

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN**Directrices sobre la interpretación y la aplicación del artículo 6 bis de la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores****(Texto pertinente a efectos del EEE)**

(2021/C 526/02)

ÍNDICE

	<i>Página</i>
INTRODUCCIÓN	131
1. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 6 BIS	132
1.1. Significado de «anuncio de reducción del precio»	132
1.2. Comerciantes afectados	133
2. INDICACIÓN DEL PRECIO «ANTERIOR»	134
2.1. Normas generales	134
2.2. Indicación del «precio anterior» en caso de anuncios generales de reducción de precios ...	135
2.3. Programas de fidelización y reducciones de precios personalizadas	136
3. INTERACCIÓN CON LA DIRECTIVA SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES	137
4. OPCIONES REGLAMENTARIAS	138
4.1. Bienes perecederos	138
4.2. Bienes «de reciente introducción»	139
4.3. Reducciones progresivas de precios	139

INTRODUCCIÓN

La Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽¹⁾ («DIP») tiene por objeto permitir a los consumidores evaluar y comparar fácilmente el precio de los productos sobre la base de una información homogénea y transparente. De este modo, los consumidores pueden elegir con mayor conocimiento de causa ⁽²⁾.

La DIP obliga a los comerciantes a indicar de manera «inequívoca, fácilmente identificable y claramente legible» el precio de venta y el precio por unidad de medida (es decir, el precio por kilogramo, litro o cualquier otra unidad de magnitud que se utilice de forma generalizada y habitualmente en el Estado miembro de que se trate). La Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽³⁾ modificó la DIP añadiendo normas específicas (artículo 6 *bis*) sobre los anuncios de reducción del precio. La Directiva (UE) 2019/2161 será aplicable en toda la UE a partir del 28 de mayo de 2022.

El nuevo artículo 6 *bis* de la DIP aborda la cuestión de la transparencia de las reducciones de precios ⁽⁴⁾ mediante la introducción de normas específicas para garantizar su autenticidad. El artículo 6 *bis* tiene por objeto impedir que los comerciantes inflen artificialmente el precio de referencia o induzcan a error a los consumidores sobre el importe del descuento. Aumenta la transparencia y garantiza que los consumidores realmente paguen menos por los bienes cuando se anuncia una reducción del precio. La nueva disposición sobre reducciones de precios también permite a las autoridades encargadas de la aplicación de la legislación y de la vigilancia del mercado controlar más fácilmente la lealtad de las reducciones de precios, ya que establece normas claras sobre el precio «anterior» de referencia en el que debe basarse la reducción anunciada.

La finalidad de la presente Comunicación es proporcionar orientaciones sobre cómo deben interpretarse y aplicarse estas nuevas disposiciones sobre los anuncios de reducciones de los precios. Para garantizar la seguridad jurídica y facilitar la aplicación, la presente Comunicación destaca cuestiones que son comunes a todos los Estados miembros, incluida la interacción entre la DIP y otros actos legislativos de la UE.

La presente Comunicación no analiza la aplicación de la Directiva en los distintos Estados miembros, lo que incluye las decisiones de los tribunales nacionales y otros organismos competentes. Además de las diferentes fuentes de información disponibles en los Estados miembros, la información sobre las disposiciones nacionales que transponen la DIP y las interpretaciones jurisprudenciales y doctrinales está disponible en la Base de datos de legislación sobre el consumo, a la que se puede acceder a través del Portal Europeo de e-Justicia ⁽⁵⁾.

Cuando no se indique lo contrario, los artículos mencionados en la presente Comunicación son los de la DIP, en su versión posterior y más recientemente modificada por la Directiva (UE) 2019/2161. Cuando las citas de la Directiva contengan texto resaltado, es la Comisión quien ha puesto tal énfasis.

Los destinatarios de la presente Comunicación son los Estados miembros de la UE e Islandia, Liechtenstein y Noruega como signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo ⁽⁶⁾ (EEE). En consecuencia, las referencias a la UE, a la Unión o al mercado único deben ser interpretadas como referencias al EEE o al mercado del EEE.

La presente Comunicación se ha concebido estrictamente como un documento de orientación; solamente el texto de la propia legislación de la Unión tiene validez jurídica. Las interpretaciones fidedignas del Derecho deben derivarse del texto de la Directiva y directamente de las resoluciones del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (en adelante, «TJUE» o «el Tribunal»). La presente Comunicación tiene en cuenta las resoluciones del Tribunal publicadas hasta octubre de 2021 y no predetermina la evolución de la jurisprudencia del Tribunal.

El parecer expresado en la presente Comunicación se entiende sin perjuicio de la postura que la Comisión Europea pudiera adoptar ante el Tribunal. La información contenida en la presente Comunicación es de carácter general y no se dirige específicamente a ninguna persona o entidad en particular. Ni la Comisión Europea ni ninguna persona que actúe en su nombre serán responsables de cualquier uso que pudiera hacerse de la siguiente información.

