

VENTA EN REBAJAS

CONCEPTO.

1. Se entiende que existe **venta en rebajas** cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un **precio inferior al fijado antes de dicha venta**.
2. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

TEMPORADA DE REBAJAS.

1. Las ventas en rebajas **podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante**.
2. La duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante.

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS REBAJADOS.

Especialmente, queda prohibido ofertar, como rebajados, artículos deteriorados.

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

Las ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio y las ofertas de venta directa.

CONSTANCIA DE LA REDUCCIÓN DE PRECIOS.

1. Siempre que se oferten artículos, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el **precio anterior junto con el precio ofertado**, debiendo hacerse constar así mismo, en toda forma de promoción o publicidad de venta de promoción.

Se entenderá por precio anterior, el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días precedentes.

Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la diferencia de precio de determinados productos, obligará al comerciante a hacer constar en cada uno de ellos el precio ordinario con que se haya valorado el artículo con anterioridad y el precio actual.

2. No obstante lo señalado anteriormente, cuando se trate de una **reducción porcentual** de un conjunto de artículos, bastará con el anuncio genérico de la misma sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado, si bien se prohíbe toda forma de exhibición de precio que obligue a realizar cálculos aritméticos para determinar su cuantía, excepto la aplicación de porcentajes de descuento sobre el precio indicado.

- 3.- En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas podrá condicionarse a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.

DETERMINACIÓN DE LOS ARTÍCULOS OFERTADOS.

En el caso de que se oferten **artículos a precio normal y a precio reducido**, unos y otros **deberán estar suficientemente separados**, de forma que no pueda, razonablemente, existir error entre los que son objeto de una u otra oferta, distinguiendo, en su caso, la existencia de rebajas, saldos, liquidaciones, promociones u obsequios.

REQUISITOS

Las actividades de rebajas, deberán ajustarse a los siguientes requisitos:

1. En los anuncios de las ventas **deberá especificarse la duración**:

El comerciante minorista al que sea imputable la actividad deberá informar sobre el **día inicial y final de la misma en su establecimiento y en la difusión publicitaria** que, en su caso, realice respecto de la citada actividad, y en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

Las comunicaciones comerciales deberán contener nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial, etc. conforme con el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias

2. Cuando las ventas de promoción no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.

3. El comerciante minorista habrá de procurar información clara, veraz y suficiente sobre el contenido y las condiciones de sus actividades promocionales. Quedan a salvo las normas en materia de integración publicitaria del contrato a favor de los consumidores finales. La información y la publicidad relativa a las actividades no podrá contener cláusulas abusivas y en particular de desvinculación basadas en errores tipográficos y, en general, de imprenta.

4. **Si las ventas en rebajas quedaran limitadas al agotamiento de los productos destinados a la misma**, el comerciante minorista habrá de informar claramente sobre el **número total de unidades** objeto de la actividad.

MEDIOS DE PAGO.

El comerciante que practique ventas en rebajas tendrá la obligación de informar al consumidor sobre los **medios de pago** admisibles en la operación, a través de su publicidad general en la exposición visible desde el exterior del establecimiento.

VENTAJAS ECONÓMICAS REALES

Finalmente toda venta en rebajas, **deberá reportar al consumidor final ventajas económicas reales**. Corresponderá al comerciante minorista acreditar ante la Administración competente la realidad de tales ventajas.

LEGISLACIÓN

- Ley 11/2006, de 22 de diciembre, modificada por Ley 12/2009, de 11 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista de la Región de Murcia.

<http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-9420>

- Ley 7/1996, de 15 de enero, Ordenación del Comercio Minorista.

<http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1072>