

VENTAS DE PROMOCIÓN

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE VENTAS

1. Son **ventas en promoción**, 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**.
2. Las denominaciones antes señaladas únicamente podrán emplearse para anunciar las ventas que se ajusten a la regulación respectivamente establecida en la Ley 7/1996, quedando expresamente prohibida la utilización de las citadas denominaciones u otras similares para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal.
3. La utilización de las denominaciones antes señaladas que no se ajuste a la regulación respectivamente establecida para cada una de las actividades de promoción de ventas en esta Ley, se reputará desleal cuando concurren las circunstancias previstas en el artículo 5 de la Ley de Competencia Desleal.
4. Las **actividades de promoción de ventas podrán simultanearse** en un mismo establecimiento comercial, **excepto en los supuestos de venta en liquidación**, siempre y cuando exista la **debida separación** entre ellas y se respeten los deberes de información.

VENTAS DE PROMOCIÓN.

1. Se consideran **ventas en promoción** o en oferta aquellas no contempladas específicamente, que **se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales**, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.
2. Los artículos que vayan a comerciarse como productos en promoción podrán adquirirse con este exclusivo fin, no podrán estar deteriorados, ni tampoco ser de peor calidad que los mismos productos que vayan a ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.
3. Será de aplicación a las ventas de promoción lo dispuesto para entrega de los obsequios y para ofertas conjuntas.

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**.
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 sencillos de descuento sobre el precio indicado.

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 promoción de ventas, incluidas las rebajas, deberán ajustarse a los siguientes requisitos:

1. En los anuncios de las ventas de promoción **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.

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 de promoción 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 promoción 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.

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>