⁽¹⁾ Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores («la DIP») (DO L 80 de 18.3.1998, p. 27).

⁽²⁾ Véanse los considerandos 6 y 12 de la DIP.

⁽³⁾ Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019, por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión (DO L 328 de 18.12.2019, p. 7).

⁽⁴⁾ En 2018, bajo la coordinación de la Comisión, las autoridades nacionales de protección de los consumidores llevaron a cabo un examen anual a escala de la UE de sitios web de comercio electrónico («barrido») en el marco de la Red de cooperación para la protección de los consumidores («CPC»). Este barrido se ocupó de la transparencia de los precios, incluidas las reducciones de precios. En más del 31 % de los 431 sitios web de comercio electrónico examinados que ofrecían descuentos, las autoridades responsables de los consumidores vieron indicios de que las ofertas especiales no eran auténticas o descubrieron que la forma de calcular el precio rebajado no era clara. Comunicado de prensa de la Comisión de 19 de febrero de 2019: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_19_1333.

⁽⁵⁾ https://e-justice.europa.eu/591/ES/consumer_law_database.

⁽⁶⁾ DO L 1 de 3.1.1994, p. 3.

Puesto que la presente Comunicación refleja el estado de la situación en el momento de la redacción, las directrices ofrecidas podrían modificarse en una fecha posterior.

1. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 6 BIS

Artículo 6 bis

1. Cualquier anuncio de reducción del precio indicará el precio anterior aplicado por el comerciante durante un período determinado antes de introducir dicha reducción.
2. Por «precio anterior» se entenderá el precio más reducido aplicado por el comerciante durante un período de tiempo que no podrá ser inferior a los treinta días anteriores a la aplicación de la reducción del precio.
3. Los Estados miembros podrán establecer normas diferentes para los productos que puedan deteriorarse o caducar con rapidez.
4. Cuando el producto haya estado en el mercado durante menos de treinta días, los Estados miembros podrán establecer asimismo un período de tiempo más corto que el especificado en el apartado 2.
5. Los Estados miembros podrán disponer que, cuando la reducción del precio se aumente progresivamente, el precio anterior sea aquel precio sin reducir antes de la primera aplicación de la reducción.

1.1. Significado de «anuncio de reducción del precio»

El artículo 6 bis se aplica a las declaraciones promocionales que realiza el vendedor indicando que ha reducido el precio que cobra por el bien o los bienes. Por ejemplo, una reducción del precio podría anunciarse:

- en términos de porcentaje (%), por ejemplo, «20 % de descuento», o de importe específico, por ejemplo, «10 EUR de descuento»;
- indicando un nuevo precio (inferior) junto con la indicación del precio (más elevado) aplicado anteriormente. El precio anterior puede presentarse tachado. Por ejemplo, «ahora 50 EUR, antes 100 EUR» o «50 EUR/~~100 EUR~~»;
- mediante cualquier otra técnica promocional, como «compre hoy y no pague IVA», que informe al consumidor de que la reducción del precio es igual al valor del IVA (no significa que no se recaude el IVA);
- presentando el precio actual como precio «inicial» o similar e indicando un precio más elevado como el próximo precio normal.

El artículo 6 bis se aplica a los anuncios de reducción de precios tanto cuando se refieran a un bien o bienes concretos de la oferta del vendedor como cuando adopten la forma de un anuncio general de reducción de precios (véanse las secciones 2.2 y 3).

El artículo 6 bis no trata **ni restringe en modo alguno las fluctuaciones y las bajadas de precios** que no conlleven un anuncio de reducción del precio. En efecto, el artículo 6 bis tiene por objeto abordar los «anuncios» de reducción del precio. Por lo tanto, no abarca las disposiciones a largo plazo que permiten a los consumidores beneficiarse sistemáticamente de precios reducidos y de reducciones de precios individuales específicas (véase la sección 2.3 sobre programas de fidelización y reducciones de precios personalizadas).

El artículo 6 bis se aplica con independencia de que el anuncio de reducción del precio indique una reducción de precio cuantificable. Por ejemplo, anuncios como «precio rebajado», «ofertas especiales» u «ofertas de Black Friday», que **crean la impresión de una reducción del precio, también están sujetos al artículo 6 bis** y debe indicarse el precio «anterior» de los bienes a los que hace referencia el anuncio (véase la sección 2.2 sobre los anuncios generales de reducción de precios).

En cambio, el artículo 6 bis no se aplica a los **reclamos publicitarios generales que promocionan la oferta del vendedor comparándola con las ofertas de otros vendedores sin dar la sensación de que haya una reducción del precio ni aludir a ella**, como «mejores precios/precios más bajos». No obstante, estas declaraciones siguen estando sujetas a la DPCD (véase la sección 3 sobre la interacción entre la DIP y la DPCD).

