

## **TRAS EL CONSUMISMO DESMESURADO DEL PERIODO NAVIDEÑO, AHORA LLEGA «PACO CON LAS REBAJAS»<sup>1</sup>**

*Lourdes García Montoro*  
*Centro de Estudios de Consumo*  
*Universidad de Castilla-La Mancha*

*Fecha de publicación: 15 de enero de 2016*

Con la finalización del periodo navideño parecía que el estado de ficticia felicidad y gasto desmesurado tocaba a su fin, así podría la maltrecha economía familiar disfrutar de un respiro. Pero los comerciantes no se dan por satisfechos con las ventas navideñas y dan comienzo a principios de enero al periodo de rebajas.

No hay tregua por lo que a las compras se refiere. ¿Quién puede resistirse a comprar ese precioso abrigo a mitad de precio, o ese nuevo móvil con un 30% de descuento?

Quienes hayan “pasado por el aro” del fraude de los reyes magos, y hayan podido gastar sumas considerables en regalos para sus más allegados, que por regla general no bajarán de 4 o 5 personas, se enfrentarán ahora a la inevitable tentación del periodo de rebajas, otra estrategia comercial más para fomentar el consumismo desmesurado de la sobreendeudada población española.

Valoraciones morales aparte, hay que tener especial cautela con las prácticas comerciales de las que algunos establecimientos abusan durante este periodo.

### **1. Qué productos se pueden vender en rebajas: el frecuente caso de venta en rebajas de prendas de temporadas anteriores**

No es de extrañar que algunos consumidores se sorprendan al encontrar, por ejemplo, prendas de verano promocionadas con descuento en el periodo de rebajas de invierno. Lo que resulta incomprensible es que las adquieran.

---

<sup>1</sup> Trabajo realizado en el marco del Proyecto Convenio de colaboración entre la UCLM y el Ilustre Colegio Notarial De Castilla-La Mancha (17 enero 2014) (OBSV) con referencia CONV140025, que dirige el Prof. Ángel Carrasco Perera.

Pero, ¿es legítimo vender productos que no se encontraban a disposición del cliente en el establecimiento con anterioridad al inicio del periodo de rebajas? Según el artículo 24 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, “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” y añade “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”.

En el mismo sentido, el artículo 26 indica que “los artículos objeto de la venta en rebajas deberán haber estado incluidos con anterioridad en la oferta habitual de ventas”.

Así pues, en tanto que en el periodo navideño no es posible adquirir un biquini en la tienda, tampoco debería ser posible hacerlo durante el periodo de rebajas. No estamos refiriéndonos al adelanto de temporada primavera/verano del año en curso, sino de que se ponen a la venta en rebajas prendas de temporadas anteriores.

En el caso del comercio textil, la diferencia entre prendas de distintas estaciones es fácilmente perceptible, pero ¿qué ocurre con la comercialización de prendas de colecciones de hace años, aunque se correspondan con la estación en que se desarrolla el periodo de rebajas? Para muchos compradores será indiferente que la etiqueta de la prenda indique, si lo hace, que es de la temporada otoño/invierno 15/16 o 14/15; sin embargo, podría tratarse de una práctica comercial desleal por engañosa con el consumidor, en tanto que la prenda se comercializa como si fuera una de las pertenecientes a la temporada en curso. De conformidad con el artículo 5.1 (b) de la Ley de Competencia Desleal, se reputará desleal por engañosa aquella conducta consistente en proporcionar información que pueda inducir a error a su destinatario y que sea susceptible de alterar su comportamiento económico, cuando dicha información incida, entre otros aspectos, sobre la fecha de fabricación o suministro del bien.

A estos efectos, será determinante que el comprador hubiera adquirido la prenda teniendo como motivo fundamental que pertenecía a la temporada en curso, no pudiendo reputarse esencial el error sobre el consentimiento cuando la adquisición se hubiera basado en criterios económicos (la más abundante en rebajas) o de características propias de la prenda, lo que también será una situación muy común, pues los productos comercializados por el sector textil normalmente no ven mermadas sus características con el transcurso del tiempo, sino más bien como consecuencia del uso.

