sociedades con objeto y forma civiles o puras, y sociedades con objeto civil y forma mercantil o mixtas (como las colectivas o comanditarias, pero en ningún caso las anónimas, limitadas y comanditarias por acciones que siempre serán mercantiles, cualquiera que sea su objeto)<sup>78</sup>.

76 SAP de Pontevedra, n.º 29/2018, Sección 6, de 23 de marzo de 2018

77 MARÍN LÓPEZ, M.J. “El nuevo concepto...”, *cit.*, pp. 14 y ss

78 BLOG REGISTRADORES DE ESPAÑA, “La inscripción en el Registro Mercantil de las sociedades civiles con forma civil: una cuestión de seguridad jurídica”, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://blog.registradores.org/-/la-inscripci%C3%B3n-en-el-registro-mercantil-de-las-sociedades-civiles-con-forma-civil-una-cuesti%C3%B3n-de-se>

Una sociedad civil se basa en un contrato de carácter privado en el que participan dos personas o más (no caben las sociedades civiles unipersonales), que pretenden llevar a cabo de manera conjunta una determinada actividad, normalmente, con ánimo de lucro. Por tanto, podemos comprobar de base que las sociedades civiles puras, esto es, aquellas donde sus integrantes se comprometen a poner en común bienes, dinero o industria, con el ánimo de partir entre sí las ganancias, no pueden ser amparadas por la normativa protectora de los consumidores y usuarios, porque al igual que ocurre con las sociedades de capital o las sociedades personalistas (en suma, con las sociedades mercantiles), no cumplen los requisitos que el artículo 3 TRLGDCU impone a las personas jurídicas para que puedan ser consideradas consumidoras.

### 2.3.- Las sociedades cooperativas

La cooperativa es una sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales<sup>79</sup>. En principio, parece claro que, al desarrollar actividades empresariales, estas sociedades no pueden quedar bajo el amparo de la normativa protectora de los consumidores

y usuarios. Ahora bien, hemos de diferenciar entre aquellas cooperativas que actúan como proveedoras de bienes y servicios, de aquellas otras que los adquieren o contratan para sí. Veamos: 1º.- Cuando la cooperativa comercializa bienes o servicios bien con sus socios, bien con terceros, parece que no puede quedar encuadrada en la normativa protectora de los consumidores y usuarios, y así lo entiende la doctrina mayoritaria<sup>80</sup>. 2º.- Cuando la cooperativa adquiere los bienes o contrata los servicios de otros empresarios para emplearlos en su actividad, también parece descartarse la posibilidad de que adquiera la condición de persona consumidora, pues lo más habitual es que emplee tales bienes o servicios en una actividad empresarial o profesional.

Pese lo expuesto, se debe valorar caso por caso, pues existen algunos pronunciamientos jurisprudenciales favorables a conceder condición consumidora a ciertas cooperativas. Este es el caso, por ejemplo, de la Sentencia del Juzgado de lo Mercantil número 3 de Madrid, n.º 187/2016<sup>81</sup>. En ella se analiza si los socios cooperativistas que forman parte de una cooperativa de viviendas deben tener o no la condición de consumidores y, en consecuencia, si gozan de los mismos derechos de protección y transparencia que los consumidores finales, respondiendo el órgano jurisdiccional afirmativamente a esta cuestión<sup>82</sup>.

---

guridad-jur%C3%ADdica#: -:text=Las%20sociedades%20con%20objeto%20y,e%20independiente%20de%20los%20socios  
79 MIRANDA SERRANO, L.M. “Las sociedades mutualistas y las instituciones de inversión y financiación colectiva”, en *Lecciones de Derecho Mercantil* (Coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. y DÍAZ MORENO, A.), Ed. Tecnos, Madrid, 2021, pp. 373-415.

80 FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, E. “Las personas jurídicas consumidoras...”, *cit.*, pp. 68 y ss.

81 Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 3 de Madrid, n.º 187/2016, de 13 de octubre de 2016. Sin embargo, la STS n.º 4496/2013, Sala de lo Civil, Rec. 281/2013, de 24 de septiembre, rechaza la condición consumidora a una cooperativa de viviendas.

82 En concreto, en esta sentencia se afirma (acertadamente, a nuestro juicio) lo siguiente: “la condición de socios de los actores no constituye su actividad empresarial, pues la sociedad de la que forman parte se trata

Otro de los supuestos que debemos tener en cuenta dentro de esta figura jurídica son las conocidas como Cooperativas de consumo que, son aquellas que tienen por objeto procurar, en las mejores condiciones de calidad, información y precio, bienes y servicio para el consumo, uso y disfrute de sus socios, así como llevar a cabo la defensa, información y promoción de los derechos de las personas consumidoras. En esta modalidad de cooperativa, la persona socia suele poseer la condición de un consumidor o usuario, la cual decide llevar a cabo la unión de un conjunto de personas cuyo fin es realizar una determinada actividad económica, que permita suministrar bienes y servicios a sus socios, así como de quien con ellos convivan<sup>83</sup>.