El artículo 6 bis **tampoco se aplica a otras técnicas de promoción de ventajas con respecto al precio** que no sean reducciones de precios, como comparaciones de precios y ofertas vinculadas (condicionales). Estas otras técnicas de promoción de una ventaja con respecto al precio siguen estando sujetas a la DPCD (véase la sección 3).

En cuanto al concepto de «precio», el artículo 6 *bis* trata del «precio de venta» tal como se define en el artículo 2, letra a), de la DIP (7). La DIP también exige que se indique el «precio por unidad de medida» tal como se define en su artículo 2, letra b) (8). En el caso de los bienes vendidos a granel (por ejemplo, telas, materiales de construcción o alimentos) (9), cuando el precio de venta no pueda determinarse hasta que el consumidor indique qué cantidad del producto necesita, «deberá indicarse únicamente el precio por unidad de medida» con arreglo al artículo 3, apartado 3, de la DIP. El artículo 6 *bis* se aplica asimismo a los anuncios de reducción del precio cuando el anuncio de reducción del precio se refiere al precio por unidad de medida de los bienes en cuestión (10). En estos casos, el artículo 6 *bis* se aplica a la indicación del precio por unidad de medida «anterior».

La DIP se aplica a «productos», que, **en el contexto de esta Directiva, deben interpretarse como «bienes»**. Los «bienes» se definen en otras disposiciones del Derecho de la UE en materia de protección de los consumidores (11) como bienes muebles. Por lo tanto, la DIP, incluido su artículo 6 *bis*, no se aplica a los servicios (12) (incluidos los servicios digitales) ni a los contenidos digitales.

El artículo 6 *bis* de la DIP se aplica a los anuncios de reducción de precios **en todos los canales de distribución** (por ejemplo, tiendas físicas tradicionales, tiendas en línea).

1.2. Comerciantes afectados

La DIP se aplica a los comerciantes, definidos en el artículo 2, letra d), como «cualquier persona física o jurídica que venda u ofrezca en venta productos dentro del marco de su actividad comercial o profesional». Por lo tanto, el nuevo artículo 6 *bis* **se aplica al comerciante que es la parte efectiva en el contrato con el consumidor**, esto es, al vendedor de los bienes, incluidos los vendedores que recurren a intermediarios, en particular mercados en línea.

En cambio, el artículo 6 *bis* **no se aplica a los intermediarios** que simplemente proporcionan los medios para que los comerciantes vendan sus productos (13), como los mercados en línea, o que se limitan a recopilar y mostrar información sobre los precios facilitada por otros vendedores (plataformas de comparación de precios). Estos intermediarios siguen estando sujetos a las normas generales sobre responsabilidad de los intermediarios y a las obligaciones de diligencia profesional. No obstante, el intermediario sí está sujeto a las normas de la DIP cuando es el vendedor real de los bienes o cuando vende por cuenta de otro comerciante.

Por la misma razón, el artículo 6 *bis* tampoco se aplica a los anuncios de «reembolso» según los cuales terceros, que no son los vendedores de los bienes, como fabricantes o distribuidores, prometen a los consumidores que han comprado el bien o bienes de que se trate que les reembolsarán una parte del precio abonado, a petición individual de los consumidores y durante un período determinado. Estas prácticas de «reembolso» siguen estando sujetas a la DPCD y no deben utilizarse para eludir los requisitos de la DIP en cuanto a los anuncios de reducción del precio.

(7) [se entenderá por] «precio de venta»: el precio final de una unidad del producto o de una cantidad determinada del producto, incluidos el IVA y todos los demás impuestos;», artículo 2, letra a), de la DIP.

(8) [se entenderá por] «precio por unidad de medida»: el precio final, incluidos el IVA y todos los demás impuestos por un kilogramo, un litro, un metro, un metro cuadrado o un metro cúbico del producto o una sola unidad de magnitud que se utilice de forma generalizada y habitualmente en el Estado miembro interesado en la comercialización de productos específicos;», artículo 2, letra b), de la DIP.

(9) [se entenderá por] «producto vendido a granel»: el producto que no haya sido envasado previamente y se mida en presencia del consumidor;», artículo 2, letra c), de la DIP.

(10) Véase el considerando 7 de la DIP.

(11) En virtud de la Directiva sobre los derechos de los consumidores (Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 304 de 22.11.2011, p. 64), modificada por la Directiva (UE) 2019/2161, los bienes se definen como «a) todo objeto mueble tangible; el agua, el gas y la electricidad se considerarán bienes en el sentido de la presente Directiva cuando se pongan a la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas; b) todo objeto mueble tangible que incorpore contenidos o servicios digitales o esté interconectado con ellos de tal modo que la ausencia de dichos contenidos o servicios digitales impediría que los bienes realizasen sus funciones (en lo sucesivo, «bienes con elementos digitales»);».