En Cataluña se puso fin a esta polémica con la adopción de la Ley 3/2014, de 19 de febrero, de horarios comerciales y de medidas para determinadas actividades de promoción, al determinarse que *“no pueden destinarse a la venta en rebajas los productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad, a precio ordinario, en el mismo establecimiento, durante un mes, como mínimo, justo antes de la fecha de inicio de esta modalidad de venta”*, tal y como se recoge en el artículo 16.3 de dicha norma. Pero no todas las normativas autonómicas incluyen preceptos de este calado.

## **2. El precio de los productos en rebajas: el falseamiento del precio anterior para mantener el margen de beneficio**

Otra práctica lamentablemente frecuente es la consistente en mostrar al comprador un precio de venta previo superior al real para que, al aplicar el descuento, el margen de beneficio no se reduzca tanto como lo habría hecho de mostrarse el precio original.

Es decir, que un bien que se vendía por 50 euros antes del periodo de rebajas, se comercializa ahora con un 30% de descuento sobre el precio de 65 euros, pudiendo adquirirlo el cliente por el precio final de 45,50 euros. De haberse reflejado el precio real del producto (50 euros) y manteniendo el descuento del 30%, el comerciante debería haber vendido el bien por 35 euros. Si hubiera procedido de esta forma, habría ganado 10,50 euros menos que utilizando su estrategia actual.

La Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista, indica en su artículo 24 que la venta en rebajas consistirá en la venta de artículos a un precio inferior al fijado antes de dicha venta. Si el comerciante no hace figurar en los artículos rebajados el precio habitual de los mismos, podría incurrir en la comisión de una infracción leve en el sentido del artículo 64 d) de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, que podría sancionarse con multa de hasta 6.000 euros.

El problema sería probar que efectivamente se ha realizado dicha conducta. Algunos comerciantes son demasiado torpes para retirar la anterior etiqueta del producto que refleja su precio original, con lo que serían fácilmente descubiertos. En el resto de los casos no debería ser mucho más complicado si se aportan, por ejemplo, ofertas comerciales recibidas antes del periodo de rebajas que indican un precio del bien distinto al mostrado en el producto rebajado, publicidad distribuida por el comerciante, etc.

### 3. Desigualdad territorial de los ciudadanos: divergencias en cuanto al comienzo del periodo de rebajas

Tradicionalmente, el periodo de rebajas comenzaba tras la llegada de los reyes magos, con el consecuente perjuicio económico para los desafortunados que debían dejar sus regalos en el árbol el día antes del pistoletazo de salida. Durante los últimos dos años los ciudadanos de muchas regiones en España se han visto beneficiados en este sentido tras la liberalización del periodo de rebajas, de modo que *“las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante”*, tal y como se establece en el artículo 25 de la Ley del Comercio Minorista, modificada por Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.

Muchos comerciantes comienzan con las rebajas ya en el periodo navideño, aprovechando el consumismo característico de esas fechas y la bonanza económica de los trabajadores que perciben la paga extra de navidad. Sin embargo, aún quedan algunas normativas autonómicas que establecen un periodo determinado de rebajas que comienza una vez finalizadas las fiestas navideñas.

Tal es el caso de los comerciantes catalanes, cuya normativa restringe los días de rebajas al periodo comprendido entre el 7 de enero y el 6 de marzo, por lo que a la estación de invierno se refiere, tal y como se refleja en el artículo 16.10 a) de la Ley 3/2014, de 19 de febrero, de horarios comerciales y de medidas para determinadas actividades de promoción. Dicho precepto se encuentra suspendido tras el recurso que el Gobierno interpuso ante el Tribunal Constitucional<sup>2</sup>, que todavía se encuentra pendiente de resolución, situación que algunos aprovechan para evitar su aplicación.

Ello genera desigualdades no sólo respecto de los comerciantes de una y otra Comunidad Autónoma, sino también en cuanto a los consumidores, que se verán favorecidos en aquellos territorios en que puedan adquirir productos rebajados para cumplir con la tediosa tarea de los regalos navideños.

La normativa castellano-manchega de regulación del comercio minorista, fijada mediante Ley 2/2010, modificada por Ley 1/2013, de 21 de marzo, de medidas para la dinamización y flexibilización de la actividad comercial y urbanística en Castilla-La Mancha, optó por copiar el texto de la normativa nacional y establecer que *“las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante”*. De esta forma, muchos comerciantes de la

<sup>2</sup> [http://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-12590](http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-12590)

región optaron por hacer uso de la libertad que les concede el precepto e iniciaron el periodo de rebajas ya al inicio de las fiestas navideñas.