

VENTAS PROMOCIONALES

1. ¿Qué son las ventas promocionales?.....	1
2. Venta en rebajas	1
3. Venta con descuento	2
4. Venta de saldos.....	3
5. Venta en liquidación	3
6. Ventas con obsequio	4

1.- ¿Qué son las ventas promocionales?

Se considera venta promocional toda oferta capaz de influir en la toma de decisiones de mercado de los consumidores, durante un período limitado de tiempo mediante la incorporación de un valor añadido con respecto a las condiciones habituales de comercialización, consistente en una ventaja económica o en cualquier otro tipo de incentivo material o inmaterial.

Tendrán la consideración de ventas promocionales las ventas de saldos o en liquidación, aunque no necesariamente comporten el ofrecimiento de un incentivo al consumidor.

2. Venta en rebajas

La venta en rebajas es la que se realiza con ocasión del cambio de estación o del fin de temporada, en la que los artículos 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.

Artículos sobre los que se aplica

Pueden ser objeto de rebaja todos los artículos del establecimiento o sólo los de determinadas secciones, siempre y cuando hayan sido puestos a la venta con anterioridad en condiciones de precio ordinario, y hayan formado parte de las existencias con un mes de antelación al inicio de las rebajas. Los artículos no pueden estar deteriorados.

Duración

Las ventas en rebajas sólo podrán tener lugar en dos temporadas anuales:

- Temporada de **rebajas de verano**, desde el último lunes laborable del mes de junio de cada año hasta el primer sábado del siguiente mes de septiembre, ambos incluidos.
- Temporada de **rebajas de invierno**, desde el primer día laborable después del 6 de enero hasta el segundo sábado del siguiente mes de marzo, ambos inclusive.

Dentro de cada periodo el comerciante decidirá libremente la duración de las rebajas, sin que pueda ser inferior a una semana o superior a dos meses.

Comunicación a la Consellería

La práctica de este tipo de venta **no requiere comunicación previa a la Consellería** competente en materia de comercio.

Información al público y publicidad

Tanto en la publicidad anterior como durante las rebajas, así como en la presentación de los productos en el interior de los locales comerciales, la reducción de los precios deberá

VENTAS PROMOCIONALES

manifestarse exhibiendo el nuevo precio junto al precio habitual aplicado por el establecimiento comercial. No obstante, cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos que figuran en el interior del establecimiento, bastará con el anuncio genérico de dicha reducción sobre el precio habitual, sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo.

Se anunciará al público, de forma visible e inequívoca en el establecimiento, la duración del periodo de rebajas mediante la indicación desde el inicio de cada temporada, de las fechas de comienzo y final del periodo de las mismas.

Normativa

[Título V de la Ley 3/2011, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana, \(DOCV núm. 6488, de 25 de marzo\)](#)

[Orden de 15 de junio de 1998, de la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, por la que se delimitan las temporadas de rebajas en el ámbito de la Comunidad Valenciana \(DOGV nº 3.266, de 17 de junio\).](#)

[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](#)

3. Venta con descuento

Se consideran ventas con descuento aquellas 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.

Sólo podrán anunciarse con las expresiones 'descuentos', 'ofertas' o 'promoción', si bien, a continuación se podrá especificar el motivo de las mismas

Se entiende por descuento en especie toda promoción publicitaria consistente en el ofrecimiento de una prestación adicional de la misma naturaleza que la prestación principal. En particular, constituyen descuentos en especie las promociones publicitarias en las que se utilizan expresiones del tipo "3 x 2", "2 x 1" o mediante la referencia a un porcentaje determinado de cantidad suplementaria.

El ofrecimiento de un descuento en especie no podrá defraudar las expectativas creadas en los destinatarios mediante la exigencia de un precio superior al que venía exigiéndose para la adquisición de la prestación principal, a no ser que de ello se informe de forma clara, suficiente y explícita en la publicidad

Disponibilidad de existencias

En la organización de una oferta promocional se deberá contar con existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible en cada establecimiento, calculada de modo razonable, atendiendo, entre otras circunstancias, a la duración de la promoción anunciada y a la publicidad realizada.