(12) Véase la Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre la aplicación de la Directiva 1998/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 1998, relativa a la protección de los consumidores en materia de indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores, COM(2006) 325 final, p. 4.

(13) En virtud de la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores, los consumidores deben estar siempre informados sobre la identidad del comerciante real (para obtener más información, véase el Documento de orientación relativo a la Directiva sobre los derechos de los consumidores).

El artículo 6 bis también se aplica a los **comerciantes establecidos fuera de la UE que dirigen sus ventas a consumidores de la UE**, especialmente los comerciantes que ofrecen bienes a través de plataformas. La aplicabilidad de la DIP a los comerciantes no pertenecientes a la UE se rige por el Reglamento (CE) n.º 864/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽¹⁴⁾ relativo a la ley aplicable a las obligaciones extracontractuales («Roma II»). Este Reglamento se aplica «a las obligaciones extracontractuales en materia civil y mercantil, en las situaciones que comportan un conflicto de leyes».

Artículo 6, apartado 1, del Reglamento Roma II:

La ley aplicable a una obligación extracontractual que se derive de un acto de competencia desleal será la ley del país en cuyo territorio las relaciones de competencia o los intereses colectivos de los consumidores resulten o puedan resultar afectados.

Artículo 6, apartado 4, del Reglamento Roma II:

La ley aplicable con arreglo al presente artículo no podrá excluirse mediante un acuerdo adoptado en virtud del artículo 14.

Cuando se den las condiciones del artículo 6, apartado 1, del Reglamento Roma II, la DIP será aplicable a casos de incumplimiento que perjudiquen los intereses colectivos de los consumidores de la UE. De conformidad con el artículo 6, apartado 4, del Reglamento Roma II, la legislación aplicable no podrá excluirse mediante un acuerdo sobre la elección de la ley aplicable.

Las autoridades nacionales se encargarán de hacer cumplir estas normas. En caso necesario, podrán hacer uso de sus facultades de investigación y ejecución en virtud del Reglamento (UE) 2017/2394 del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽¹⁵⁾ sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores.

2. INDICACIÓN DEL PRECIO «ANTERIOR»

2.1. Normas generales

El artículo 6 bis, apartado 1, exige que el comerciante que anuncia una reducción del precio indique el precio «anterior». El artículo 6 bis, apartado 2, define el «precio anterior» como el precio más reducido aplicado por el mismo comerciante durante un período de tiempo que no podrá ser inferior a los treinta días anteriores a la aplicación de la reducción del precio.

El artículo 6 bis, apartados 3 a 5, ofrece a los Estados miembros opciones reglamentarias que les permiten establecer excepciones a esta norma general en el caso de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez, bienes que hayan estado en el mercado durante menos de treinta días y bienes cuya reducción de precio se aumenta progresivamente, respectivamente (véase la sección 4).

Salvo en el caso de los bienes cubiertos por las opciones reglamentarias a que se refiere el artículo 6 bis, apartados 3 a 5, **los Estados miembros no podrán prever un período de tiempo inferior a treinta días** para establecer el precio «anterior». El objetivo de este período de referencia de al menos treinta días es evitar que los comerciantes jueguen con los precios y presenten falsas reducciones de precios, por ejemplo, que aumenten el precio durante un breve período de tiempo para reducirlo posteriormente y presentarlo como una reducción (considerable) del precio que induzca a error a los consumidores. El plazo de treinta días para fijar el precio «anterior» de referencia garantiza, por tanto, que el precio de referencia sea real y no una mera herramienta de mercadotecnia para hacer que la reducción resulte atractiva.

El artículo 6 bis, apartado 2, **no impide a los comerciantes** indicar como precio «anterior» el precio más reducido aplicado durante un período aún mayor a treinta días (por ejemplo, como parte de la estrategia de comercialización). Esto no será contrario a los requisitos del artículo 6 bis siempre que el precio «anterior» indicado sea efectivamente inferior al precio más reducido aplicado durante los treinta días inmediatamente anteriores al anuncio de reducción del precio.

No obstante, tendrá que evaluarse la conformidad con el Derecho de la Unión de la legislación nacional que **exija un plazo superior a treinta días** para establecer el precio «anterior». De conformidad con el artículo 10 de la DIP, toda normativa nacional que vaya más allá de los requisitos de esta Directiva debe ser más favorable en materia de información de los consumidores y de comparación de precios, sin perjuicio de las obligaciones que incumben a los Estados miembros en virtud del TFUE ⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Reglamento (CE) n.º 864/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de julio de 2007, relativo a la ley aplicable a las obligaciones extracontractuales (Roma II) (DO L 199 de 31.7.2007, p. 40).

⁽¹⁵⁾ Reglamento (UE) 2017/2394 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2017, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales responsables de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores y por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 (DO L 345 de 27.12.2017, p. 1).