Al respecto, cabe destacar la SAP de Sevilla n.º 322/2020, de 18 de diciembre, donde se declara consumidores a los socios de una sociedad cooperativa cuyo fin residía en la promoción de un conjunto de viviendas ante la nulidad de la cláusula suelo estipulada en el contrato de préstamo hipotecario que había suscrito con una entidad financiera. El órgano judicial dispone que “los so-

cios de una cooperativa no son profesionales o empresarios, son consumidores que se integran en una sociedad sin ánimo de lucro, para acceder a la propiedad de una vivienda en las mejores condiciones económicas y de calidad que les permiten sus recursos económicos, adquiriendo la vivienda a un menor coste que a través de otro tipo de promociones inmobiliarias (...). Siendo el destino final perseguido por los prestatarios lo que determina la condición o no de consumidores”<sup>84</sup>.

Más dudas puede generar considerar que pueden ser socios de este tipo de cooperativas y, además, consumidores, las personas jurídicas. No obstante, podrían serlo si se adquiere por su parte la condición de consumidores finales, es decir, sin intención de repartir los beneficios obtenidos o reinvertirlos en la actividad económica o empresarial que desarrollen. Para que la cooperativa de consumo pueda quedar englobada dentro del Derecho del consumo se requiere que actúe sin ánimo de lucro, entendiendo que su finalidad no es la obtención del máximo beneficio económico de su actividad, sino la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios de sus socios.

---

de una sociedad cooperativa de viviendas, que tiene por objeto satisfacer las necesidades de vivienda de los socios. Los cooperativistas, que tienen sus propias actividades laborales o profesionales, se asocian entre sí a fin de llegar a adquirir una vivienda para uso privativo en unas determinadas condiciones. Así, por una parte, la actividad de la cooperativa no supone la actividad empresarial de los cooperativistas, que tienen sus propias ocupaciones, y por otra, la vivienda que adquieren no se integra en sistema productivo alguno, ya que los cooperativistas son los destinatarios finales de las viviendas. En consecuencia, los demandantes tienen la condición de consumidores”.

83 BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. no considera consumidoras a las cooperativas de consumidores por entender que realizan una actividad de comercialización dentro del mercado en tanto que no sólo proveen de bienes a sus asociados sino a terceros ajenos y siempre mediante contraprestación económica: “El concepto de consumidor”, en AZPARREN LUCAS, A. (Dir.), *Hacia un código del consumidor*, 2006, pp. 19-37.

84 SAP de Sevilla, n.º 322/2020, Sección 5, de 18 de diciembre de 2020 (no publicada). Véase también la STS n.º 597/2023, Sala de lo Civil, Rec. 1036/2019, de 18 de abril de 2023

Es el destino final perseguido lo que determina la condición o no de consumidores<sup>85</sup>.

En suma, cabe concluir, sin perjuicio de lo anterior, que las cooperativas deben quedar fuera del seno de la normativa consumidora, debido a que, por su propia definición, se constituyen para la realización de una actividad empresarial o comercial que va encaminada a satisfacer las necesidades económicas y sociales de sus socios no cumpliendo los requisitos exigidos a las personas jurídicas para poder adquirir la condición de consumidor o usuario: actuar sin ánimo de lucro y al margen de una actividad empresarial o profesional (principio de ajenidad).

#### IV. LOS ENTES SIN PERSONALIDAD COMO CONSUMIDORES: EN ESPECIAL, LAS COMUNIDADES DE PROPIETARIOS

Como expusimos *supra*, otra de las novedades introducidas expresamente por la reforma acometida por la Ley 3/2014 en el TRLGDCU consistió en incorporar los entes carentes de personalidad jurídica a la noción legal de consumidor, cumpliendo de esta forma con una tradición doctrinal y jurisprudencia ya consolidada en nuestro Derecho<sup>86</sup>. Y es que, ciertamente, con anterioridad a esta modificación del TRLGDCU, nuestro TS ya había reconocido condición consumidora a las comunidades de propietarios (caso, por ejemplo, de la STS de 14 de septiembre de 1996<sup>87</sup>), aun no

existiendo norma alguna que incluyese a los entes sin personalidad en la noción de consumidor siempre que cumpliesen determinadas exigencias.

Según establece el artículo 3.1 TRLGDCU, los entes carentes de personalidad jurídica, al igual que las personas jurídicas, para ser considerados consumidores deben cumplir los dos requisitos esenciales reiterados a lo largo de estas páginas, por tratarse de exigencias imprescindibles: actuar sin ánimo de lucro y hacerlo al margen de una actividad empresarial o profesional. Al respecto, hemos de apuntar que, desde nuestra forma de interpretar la norma, el verdadero requisito no es la carencia de ánimo de lucro, sino la actuación al margen de una actividad empresarial o profesional. No es necesario insistir más en esto pues de ello nos ocupamos más arriba con el detenimiento necesario.

