



Apuntes para el sector comercial

VENTAS

PROMOCIONALES

MAYOR INFORMACIÓN,
MEJOR SERVICIO.



Ventas promocionales son todas aquellas que ofrecen a las personas consumidoras productos en condiciones más ventajosas que las habituales en el comercio, mediante descuentos, regalos, premios o cualquier otro tipo de incentivos.



Características de las ventas promocionales

Información y publicidad:

La publicidad de las ventas promocionales debe ir acompañada de información suficiente y clara sobre las condiciones y características de las ofertas, de los productos que se incluyen y del periodo de vigencia de la promoción.

La duración de la publicidad no puede exceder de la disponibilidad de existencias de los productos ofertados.



Medios de pago:



Las personas consumidoras pueden utilizar para sus compras los mismos medios de pago que admite habitualmente el establecimiento, así como exigir la contraprestación promocional de la que haya creído razonablemente beneficiarse con la compra, de acuerdo con las condiciones de la oferta y la publicidad realizada.

Tipos de ventas promocionales



Ventas con prima:

Cuando son utilizados concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta, promoción o venta de determinados artículos.

Ventas en rebajas:

Cuando en el establecimiento comercial se ofrece a las personas consumidoras una reducción de los precios habituales.

Ventas de saldos:

Cuando se realiza la venta de productos cuyo valor de mercado se encuentra manifiestamente disminuido como consecuencia de su deterioro, desperfecto, pérdida de actualidad o cualesquiera otras circunstancias que afecten a su naturaleza o a su utilidad.

Ventas en liquidación:

Cuando se realiza una venta con carácter excepcional y finalidad extintiva de determinadas existencias de productos.

Ventas realizadas en ferias de oportunidades:

Aquellas promovidas por las personas comerciantes, sus asociaciones o por cualquier entidad pública o privada, celebradas fuera del establecimiento comercial habitual, y tienen por objeto la realización de ventas en las que se ofrecen a las personas consumidoras productos en condiciones más ventajosas que las habituales.

Otras promociones, descuentos u ofertas que no tengan las características de las anteriores.

Ventas no permitidas



Ventas en cadena o pirámide:

No es posible la realización de ventas en pirámide, que son las consistentes en ofrecer a las personas consumidoras productos a precios reducidos e, incluso, gratuitos, condicionando la oferta a que la persona consumidora consiga, directa o indirectamente, para la persona vendedora o para un tercero, otros clientes o un determinado volumen de venta.

Ventas en rebajas (arts. 6-70 TRLCIA)



¿Cuándo se está realizando una venta en rebajas?

Cuando se ofrece a las personas consumidoras una **reducción de precios** o unas **condiciones especiales** que supongan su minoración en relación con los precios practicados habitualmente.

Este tipo de ventas se puede realizar en cualquier periodo estacional, con la duración que la persona comerciante decida libremente.

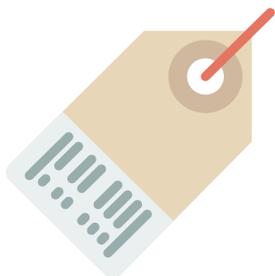
¿Qué características y requisitos tiene este tipo de ventas?

Información y publicidad:



- Tanto en la publicidad de estas ventas, como en la información ofrecida a las personas consumidoras, se debe indicar la **fecha de comienzo y final** de las mismas. (Infracción leve del art. 3.c TRLCIA). 
- No podrá anunciarse la venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la **mitad de los productos ofrecidos** en el mismo, sin perjuicio de que pueda anunciarse la de cada producto o artículo en concreto. (Infracción grave del art. 84.i.1 TRLCIA). 
- Cuando se anuncia una venta en rebajas, el establecimiento debe disponer de **existencias suficientes** de productos idénticos para ofrecer al público. (Infracción grave del art. 84.i.7 TRLCIA). 
- Las existencias deben estar en relación a la duración de la oferta y a la importancia de la publicidad. 

Precios de los productos rebajados:



- Debe haber una **disminución del precio** del producto respecto del precio anterior o habitual del mismo.
- Las reducciones de los precios se conseguirán exhibiendo, **junto al precio habitual y sin superponerlo, el precio rebajado** de los mismos productos o idénticos a los comercializados en el establecimiento.
- No es posible realizar venta a pérdida, que es aquella en la que el producto se vende a un precio inferior al de adquisición. (Infracción grave del art. 84.k TRLCIA).

Separación de los productos rebajados:

- Cuando las ventas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente **identificados y diferenciados del resto** en el establecimiento comercial.
- Cuando se efectúe al mismo tiempo y en el mismo local ventas en rebajas y de saldos o en liquidación, deberán aparecer debidamente separadas con diferenciación de los espacios dedicados a cada uno de ellos.

Artículos que no pueden ser vendidos como rebajas:



- Los que estén **deteriorados** por alguna causa.
- Los adquiridos expresamente para esta finalidad.
- **Los que no estuvieran** dispuestos en el establecimiento para la venta **con un mes de antelación** a la fecha de inicio de la venta en rebajas.