⁽¹⁶⁾ Véanse en particular los artículos 34 y 36 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

Para cumplir lo dispuesto en el artículo 6 bis, el comerciante que anuncie la reducción del precio deberá precisar el precio más reducido que haya cobrado por el bien o los bienes respectivos durante, como mínimo, los treinta días anteriores a la aplicación de la reducción del precio. Este **precio más reducido incluirá cualquier precio «rebajado» anterior durante ese período**. El hecho de no tener en cuenta los precios aplicados durante un período de promoción anterior en los treinta días anteriores al anuncio de reducción del precio contravendrá el artículo 6 bis de la DIP.

La misma norma se aplica cuando un comerciante presenta inicialmente la reducción del precio **haciendo referencia a un precio futuro más elevado**, aplica este precio aumentado durante menos de treinta días y después anuncia una reducción del precio. Independientemente del modo en que se haya promocionado la reducción del precio, el precio anterior para la posterior reducción del precio debe seguir siendo el precio más reducido de los últimos treinta días, es decir, en este caso el precio inicial (véase también la sección 4.2. sobre bienes «de reciente introducción»).

En consecuencia, **la reducción del precio debe presentarse utilizando como referencia el precio «anterior» indicado**, es decir, cualquier **reducción porcentual indicada debe basarse en el precio «anterior» establecido de conformidad con el artículo 6 bis**:

— Por ejemplo, cuando el anuncio de reducción del precio sea «un 50 % de descuento» y el precio más reducido durante los treinta días anteriores fuera de 100 EUR, el vendedor tendrá que indicar 100 EUR como precio «anterior» a partir del cual se calcula la reducción del 50 %, a pesar de que el último precio de venta del bien fuera de 160 EUR.

Al mismo tiempo, el artículo 6 bis no impide al vendedor **indicar otros precios de referencia** cuando anuncie la reducción del precio, siempre que se expliquen claramente dichos precios de referencia adicionales, no creen confusión y no desvíen la atención del consumidor de la indicación del precio «anterior» de conformidad con el artículo 6 bis.

— Por ejemplo, un comerciante que aplique reducciones de precios más de una vez cada treinta días podría además informar al consumidor sobre sus otros precios anteriores de la siguiente manera: «20 % de descuento del [fecha inicial] al [fecha final]: 80 EUR en lugar de 100 EUR, nuestro precio más bajo en los últimos 30 días. Nuestro precio habitual, fuera de los períodos promocionales, durante los últimos 30 (o 100 días, etc.) fue de 120 EUR».

En general, la forma en que se presentan y calculan estos otros precios de referencia está sujeta a la DPCD. En este sentido, los comerciantes deben asegurarse siempre de que el consumidor tenga claro qué representan los demás precios de referencia indicados.

El artículo 6 bis de la DIP no obliga a los comerciantes a indicar **durante cuánto tiempo han aplicado el precio «anterior» indicado**. Asimismo, no afecta a **la duración de las campañas de reducción de precios**. Simplemente exige a los comerciantes que indiquen el precio «anterior» al inicio de cada reducción del precio y pueden mantenerlo durante todo el período de reducción. Los comerciantes podrán anunciar una reducción del precio de los bienes durante un período más largo, incluso durante más de treinta días. Asimismo, cuando la reducción del precio dure más de treinta días sin interrupciones, el precio «anterior» que debe indicarse seguirá siendo el precio más reducido aplicado durante al menos treinta días antes de la reducción del precio.

La lealtad de los **períodos de reducción de precios excesivamente largos** en comparación con el tiempo en que el bien se vende a su precio «íntegro» debe evaluarse con arreglo a la DPCD (véase también la sección 3 sobre la interacción con la DPCD).

Cuando un comerciante vende bienes a través de diferentes canales/puntos de venta (por ejemplo, diferentes tiendas físicas o en línea) a precios distintos y esos diferentes canales/puntos de venta son objeto de un anuncio general de una reducción del precio, el comerciante debe indicar, como precio «anterior» de los bienes pertinentes en cada canal/punto de venta, el precio más reducido que **aplicó en el respectivo canal/punto de venta** durante, como mínimo, los treinta días anteriores.

Los anuncios engañosos de reducción de precios que crean la impresión de que la reducción se aplica en todos los canales/puntos de venta del comerciante en cuestión, mientras que, en realidad, la reducción de precios solo atañe a algunos de los canales/puntos de venta, deben evaluarse a la luz de la DPCD.

El artículo 6 bis no impide a los comerciantes **ampliar una campaña de reducción de precios** siempre que se informe claramente a los consumidores de que se trata de una prolongación y no de una nueva campaña de reducción de precios y la presentación general de la campaña no sea susceptible de crear una impresión falsa en los consumidores.

2.2. Indicación del «precio anterior» en caso de anuncios generales de reducción de precios

El artículo 6 bis no impide a los comerciantes anunciar reducciones de precios de manera general, por ejemplo:

— «Hoy 20 % de descuento en todos nuestros productos» o

— «20 % de descuento en todos los adornos de Navidad esta semana».