En ese sentido quedan prohibidas las ofertas comerciales que evidencien la imposibilidad de cubrir una mínima demanda, a la vista de las existencias puestas a la venta y del mercado potencial al que se dirigen, y cuya única pretensión sea la de atraer al consumidor al establecimiento mediante una expectativa engañosa

VENTAS PROMOCIONALES

Comunicación

No es necesaria la previa comunicación a la Consellería.

Información al público y publicidad

Se indicará con claridad y de manera diferenciada el precio del producto y el importe de los descuentos.

4. Venta de saldos

Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada

Artículos sobre los que se aplica

La oferta y realización de venta de saldos podrá hacerse cuando se trate de productos que no se puedan vender a los precios habituales del mercado, bien por haber perdido actualidad o utilidad, estar desaparecidos, o bien por ser defectuosos o estar deteriorados, siempre que no comporten riesgo ni engaño para los compradores y que se vendan efectivamente a precios inferiores a los habituales

Los artículos objeto de la venta de saldos deberán haber formado parte de las existencias del vendedor, al menos, con seis meses de antelación al inicio de la oferta, salvo que se trate de productos defectuosos o deteriorados.

Duración

No existe límite temporal mínimo o máximo para la venta de saldos.

Comunicación

No es necesaria la previa comunicación a la Consellería

Información al público y publicidad

La venta de saldos se hará separándolos claramente del resto de productos del establecimiento comercial

Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente como 'saldos', 'restos', o expresión similar

Cuando se trate de artículos deteriorados o defectuosos, deberá constar tal circunstancia de manera precisa y ostensible

5. Venta en liquidación

Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u

VENTAS PROMOCIONALES

otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por el comerciante o por el adquirente por cualquier título del negocio de aquél en alguno de los casos siguientes:

Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.

Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.

Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo.

Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

Artículos sobre los que se aplica

No podrán ser objeto de liquidación aquellos artículos que no formaran parte de las existencias del establecimiento un mes antes del inicio de la misma, o aquellos que fueron adquiridos por el comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

En los casos en que se haya practicado una liquidación por cese total o parcial de la actividad o cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio, el vendedor no podrá ejercer el comercio en la misma localidad sobre productos similares a los que fueron objeto de liquidación, durante los tres años siguientes a su finalización.

Tampoco podrá proceder a una nueva liquidación en el mismo establecimiento, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

Duración

El periodo de liquidación no sobrepasará los tres meses

Comunicación a la Consellería

No es necesaria la previa comunicación a la Consellería

Información al público y publicidad

En ningún caso la oferta podrá inducir al comprador a creer que la venta en liquidación se hace a precios reducidos cuando tal reducción no sea cierta con relación a los precios habitualmente practicados antes de la liquidación.

En el caso de cese parcial, deberá indicarse la clase de mercancía objeto de la liquidación.

6. Ventas con obsequio

Consisten en ofrecer a los compradores otro producto o servicio gratuito o a precio especialmente reducido con la finalidad de promover las ventas

Comunicación a la Consellería

VENTAS PROMOCIONALES

No precisan de comunicación a la Consellería.

Información al público y publicidad

Cuando la entrega del obsequio se supedite a vales, cupones u otros, se dará a conocer de forma precisa el objeto del obsequio y las condiciones para la obtención.

En caso de sorteos o concursos, las bases serán accesibles a los destinatarios.

Los obsequios o incentivos que no se entreguen de manera inmediata deberán de entregarse al comprador en el plazo máximo de tres meses desde que el comprador cumplió con los requisitos para obtenerlos.

En caso de oferta conjunta de dos productos diferentes que también se venden por separado, el comprador deberá de beneficiarse de una reducción de precio que resultará de comparar el precio global con los precios individuales.

Las bases por las que se regirán los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltura del producto de que se trate o, cuando no sea posible reproducirlas en su integridad, estar debidamente acreditadas ante Notario y ser accesibles para sus destinatarios en los términos señalados en el artículo 64. En la publicidad debe hacerse mención expresa a la existencia de estas bases, así como al procedimiento para su obtención