Entre los entes sin personalidad jurídica que pueden considerarse consumidores se encuentran las comunidades de propietarios en régimen de propiedad horizontal o las comunidades hereditarias<sup>88</sup>. No van a merecer, sin embargo, la consideración de consumidores los empresarios que operan en el mercado en régimen de comunidad de bienes y adquieren bienes o contratan servicios relacionados directa o indirectamente con la actividad de mercado de la que son protagonistas. Y es que parece claro que si la comunidad de bienes está vinculada a una actividad mercantil o empresarial no podrá adquirir nunca condición

85 DURÁN ALONSO, S. “Las cooperativas de vivienda: consideración del socio cooperativista como consumidor”, *Revista de Derecho Civil*, vol. VIII, n.º 3, julio-septiembre 2021, pp. 273-276.

86 CÁMARA LAPUENTE, S. “El concepto legal de...”, cit., pp. 97 y ss.

87 STS n.º 90/96, Sala de lo Civil, Rec. 3762/1992, de 14 de septiembre de 1996

88 CÁMARA LAPUENTE, S. “Artículo 3...”, cit., pp. 154 y ss. Véase VELA TORRES, P. J.

“Consideración de las comunidades de propietarios como consumidores”, *Revista Diario la Ley*, n.º 9892, Sección Comentarios de Jurisprudencia, 15 de julio de 2021, pp. 1-4.

consumidora. Por el contrario, sí son consumidores las comunidades de propietarios cuando contratan un seguro en relación con los elementos comunes o privativos de la comunidad, o los servicios de un fontanero para que arregle una avería de una zona común de un edificio<sup>89</sup>.

El hecho de que las comunidades de propietarios carezcan de personalidad jurídica les ha acarreado a lo largo del tiempo ciertos problemas, por ejemplo, en caso de que la comunidad tuviera que contratar algún servicio (como el de mantenimiento de ascensores<sup>90</sup>). En casos como este, la comunidad podía encontrarse en situación de desigualdad respecto del empresario con el que contrata, pues no debemos olvidar que, al carecer de personalidad jurídica, es representada por un presidente que en la mayoría de los casos es una persona lega en derecho. En parte, esto explica que nuestro TS haya venido sosteniendo, desde hace ya algún tiempo, la aplicación de la normativa de consumidores a las comunidades de

propietarios en régimen de propiedad horizontal, con independencia de que cuenten con el asesoramiento de un administrador de fincas (experto en derecho), en relación con los contratos propios de su tráfico jurídico. En esta dirección cabe citar, entre otras resoluciones, la STS n.º 201/2021, que confiere la condición de consumidor a una comunidad de propietarios en un caso de contratación de arrendamiento de servicios de conserjería<sup>91</sup>. Otra resolución judicial relevante en este ámbito es la STS n.º 469/2019, de 17 de septiembre de 2019<sup>92</sup>. En ella se pone fin al litigio surgido entre una comunidad de propietarios y la empresa con la que contrató el mantenimiento de los ascensores instalados en el edificio donde se constituye la comunidad. La cuestión fundamental objeto de debate se centra en si el plazo de duración de cinco años del contrato constituye, o no, un plazo de duración excesiva, entendiendo el TS que dichas cláusulas son nulas por ser un plazo abusivo de conformidad con la normativa de consumo<sup>93</sup>.

89 MARÍN LÓPEZ, M.J. “El nuevo concepto...”, *cit.*, p. 15.

90 Informe sobre el funcionamiento del mercado de mantenimiento de ascensores en España, emitido por la Comisión Nacional de la Competencia, septiembre de 2011, recurso electrónico, disponible [en línea]: [https://www.cnmc.es/sites/default/files/1186008\\_7.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/1186008_7.pdf) (consultado el 18 de julio de 2024)

91 STS n.º 201/2021, Sala de lo Civil, Rec. 2111/2018, de 13 de abril. Fue, precisamente, la demanda interpuesta por esta mercantil contra la comunidad de propietarios, la que dio origen a esta causa. La comunidad de propietarios de Madrid había contratado a ASG10, S.L. en 2007 para que gestionara su servicio de portería. Mediante acuerdo, pactaron un contrato por un año que se renovaría anualmente, a no ser que alguna de las partes lo denunciara con un mes de antelación al vencimiento. El contrato contenía la siguiente cláusula: “si el contrato se extinguía, la comunidad de propietarios no podría contratar en los años siguientes a ningún trabajador de la empresa de portería”. ACHÓN BRUÑÉN, M.J. “Supuestos en que...”, *cit.*, pp. 22 y ss.