Cuando la reducción del precio (tal como se describe en la sección 1.1) se anuncia mediante una declaración general, por ejemplo, un *banner* físico o una comunicación en línea, **no será necesario indicar el precio «anterior» en el mismo medio** que el propio anuncio de reducción del precio. En su lugar, el precio «anterior» de cada uno de los productos objeto del anuncio debe indicarse **en el punto de venta**, esto es, en las respectivas etiquetas de precio en las tiendas o en las secciones de precios de las interfaces de la tienda en línea.

Un comerciante también puede anunciar una reducción general de precios que ofrezca **distintos descuentos para diferentes categorías de productos**. En estos casos, el comerciante deberá identificar claramente las categorías de bienes en cuestión y su correspondiente reducción del precio, por ejemplo:

— «30 % de descuento en los productos con un punto azul y 40 % de descuento en los productos con un punto rojo».

Por lo que se refiere a la indicación del precio «anterior» con respecto a cada uno de los productos a que se refiere el anuncio general de reducción de precios, pueden distinguirse dos casos:

- Cuando, en los últimos treinta días, **el comerciante no haya aumentado el precio** de los distintos bienes objeto de los anuncios generales ni haya organizado otras reducciones (generales) de precios durante ese período. En este caso, el precio «anterior» a efectos del artículo 6 bis será el **precio de venta de los bienes** anteriormente aplicado, es decir, el precio ya indicado en la etiqueta de precio o en la sección de precios de la interfaz de la tienda en línea. Por consiguiente, el comerciante no tendrá que modificar las etiquetas de precio/la información en línea de los productos en cuestión como consecuencia de la aplicación del artículo 6 bis de la DIP.
- Cuando el **comerciante haya aumentado el precio** o haya organizado otra reducción (general) del precio en los últimos treinta días, el precio de venta que se muestra en la etiqueta o en línea no se considerará el precio «anterior», ya que no será el precio más reducido de los últimos treinta días, tal como exige el artículo 6 bis. Por lo tanto, el comerciante tendrá que adaptar las correspondientes etiquetas de precio o la indicación del precio en línea de los productos a que se refiere el anuncio general de reducción de precios con el fin de indicar el precio «anterior» correcto de dichos bienes.

El artículo 6 bis de la DIP no impide la **publicidad colectiva** de las reducciones de precios cuando entidades centrales, como franquiciadores, planifiquen y anuncien campañas de reducción de precios en nombre de los vendedores (minoristas) que distribuyen sus productos. Cuando dicha entidad central anuncie reducciones de precios en nombre de sus miembros, deberá asegurarse de que los minoristas participantes estén en condiciones de cumplir los requisitos relativos a las reducciones de precios, por ejemplo, debe facultarles para que puedan respetar las normas sobre la indicación del precio «anterior». Cada minorista participante seguirá siendo responsable, también en este caso, de garantizar que los productos pertinentes que vende en el marco de la campaña de reducción de precios tengan el precio «anterior» correcto.

Como se ha explicado anteriormente, cuando el minorista participante haya mantenido sus precios estables durante los treinta días anteriores al anuncio de la reducción, no será necesario realizar ningún ajuste de los precios «anteriores» individuales, ya que el precio de venta previo constituirá el precio «anterior» a efectos del artículo 6 bis. Si este no fuera el caso de determinados bienes cubiertos por la campaña general, el vendedor deberá ajustar el precio «anterior» de los bienes de que se trate. Esto sucederá, por ejemplo, cuando a las campañas de reducción de precios lanzadas por el respectivo vendedor (minorista) para sus propios productos les sigan campañas lanzadas por la entidad central en un plazo inferior a treinta días. En tales casos, para determinar el precio «anterior», el minorista concreto afectado deberá tener en cuenta el precio rebajado en la(s) campaña(s) anterior(es).

2.3. Programas de fidelización y reducciones de precios personalizadas

El artículo 6 bis de la DIP no se aplica a los **programas de fidelización de clientes del vendedor**, como tarjetas de descuento o vales, que dan derecho al consumidor a un descuento en el precio de todos los productos del vendedor o de determinadas gamas de productos durante largos períodos continuados (por ejemplo, seis meses, un año) o que permiten la acumulación de crédito (puntos) para futuras compras.

El artículo 6 bis de la DIP tampoco se aplica a las **reducciones de precios reales personalizadas** que no se corresponden con el concepto de «anunciar» la reducción del precio. Un ejemplo típico de este tipo de reducciones de precios son las derivadas de compras previas del consumidor con el vendedor de que se trate, como cuando el consumidor recibe un vale con un «20 % de descuento» en el momento de la compra, válido para su siguiente compra hasta final del mes. Otros ejemplos de reducciones de precios reales personalizadas que no entran en el ámbito de aplicación del artículo 6 bis son las reducciones concedidas en ocasiones especiales para ese consumidor, por ejemplo en el momento de su adhesión al programa de fidelización o con motivo de su boda o cumpleaños, así como las reducciones aplicadas en el momento de la compra que no se hayan «anunciado» de antemano.