¿Cuándo se está realizando una venta de saldos?

Quando se realiza la venta de productos cuyo valor de mercado se encuentra manifiestamente disminuido como consecuencia de su deterioro, desperfecto, pérdida de actualidad o cualesquiera otras circunstancias, que afecten a su naturaleza o a su utilidad, sin que un producto pueda considerarse saldo por el mero hecho de ser un excedente de producción o de temporada. (Infracción grave del art. 84.i.10 TRLCIA).

La venta de saldos se puede realizar con carácter habitual y permanente, en los establecimientos que se dediquen de manera exclusiva a este tipo de ventas, o bien con carácter ocasional en el resto de establecimientos, indicando éstos en la publicidad de la venta las fechas en las que se van a realizar.

¿Qué características y requisitos tiene este tipo de ventas?

Información y publicidad

La publicidad de las ventas deberá ir acompañada de información suficiente y clara sobre:



- Las circunstancias y causas concretas que las motiven.
- La procedencia y motivos que justifican su venta como saldos.
- La determinación, en su caso, de:
 - Las taras o deterioro de los productos.
 - La pérdida de actualidad.
 - La limitación del surtido a determinadas tallas, colores o modelos.

Precios de los productos

En las etiquetas identificativas de los productos, **se debe fijar claramente el precio anterior o de referencia y el precio actual** del producto considerado saldo.

Los productos objetos de saldo no pueden implicar riesgos ni engaños para las personas consumidoras.

Tipología de establecimientos de venta de saldos:

Establecimientos de venta de saldos con carácter habitual y permanente:

- Deben tener dedicación exclusiva a este tipo de ventas.
- En el rótulo del establecimiento deben indicar claramente las circunstancias de establecimiento de ventas de saldos.

Establecimientos de venta de restos de fábrica:



- Tienen dedicación exclusiva a la venta de saldos, con excepción de los productos de alimentación. 
- La venta se produce directa y permanentemente por el mismo fabricante o a través de la persona comerciante que venda o distribuya su marca. 
- En todos sus instrumentos promocionales deben insertar la fórmula "establecimiento de venta de restos de fábrica". (Infracción grave del art. 84.j TRLCIA). 
- Los comercios  deben tener a disposición de la Administración los documentos acreditativos de sus adquisiciones a proveedores o suministradores, a fin de poder comprobar el cumplimiento de las normas vigentes.

Establecimientos de venta de saldos con carácter no habitual y permanente:

- Deben tener los productos que se ofrecen para su venta en saldo físicamente separados de aquellos que no lo son.
- Deben indicar en su publicidad las fechas de iniciación y terminación de la venta de saldos.
- No podrán saldar productos adquiridos para tal fin, ni aquellos otros que no hubieran estado a la venta con anterioridad. (Infracción grave del artículo 84.i.11 TRLCIA).



Ventas en liquidación (art. 76-78 TRLCIA)



¿Qué es una venta en liquidación?

Es una venta con carácter excepcional y finalidad extintiva de determinadas existencias de productos, en la que concurre alguna de las causas permitidas por la Ley.

¿Dónde y cuándo se puede realizar una venta en liquidación?

No es posible realizar este tipo de ventas fuera de esos supuestos (Infracción del art. 84.i.12 ó 13 TRLCIA)

Este tipo de ventas sólo se puede realizar **en el mismo establecimiento** comercial en el que los productos hayan sido habitualmente objeto de venta, y siempre que concurren algunas de las siguientes circunstancias:

- **Cese total o parcial** de la actividad comercial.
- **Modificación sustancial** en la orientación del negocio.
- **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.

¿Qué características y requisitos tiene este tipo de ventas?



Información y publicidad:

- La venta en liquidación habrá de ser **comunicada** a la Consejería competente en materia de comercio interior **con 10 días de antelación** a su inicio, indicando:
 - **Causa**
 - **Fecha de comienzo**
 - **Duración**
 - **Relación de mercancías que van a ser objeto de liquidación**
- Deberá **exhibirse en un lugar visible** del establecimiento comercial una copia de la comunicación efectuada, debidamente sellada.
- En toda publicidad de venta en liquidación deberá indicarse:
 - **Causas que la motivan**
 - **Fecha de comienzo**
 - **Duración**
 - **Precio anterior y actual de cada producto**
 - **Productos concretos a los que afecta cuando se trate de cese parcial**

CORRECTO:

**¡LIQUIDACIÓN
POR CIERRE!**

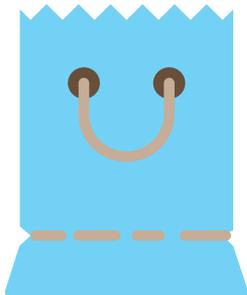
**¡LIQUIDACIÓN
POR REFORMA!**

INCORRECTO:

**¡LIQUIDACIÓN
PERMANENTE!**

**¡LIQUIDACIÓN
FINAL DE TEMPORADA!**

Productos objeto de liquidación:



- La venta en liquidación sólo se referirá a los productos o artículos que formen parte de las existencias del establecimiento.
- No pueden adquirirse otros artículos o productos con objeto de incluirlos en la liquidación.
- Los productos objeto de las ventas no podrán estar afectados por ninguna causa que reduzca su valor.
- En el supuesto de cese parcial de la actividad en el establecimiento deben aparecer debidamente separados los productos que estén en liquidación del resto, con diferenciación de los espacios dedicados a cada uno de ellos.