92 STS n.º 469/2019, Sala de lo Civil, Rec. 3743/2016, de 17 de septiembre de 2019.

93 ANGUITA VILLANUEVA, L. “Cinco años es considerado un plazo de duración excesiva en los contratos de prestación de servicios de tracto sucesivo, en este caso, el de mantenimiento de ascensores. El derecho de consumo como elemento tuitivo de la competencia”, *Comentario de la Sentencia del Tribunal Supremo de 17 de septiembre de 2019 (469/2019)*, BOE, pp. 116 a 127. Véase también SEMPERE NAVARRO, A. “Los contratos para mantenimiento de ascensores (a propósito de la STS-CIV 469/2019)”, *Revista Aranzadi Doctrinal*, n.º 11, 2019, pp. 1-10.

## V. LA PERSONA JURÍDICA Y LAS FIGURAS DEL CONSUMIDOR MIXTO Y VULNERABLE

Con la expresión “consumidor mixto” se alude a quien adquiere un bien o contrata un servicio con una doble finalidad, empresarial y/o profesional, por un lado, y privada o doméstica, por otro. Parece del todo desafortunado el uso del término consumidor mixto, por la simple razón de que o se es consumidor o se es empresario y/o profesional, del mismo modo, por ejemplo, que se es casado o soltero. En todo caso, se emplea este término para aludir al sujeto que celebra actos mixtos o con doble finalidad, así denominados por ser en parte actos de consumo y en parte actos de comercio<sup>94</sup>.

Al ser este un concepto no abordado ni por el Derecho comunitario ni por el español, han sido los tribunales de justicia (con el auxilio de la doctrina) los que han estudiado el asunto, aunque no sin cierta dificultad. La jurisprudencia, eminentemente comunitaria, ha barajado diferentes soluciones. La primera consiste en calificar al sujeto como consumidor siempre y en todo caso, con independencia de que parte de la finalidad del acto sea de consumo (solución *in dubio pro consumatore*). La segunda, situada en el otro extremo, estriba en excluir de la normativa protec-

tora al consumidor mixto, alegando su condición de empresario. La tercera deriva de la aplicación del criterio de la marginalidad de la finalidad empresarial o profesional, adoptada en un inicio por el TJUE y seguida por los tribunales nacionales, en especial por el TS. Según este criterio, el sujeto merece ser protegido como consumidor si el destino del bien o servicio a una actividad profesional es mínimo o marginal. La última solución dimana de aplicar el criterio del objeto preponderante, que considera al sujeto como consumidor cuando el destino principal del bien es ajeno a una actividad empresarial o profesional<sup>95</sup>.

El TJUE, en sus últimos pronunciamientos sobre esta materia (por ejemplo, en su Sentencia de 25 de enero de 2018, caso Facebook<sup>96</sup> o, con mayor claridad, en su Sentencia de 8 de junio de 2023, caso Notion Consummateur<sup>97</sup>), parece acoger la última de las soluciones expuestas derivada del criterio del objeto o finalidad preponderante, disipando (al fin) las dudas acerca del criterio aplicable al consumidor mixto<sup>98</sup>. Acorde con esta solución, el sujeto será considerado consumidor si el destino principal del bien o servicio contratado es ajeno a una actividad empresarial o profesional, prevaleciendo el destino privado o doméstico del bien o servicio.

94 LEALTIS ABOGADOS, “La figura del consumidor en los contratos mixtos”, recurso electrónico disponible [en línea]: <https://www.lealtadis.es/figura-del-consumidor-en-contratos-mixtos/> (consultado el 16 de junio de 2024); véase también DIÉGUEZ AGUILERA, L. “Sobre la condición de consumidor mixto y su prueba a propósito de la STS 43/2022 y otras resoluciones judiciales”, *Diario La Ley*, n.º 10116, 2022, pp. 1-29.

95 GONZALEZ JIMÉNEZ, P.M. “La condición de consumidor...”, *cit.*, pp. 7 y ss.; REYES LÓPEZ, M. “La evolución...”, *cit.*, pp. 3237 y ss.; MARÍN LÓPEZ, M.J. “La condición de consumidor...”, *cit.*, p. 203

96 STJUE, de 25 de enero de 2018, Sala Tercera, asunto C-498/16 (caso Facebook)

97 STJUE, de 8 de junio de 2023, Sala Primera, asunto C-50/21 (caso Notion Consummateur)

98 CÁMARA LAPUENTE, S. “Artículo 3...”, *cit.*, pp. 135 y ss.

No cabe duda de que el concepto de consumidor mixto es aplicable a las personas físicas, pues las mismas desempeñan con gran facilidad actividades relacionadas tanto con su ámbito profesional como personal. No obstante, surge la duda de si dentro del concepto de consumidor mixto podemos englobar también a las personas jurídicas, de la misma forma que hace el art. 3.1 TRLGDCU cuando define a los consumidores y usuarios. Siguiendo los criterios fijados por la jurisprudencia, parece que la persona jurídica no será reconocida como consumidor mixto si el destino principal del bien o servicio contratado va dirigido principalmente al desarrollo de su actividad empresarial o profesional. Así lo ha entendido la jurisprudencia, en concreto el TS en su Sentencia de 20 de enero de 2020<sup>99</sup>, donde ha fijado que la figura del contrato con doble finalidad tiene cabida cuando se trata de adherente persona física, pero no cuando se trata de una sociedad mercantil con ánimo de lucro<sup>100</sup>.