Estos programas de fidelización y ofertas personalizadas siguen siendo evaluados en el marco de la DPCD (véanse las secciones 2.8.2 y 4.2.8 de la Guía sobre la DPCD ⁽¹⁷⁾).

En cambio, el artículo 6 bis de la DIP sí será aplicable a aquellas reducciones de precios que, aunque se presenten como personalizadas, **en realidad se estén ofreciendo o anunciando a los consumidores en general**. Esta situación podría darse cuando el comerciante ofreciera «vales» o códigos de descuento potencialmente a todos los consumidores que visiten la tienda física o la tienda en línea durante períodos concretos. Por ejemplo, campañas como las siguientes:

- «Hoy un 20 % de descuento al utilizar el código XYZ», o
- «Este fin de semana un 20 % de descuento en todos los productos solo para los miembros del programa de fidelización».

En estas campañas, muchos o la mayoría de los clientes pueden acceder al código/programa de fidelización o utilizarlo. En estos casos, el comerciante debe cumplir los requisitos del artículo 6 bis, es decir, garantizar que el precio «anterior» de todos los bienes de que se trate sea **su precio más reducido ofrecido al público** durante los últimos treinta días (véase la sección 2.1 sobre los anuncios generales de reducción de precios).

3. INTERACCIÓN CON LA DIRECTIVA SOBRE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES

La Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo ⁽¹⁸⁾ sobre las prácticas comerciales desleales («DPCD») prohíbe las prácticas comerciales desleales en las transacciones entre empresas y consumidores ⁽¹⁹⁾, y se aplica a todas las prácticas comerciales que se producen antes, durante y después de que tenga lugar una transacción de ese tipo. El artículo 2, letra d), de la DPCD define prácticas comerciales como «todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores». Una práctica comercial desleal podría ser una práctica engañosa o agresiva (artículos 6 a 9) o una infracción de los requisitos de la diligencia profesional (artículo 5, apartado 2) que pueda distorsionar la decisión sobre una transacción de un consumidor medio.

El artículo 3, apartado 4, de la DPCD dispone que, en caso de conflicto entre las disposiciones de la DPCD y otras normas del Derecho de la Unión que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

Por lo tanto, en la medida en que el artículo 6 bis de la DIP introduce un conjunto específico de normas relativas a la definición e indicación del precio «anterior» al anunciar una reducción del precio, prevalece sobre la DPCD en lo que se refiere a los aspectos sobre reducción de precios que se rigen por esas normas específicas ⁽²⁰⁾.

Por consiguiente, la exactitud del precio «anterior» indicado por el vendedor y de la correspondiente reducción del precio debe evaluarse a la luz de los requisitos concretos del artículo 6 bis de la DIP. Sin embargo, esto no impide que las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación también apliquen la DPCD a las prácticas de comerciantes que infrinjan el artículo bis de la DIP cuando estas **también** constituyan prácticas desleales prohibidas por la DPCD, en particular las acciones engañosas en relación con la existencia de una ventaja específica con respecto al precio en el sentido del artículo 6, apartado 1, letra d).

Por otra parte, como se menciona en la sección 1.2.5 de la Guía sobre la DPCD, la DPCD y, en particular, su artículo 6, apartado 1, letra d), sobre afirmaciones engañosas acerca de la existencia de una ventaja con respecto al precio, **sigue siendo aplicable a otros aspectos de las reducciones de precios**. La DPCD se podría aplicar a diferentes aspectos engañosos de las prácticas de reducción de precios, tales como:

- la prolongación excesiva de los períodos durante los que se aplican reducciones de precios en comparación con el período durante el que los productos se venden a su precio no reducido;
- el anuncio de una reducción de, por ejemplo, «hasta el 70 % de descuento», cuando solo se rebajan unos pocos artículos en un 70 % y al resto se les aplica un porcentaje considerablemente inferior.

⁽¹⁷⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_es.

⁽¹⁸⁾ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo («Directiva sobre las prácticas comerciales desleales») (DO L 149 de 11.6.2005, p. 22).

⁽¹⁹⁾ Antes de que la Directiva (UE) 2019/2161 introdujera modificaciones en la DIP, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea había confirmado en el asunto C-421/12, Comisión Europea/Reino de Bélgica, ECLI:EU:C:2013:769, que los Estados miembros no podían adoptar disposiciones nacionales más exigentes sobre las reducciones de precios en virtud de la DPCD ni de la Directiva (original) sobre la indicación de los precios.