Fin de la liquidación y reiteraciones:

- Cesará la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.
- La duración máxima de la liquidación será de un año.
- No se podrá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de productos similares a la anterior liquidación en el curso de los tres años siguientes, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, cesación total de la actividad o causa de fuerza mayor.

Ventas en ferias de oportunidades. (art. 78 Bis, Ter y Quater TRLCIA)

¿Qué características y requisitos tiene este tipo de ventas?

Son ventas celebradas fuera del establecimiento comercial habitual en las que se ofrecen productos en condiciones más ventajosas que las habituales.

- Se debe comunicar su celebración a la Consejería competente con 30 días de antelación a su inicio, indicando:
 - **Ubicación.**
 - **Duración del evento.**
 - **Número de puestos a instalar.**
 - **Productos objeto de venta.**
 - **Personas comerciantes participantes y municipio donde desarrollan su actividad.**
- Se debe exhibir en lugar visible todas las comunicaciones y autorizaciones exigidas, así como disponer de un punto de información accesible.
- La persona comerciante debe informar del tipo de venta promocional que se realice en su stand 
- Debe tener una duración máxima de tres días.
- Debe cumplir todos los requisitos exigidos por el Ayuntamiento de la localidad donde se celebre el evento.
- Ha de contar con Hojas de s y reclamaciones.

Otras promociones, descuentos y ofertas. (art. 59-62 TRLCIA)

¿Cuándo se están realizando otras promociones, descuentos y ofertas?



Cuando se realiza la venta de productos por un precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, cuya finalidad sea la de potenciar la venta de determinados productos o artículos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

Cuando se realice la venta de artículos que sean excedentes de producción o de temporada que no tengan la consideración de saldos.

Si estas promociones reúnen las características de las rebajas, ventas en saldos  ventas en liquidación se entenderán asimiladas a las mismas.

Los precios de los productos no podrán incurrir en venta a pérdida.

Se pueden realizar en cualquier periodo del año.

Cuestiones más frecuentes:



- En las  promociones, se debe indicar el doble precio pero sin superponerlo, así como la fecha de comienzo y final de la venta en promoción.
- No se debe confundir las ventas de saldos con ventas en liquidación, tienen diferentes características y aplicaciones.
- Antes de poner un artículo en rebajas, éste debe encontrarse en el establecimiento con al menos un mes de antelación.
- Si la venta en rebajas no afecta a la totalidad de los productos del establecimiento, o si se decide hacer una venta en rebajas y una venta de saldos o una venta en liquidación, se debe separar cada tipo de venta, diferenciando claramente los espacios destinados para cada una de ellas.
- Si se anuncia una venta en rebajas, han de estar al menos la mitad de los productos rebajados.
- Se debe comunicar la liquidación del establecimiento con diez días hábiles de antelación a la Consejería competente en materia de comercio interior.



Normativa aplicable

Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía.



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

¿Qué sanciones conlleva el incumplimiento del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía? (Art. 87 TRLCIA)



Las infracciones leves (art. 83 TRLCIA), apercibimiento o multa desde 150 euros hasta 3.000 euros.

Las infracciones graves (art. 84 TRLCIA), multa desde 3.001 hasta 45.000 euros.

Las infracciones muy graves (art. 85 TRLCIA), multa desde 45.001 hasta 150.000 euros.

Para realizar cualquier consulta sobre ventas promocionales, puede acudir a su Delegación Territorial de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio o a la Dirección General de Comercio.

PROVINCIA	DIRECCION	TELÉFONO
Almería	C/ Gerona, 18 CP 04071	955 063 910 950 004 000
Cádiz	Plaza de Asdrúbal,6 CP 11071	955 063 910
Córdoba	Avda. Gran Capitán, 12 CP 14008	955 063 910 600 163 132
Granada	Avda. Madrid, 7, Pl. 8º CP 18012	955 063 910
Huelva	C/ Jesús Nazareno, 2 CP 21001	955 063 910 959 002 000
Jaén	Paseo de la Estación, 19 CP 23071	955 063 910
Málaga	Avda. de la Aurora s/n Edificio Servicios Múltiples. CP 29071	955 063 910
Sevilla	Avda. de Grecia s/n Edificio Administrativo CP 41012	955 063 910
Dirección General	C/ Albert Einstein, 4 Isla de la Cartuja CP 41092	955 063 910