Para concluir, hemos de mencionar una figura incorporada recientemente al artículo 3 TRLGDCU por el Real Decreto-Ley 1/2021<sup>101</sup>. Nos referimos al concepto de consumidor vulnerable. Se trata de una noción programática y dinámica, en el sentido de que requiere evaluación en cada relación concreta<sup>102</sup>. De conformidad con ella, revisten dicha condición las personas físicas que, por sus circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad<sup>103</sup>. De la simple lectura del artículo 3.2 TRLGDCU, que contiene un concepto genérico de consumidor vulnerable, se desprende que solo pueden ser consumidores vulnerables las personas físicas, no las personas jurídicas, ni los entes carentes de personalidad<sup>104</sup>.

99 STS n.º 26/2020, Sala de lo Civil, Rec. 2161/2017, de 20 de enero de 2020

100 Especial relevancia tiene la SAP de Alicante de 18 de diciembre de 2008, donde deniega la consideración de consumidor a una entidad mercantil que había obtenido un vehículo destinado a un uso mixto o con doble finalidad.

101 Real Decreto Ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, BOE, núm. 17, de 20 de enero de 2021 (Disposición Derogada).

102 Es dinámico porque una persona puede ser considerada vulnerable en un determinado ámbito de consumo, pero no en otros. Además, esa condición de vulnerabilidad podrá variar a lo largo del tiempo según puedan hacerlo las condiciones que la determinan, tanto las de tipo personal como las sociales o de contexto. Por eso, cualquier persona puede ser vulnerable en algún momento de su vida. Véase MARÍN LÓPEZ, M.J. “El concepto de consumidor vulnerable en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 37, 2021, pp. 114 y ss.

103 REYES LÓPEZ, M.J. “La evolución...”, *cit.*, pp. 3250 y ss.

104 Llama la atención que la Directiva 2019/770 relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, no recoja la figura del consumidor vulnerable dentro de su articulado. Antes bien, fue la Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, la que introdujo la cuestión de la vulnerabilidad de los consumidores en el ordenamiento jurídico español. Especialmente, hizo hincapié en la influencia indebida que pudiera ejercerse sobre los consumidores cuya voluntad no estuviera totalmente formada. CARRASCO PERERA, Á: “Desarrollos

## VI. CONSIDERACIONES FINALES

España, al igual que otros ordenamientos jurídicos, aplica las normas protectoras de los consumidores y usuarios a las personas jurídicas y entes carentes de personalidad. Con ello el legislador nacional hace uso del margen de discrecionalidad que al respecto le reconoce el Derecho de la Unión Europea. No obstante, según dispone expresamente el Derecho vigente, para que las personas jurídicas y los entes carentes de personalidad puedan ser protegidos por las normas de consumo deben cumplir de manera ineludible dos premisas: actuar sin ánimo de lucro y hacerlo fuera de un ámbito empresarial o profesional.

Ahora bien, aunque el TS se ha centrado en buena parte de sus resoluciones en el ánimo de lucro como elemento negador de la condición de consumidor a la persona jurídica, no somos partidarios de entender que, en rigor —y pese a la literalidad del art. 3 TRLGDCU—, haya de ser este el criterio a emplear. De hecho, existen personas jurídicas, como las fundaciones, que, pese a actuar sin ánimo de lucro, no dejan de ser empresas dedicadas a una actividad empresarial o profesional. Razón por la cual no se hacen acreedoras de condición consumidora.

Por consiguiente, todo apunta a que es el criterio de la ajenidad (actuación al margen de una actividad de carácter empresarial, comercial o profesional) el decisivo con vistas a determinar qué personas jurídicas y en qué casos pueden actuar en condición consumidora. En este sentido, hoy parece aceptarse cada vez de forma más amplia que las sociedades mercantiles pueden tener

o no ánimo de lucro. No obstante, el impedimento para reconocerles condición consumidora radica en que toda la actividad que llevan a cabo desde que se constituyen (nacen) hasta que se disuelven (mueren) reviste carácter profesional o empresarial, dado que no tienen vida fuera del comercio o la industria.

## VII. BIBLIOGRAFÍA

ACEDO PENCO, A. “La noción de consumidor y su tratamiento en el derecho comunitario, estatal y autonómico. Breve referencia al concepto de consumidor en el derecho extremeño”, *Anuario de la Facultad de Derecho de Extremadura*, n.º 18, 2000, pp. 299-340.

ACHÓN BRUÑÉN, M.J. “Supuestos en que las personas físicas con ánimo de lucro, las personas jurídicas y los entes sin personalidad pueden ostentar la consideración de consumidores en contratos de adhesión”, *Revista CEFLegal*, n.º 252, 2022, pp. 5-38.

