

SENTENCIA DEL TJUE SOBRE LOS CONCEPTOS DE “COMERCIANTE” Y “PRÁCTICA COMERCIAL” EN LA VENTA EN PLATAFORMAS *ON LINE*

Una persona física que publica en plataformas de venta *on line* anuncios en los que ofrece bienes nuevos o usados, sólo debe calificarse de "comerciante", y tal actividad una "práctica comercial", si dicha persona actúa con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, o actúa en nombre del comerciante o por cuenta de éste.

Así se pronuncia el Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea en [Sentencia de 4 de octubre de 2018 \(asunto C-105/17\)](#), interpretando la Directiva 2005/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior.

Según la Sentencia, y de acuerdo con lo señalado en su informe por el Abogado General, algunas circunstancias concretas pueden ayudar a dilucidar si el oferente actúa o no en calidad de “comerciante”: por ejemplo, comprobando si la venta se ha efectuado de forma planificada; si dicha venta persigue una finalidad lucrativa; si el vendedor dispone de información y competencia técnica relativa a los productos que propone para su la venta, que le colocan en una situación de ventaja con respecto al consumidor; si el vendedor tiene un estatuto jurídico que le permite realizar actos de comercio y la venta en línea está vinculada a su actividad comercial o profesional, si está sujeto a IVA, etc. Pero siempre teniendo en cuenta que estos criterios no son taxativos ni exclusivos, y que su cumplimiento no determina por sí mismo que una persona actúe como comerciante.

Por su parte, para dilucidar si la actividad de la persona constituye una "práctica comercial" en el sentido de la norma comunitaria, dicha actividad debe emanar de un "comerciante", así como constituir una acción, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores.

Como señala Karolina Lyczkowska en la revista del Centro de Estudios de Consumo de la Universidad de Castilla-La Mancha comentando esta [Sentencia](#), la venta de bienes nuevos y usados de particular a particular, a través de canales virtuales específicos, se ha popularizado mucho en los últimos años en España, a través de plataformas como Wallapop y Vibbo, que en ocasiones son aprovechadas también por los empresarios para vender sus productos.

Hay que tener en cuenta que esa cualidad de ser o no “comerciante” de quien ofrece productos en internet, es fundamental a la hora de exigirle obligaciones relacionadas con la información que contempla la normativa aplicable a los contratos de compraventa a distancia o con el ejercicio del derecho de desistimiento.