ANGUITA VILLANUEVA, L. “Cinco años es considerado un plazo de duración excesiva en los contratos de prestación de servicios de tracto sucesivo, en este caso, el de mantenimiento de ascensores. El derecho de consumo como elemento tuitivo de la competencia”, *Comentario de la Sentencia del Tribunal Supremo de 17 de septiembre de 2019 (469/2019)*, BOE, pp. 116 a 127.

AZNAR DOMINGO, A. “Directiva 2011/83/UE, legislación europea para la protección de consumidores”, recurso electrónico, disponible [en

---

futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de Derechos de los Consumidores”, en AA. VV, CÁMARA LAPUENTE, S (Dir.), *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, Ed. Thomson Reuters Civitas, Navarra, Cizur Menor, 2012, *passim*.



línea]: <http://docencia.aznar-abogados.com/modules.php?name=News&file=print&sid=409>

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. “La protección de los consumidores, la Constitución Española y el Derecho mercantil”, en *Lecturas sobre la Constitución Española*, (coord. Fernández Rodríguez, T.) tomo II, 1978, Universidad Nacional a Distancia (Madrid), pp. 9-37.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. “El concepto de consumidor”, en AZPARREN LUCAS, A. (DIR.), *Hacia un código del consumidor*, 2006, pp. 19-37.

BLOG CEFLEGAL, “La consideración legal como consumidor de una persona jurídica a la luz de la jurisprudencia comunitaria”, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.civil-mercantil.com/concepto-consumidor-evolucion-legal-jurisprudencia-comunitaria.html>

BLOG REGISTRADORES DE ESPAÑA, “La inscripción en el Registro Mercantil de las sociedades civiles con forma civil: una cuestión de seguridad jurídica”, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://blog.registradores.org/-/la-inscripcion-en-el-registro-mercantil-de-las-sociedades-civiles-con-forma-civil-una-cuestion-de-seguridad-juridica#:~:text=Las%20sociedades%20con%20objeto%20y,e%20independiente%20de%20los%20socios.>

BUENOSVINOS GONZÁLEZ, H. “La protección contractual del consumidor: la delimitación del concepto de consumidor y sus efectos en el derecho contractual”, *Revista Actualidad Jurídica Iberoamericana*, n.º 16, febrero 2022, pp. 748-779.

CAAMIÑA DOMÍNGUEZ, C.M. “La noción de consumidor en internet: el asunto C- 498/16, Maximilian Schrems y Facebook Ireland Limited”, *Revista Cuadernos de Derecho Transnacional*, marzo 2019, vol. 11, n.º 1, pp. 711-721.

CÁMARA LAPUENTE, S. “Artículo 3. Conceptos de consumidor y usuario y de persona consumidora vulnerable”, en AA.VV. (Dir. ZUMAQUERO GIL y CAÑIZARES LASO) en *Comentarios a las Normas de Protección de los Consumidores. Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Vol. 1, Tomo 1, 2022, pp. 103-158.

CÁMARA LAPUENTE, S. “El concepto legal de consumidor en el derecho privado europeo y en el derecho español: aspectos controvertidos o no resueltos”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 3, n.º 1, marzo de 2011, pp. 84-117.

CÁMARA LAPUENTE, S., “Comentario del artículo 3”, en AA.VV. (Dir. CÁMARA LAPUENTE), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Ed. Colex, 2011, pp. 103-154.

CARBALLO IGLESIAS, R. “Las personas jurídicas y las cláusulas abusivas”, *Blog de derecho(s) de los consumidores*, julio de 2018, Abogacía General, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-los-consumidores/las-personas-juridicas-y-las-clausulas-abusivas/>

CARRASCO PERERA, Á: “Desarrollos futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de Derechos de los Consumidores”, en AA.VV.: *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, CÁMARA LAPUENTE, S (Dir.), Thomson Reuters Civitas, Cizur Menor, 2012.

CAVANILLAS MÚGICA, S. “El Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias», *Aranzadi Civil*, n.º 1, 2008, pp. 15-48

DIÉGUEZ AGUILERA, L. “El consumidor vulnerable: en especial, la vulnerabilidad de las personas mayores ante la acusada digitalización del mercado financiero”, *Revista Diario La Ley*, n.º 10223, 2023, p. 1-31.

DIÉGUEZ AGUILERA, L. “Sobre la condición de consumidor mixto y su prueba a propósito de la STS 43/2022 y otras resoluciones judiciales”, *Revista Diario La Ley*, n.º 10116, 2022, pp. 1-29.

DURÁN ALONSO, S. “Las cooperativas de vivienda: consideración del socio cooperativista como consumidor”, *Revista de Derecho Civil*, vol. VIII, n.º 3, julio- septiembre 2021, pp. 273-276.

FERNÁNDEZ DEL POZO, L. “Sociedades de capital sin ánimo de lucro. Acerca de la doctrina sobre la irrelevancia causal del ánimo de lucro en el contrato de sociedad de capital”, *Revista Almacén del Derecho*, enero 2024, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://almacenederecho.org/sociedades-de-capital-sin-animo-de-lucro>

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, E. “Las personas jurídicas consumidoras. El caso de las cooperativas de consumidores y usuarios”, *Revista Deusto Estudios Cooperativos*, n.º 11, 2018, pp. 57-73.

FERREIRA FERRAGE, C. “Sociedades de capital... ¿consumidoras o no?”, julio de 2019, *periódico Cinco Días*, recurso electrónico, disponible [en línea]: [https://cincodias.elpais.com/legal/2019/07/31/juridico/1564576922\\_699904.html](https://cincodias.elpais.com/legal/2019/07/31/juridico/1564576922_699904.html)

GALLEGO BURIN, M. “Los fundamentos históricos del derecho de consumo”, *Revista Ius et Praxis*, n.º 1, 2021, pp. 37-56.

GONZÁLEZ CARRASCO, M.C. “Incidencia en el derecho contractual de la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 1, 2012, pp. 29-44.

GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.M. “La condición de consumidor en los contratos mixtos o con doble finalidad ¿Una cuestión ya resuelta tras la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 8 de junio de 2023, en el asunto YYY?”, *Revista de derecho mercantil*, n.º 331, 2024, pp. 1-30.

GONZÁLEZ VAQUÉ, L. “La noción de consumidor medio según la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas”, *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, n.º 17, enero-abril 2004, pp. 47-81.

HIDALGO PÉREZ, J. y ESCOLÁ GALLO, A. “Carga de la prueba en pleitos sobre condiciones generales de la contratación: cuestiones prácticas”, *Revista Diario La Ley*, n.º 9685, Sección Tribuna, julio de 2020, pp. 1-10.

LASARTE ÁLVAREZ, C., “Capítulo 3: Noción de Consumidor”, *Manual sobre Protección de consumidores y usuarios*, en colaboración con JUÁREZ TORREJÓN, A., Ed. Dykinson, Madrid, 2023, pp. 54-72.

LEALTIS ABOGADOS, “La figura del consumidor en los contratos mixtos”, recurso electrónico disponible [en línea]: <https://www.lealtadis.es/figura-del-consumidor-en-contratos-mixtos/>

LLÁCER MATA CÁS, M.<sup>a</sup> R. “El concepto de consumidor. Notas en torno al art. 9 del Código Europeo de los Contratos”, *Revista Galega de Administración Pública*, n.º 33, abril 2003, pp. 139-149.

LÓPEZ MAZA, S. “¿Puede un consumidor tener ánimo de lucro?”, *Blog de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Madrid*, junio de 2018, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://www.blog.fder.uam.es/2018/06/06/puede-un-consumidor-tener-animo-de-lucro-sebastian-lopez-maza/>

MARÍN LÓPEZ, M.J. “La condición de consumidor en los contratos con doble finalidad (personal y empresarial). La STS de 5 de abril de 2017”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 22, 2017, pp. 197-206.

MARÍN LÓPEZ, M.J. “El concepto de consumidor vulnerable en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 37, 2021, pp. 110-120.

MARÍN LÓPEZ, M.J. “Sobre el concepto de consumidor vulnerable en la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios”, *Blog Hay Derecho*, recurso electrónico disponible [en línea]: <https://www.hayderecho.com/2021/02/01/sobre-el-concepto-de-consumidor-vulnerable-en-la-ley-general-para-la-defensa-de-los-consumidores-y-usuarios/>

MARÍN LÓPEZ, M.J. “¿Es consumidor el que adquiere un bien o servicio para destinarlo a la actividad empresarial de su hijo?”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, enero 2024, pp. 1-7.

MARÍN LÓPEZ, M.J. “El nuevo concepto de consumidor y empresario tras la Ley 3/2014, de refor-

ma del TRLGDCU”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 9, 2014, pp. 9-16.

MIRANDA SERRANO, L.M. *Denominación social y nombre comercial: funciones y disfunciones*, Ed. Marcial Pons, Madrid, 1997, pp. 9-405

MIRANDA SERRANO, L.M. *Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles. Su caracterización en el Derecho español*, Ed. Marcial Pons, Madrid- Barcelona, 2001.

MIRANDA SERRANO, L.M. “La protección de los consumidores en la contratación: aspectos generales”, en MIRANDA SERRANO, VELA TORRES y PRÍES PICARDO, *La contratación mercantil. Disposiciones generales. Protección de los consumidores*, tomo XXX del Tratado de Derecho Mercantil (Dir. OLIVENCIA RUIZ y otros), Marcial Pons, 2006, pp. 179-221.

MIRANDA SERRANO, L. M. “La Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación para Europa de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles”, en *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, n.º 11, 2012, pp. 77-133.

MIRANDA SERRANO, L.M. “La interpretación del contrato mercantil: de las viejas reglas decimonónicas a las recientes propuestas de modernización”, en *Revista de Derecho Mercantil*, n.º 304, 2017, pp. 47 y ss.

MIRANDA SERRANO, L.M., “La determinación de la naturaleza jurídica de los servicios que prestan las plataformas digitales en la economía colaborativa”, *Revista La Ley Mercantil*, n.º 50, septiembre de 2018, pp. 1 y ss.

MIRANDA SERRANO, L.M. “El derecho de desistimiento en los contratos de consumo sobre contenidos digitales”, *Revista La Ley Mercantil*, Sección Derecho Digital, n.º 76, enero 2021, pp. 1-40.

MIRANDA SERRANO, L.M. “Teoría general de sociedades mercantiles”, *Bases del Derecho de Sociedades Mercantiles*, (Dir. MIRANDA SERRANO, L. M.) (Coord. CASADO NAVARRO, A. y GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.M.), Ed. Don Folio, Córdoba, 2022, pp. 1-25.

MIRANDA SERRANO, L.M. “Las sociedades mutualistas y las instituciones de inversión y financiación colectiva”, *Lecciones de Derecho Mercantil* (Coord. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. y DÍAZ MORENO, A.), Ed. Tecnos, Madrid, 2021, pp. 373-415.

MIRANDA SERRANO, L.M. y PANIAGUA ZURERA, M., “La protección de los consumidores y usuarios en la fase previa a la contratación”, en AA.VV. (coord. MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ), *Derecho [privado] de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, 2012, pp. 63-98

MORAIS CARVALHO, J. “Contratos de compraventa de bienes (Directiva 2019/771) y suministro de contenidos o servicios digitales (Directiva 2019/770). Ámbito de aplicación y grado de armonización”, en *Cuadernos de Derecho Transnacional*, marzo de 2020, vol. 12, n.º 1, pp. 930-940.

MORAIS CARVALHO, J. “La protección de los consumidores en la Unión Europea: ¿mito o realidad?”, *Revista Criterio Jurídico*, Santiago de Cali, vol. 6, 2006, pp. 243-266.

PANIAGUA ZURERA, M. y MIRANDA SERRANO, L. “La protección de los consumidores y usuarios y la irrupción del derecho de los consumidores”, en AA.VV. (coord. MIRANDA SERRANO y PAGADOR

LÓPEZ), *Derecho [privado] de los consumidores*, Ed. Marcial Pons, 2012.

PEÑAS MOYANO, B. “La política de consumo de la Unión Europea y su influencia sobre el derecho español de protección de los consumidores”, *La Unión Europea al cumplirse los 70 años de la declaración de Schuman (1950-2020)*, (Coord.) Belén Miranda Escolar y Begoña Vidal Fernández, (Dir.) Guillermo Pérez Sánchez, Ediciones Universidad de Valladolid, 2020, pp. 453-478.

RALUCA STROIE, I. “Por primera vez las PYMES protegidas por una ley de protección a los consumidores independientemente de su ánimo de lucro o su actuación dentro o fuera del ámbito empresarial”, *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, n.º 13, 2015, pp. 40-44.

REYES LÓPEZ, M.J. “La evolución del concepto de consumidor”, *Revista Actualidad Jurídica Iberoamericana*, n.º 16, junio 2022, pp. 3230-3257.

RUIZ MUÑOZ, M. “Consumidor y relaciones de consumo”, *Revista Almacén del Derecho*, septiembre 2017, recurso electrónico, disponible [en línea]: <https://almacenederecho.org/consumidor-relaciones-consumo>

SEMPERE NAVARRO, A “Los contratos para mantenimiento de ascensores (a propósito de la STS-CIV 469/2019)”, *Revista Aranzadi Doctrinal*, n.º 11, 2019, pp. 1-10.

SEVILLA CÁCERES, F. “La interpretación jurisprudencial de la condición de consumidor”, *mundo jurídico*, recurso online, disponible [en línea]: <https://www.mundojuridico.info/interpretacion-jurisprudencial-de-la-condicion-de-consumidor/>

TAPIA HERMIDA, A.J. “La codificación de la normativa de protección del consumidor en la Unión Europea”, *La Ley Unión Europea (Diario la Ley)*, n.º 101, marzo 2022, Wolters Kluwer, pp. 1-22.

VÁZQUEZ-PASTOR JIMÉNEZ, L. “Principales novedades que introduce la Ley 3/2014, de 27 de marzo, en el régimen jurídico de los contratos celebrados fuera del establecimiento”, *Revista In-Dret*, n.º 4, 2014, pp. 1-38.

VELA TORRES, P. J. “Consideración de las comunidades de propietarios como consumidores”, *Revista Diario la Ley*, n.º 9892, Sección Comentarios de Jurisprudencia, 15 de julio de 2021, pp. 1-4.