⁽²⁰⁾ Véase también el asunto C-476/14, Citroën, ECLI:EU:C:2016:527, del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

A este respecto, cabe señalar que, aparte de las reducciones de precios, un vendedor puede utilizar otros tipos de **prácticas que promuevan ventajas con respecto al precio**, tales como:

- comparaciones con otros precios, por ejemplo, precios de otros comerciantes ⁽²¹⁾ o el precio de venta al público recomendado por el fabricante;
- ofertas condicionales combinadas o vinculadas (por ejemplo, «compre uno, llévase dos» o «un 30 % de descuento con la compra de tres».

Estas prácticas promocionales quedan fuera del ámbito de aplicación del artículo 6 bis de la DIP, pero siguen estando plenamente sujetas a la DPCD.

La DPCD abarca también cualquier anuncio de reducción del precio u otro tipo de práctica que promueva ventajas con respecto al precio en relación con los contenidos digitales ⁽²²⁾ y todos los tipos de servicios, puesto que la DIP se aplica únicamente a los bienes muebles (véase la sección 1.1).

Un vendedor también puede combinar la comparación de precios con un anuncio de reducción del precio regulado por el artículo 6 bis de la DIP. Como se indica en la sección 2.8.2 de la Guía sobre la DPCD, un vendedor que presente una comparación de precios **debe prestar la máxima atención** para asegurarse de que el consumidor medio no perciba la comparación con, por ejemplo, el precio de venta al público recomendado, como una reducción del precio. Cuando, debido a su presentación engañosa, la comparación de precios sea en realidad percibida por un consumidor medio como una reducción del precio, esta práctica puede constituir una infracción tanto de la DPCD como del artículo 6 bis de la DIP debido a la presentación incorrecta del precio «anterior».

4. OPCIONES REGLAMENTARIAS

El artículo 6 bis, apartados 3 a 5, ofrece a los Estados miembros la posibilidad de establecer excepciones a la norma general sobre reducciones de precios en caso de:

- bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez («bienes percederos»),
- bienes que hayan estado en el mercado durante menos de treinta días (bienes «de reciente introducción»), y
- reducciones sucesivas de precios a lo largo de un período de treinta días.

4.1. Bienes percederos

Artículo 6 bis

3. Los Estados miembros podrán establecer normas diferentes para los productos que puedan deteriorarse o caducar con rapidez.

La opción prevista en el artículo 6 bis, apartado 3, permite a los Estados miembros establecer normas diferentes en el caso de los productos que puedan deteriorarse o caducar con rapidez. Estas normas pueden consistir incluso en **excluir por completo a dichos bienes del ámbito de aplicación del artículo 6 bis** o en permitir al vendedor que indique como precio «anterior» el último precio inmediatamente anterior a la reducción del precio.

Los bienes que «puedan deteriorarse o caducar con rapidez» son productos percederos que pueden tener que ser rebajados con mayor frecuencia de cara a venderse más rápidamente cuando se aproximen sus fechas de caducidad. Este concepto también se utiliza en el artículo 16, párrafo primero, letra d), de la Directiva sobre los derechos de los consumidores ⁽²³⁾, que establece que los consumidores no tendrán derecho a desistir de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento cuando se trate del «suministro de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez».

La Directiva sobre los derechos de los consumidores no define los «bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez». El cumplimiento de los criterios objetivos de poder «deteriorarse o caducar con rapidez» debe apreciarse caso por caso. Los alimentos frescos y las bebidas con plazos cortos de caducidad son ejemplos de productos que pueden deteriorarse o caducar con rapidez. Esta posibilidad de que los Estados miembros establezcan excepciones a la norma general sobre reducciones de precios no puede aplicarse a los bienes que no sean percederos debido a su composición y propiedades físicas, sino que solo «caduquen» en un sentido comercial, como la ropa de temporada ⁽²⁴⁾.

⁽²¹⁾ La comparación de precios de diferentes comerciantes también está comprendida en el ámbito de aplicación de la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa (DO L 376 de 27.12.2006, p. 21), que establece las condiciones en las que está permitida la publicidad comparativa.

⁽²²⁾ Definidos como «datos producidos y suministrados en formato digital» en el artículo 2, apartado 1, de la Directiva (UE) 2019/770 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales (DO L 136 de 22.5.2019, p. 1).

⁽²³⁾ Directiva 2011/83/UE.

⁽²⁴⁾ Véase el Documento de orientación relativo a la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive_en.

Al interpretar este concepto en el marco de la DIP se aplica el mismo enfoque que en la Directiva sobre los derechos de los consumidores.

4.2. Bienes «de reciente introducción»

Artículo 6 bis

4. Cuando el producto haya estado en el mercado durante menos de treinta días, los Estados miembros podrán establecer asimismo un período de tiempo más corto que el especificado en el apartado 2.

La opción prevista en el artículo 6 bis, apartado 4, permite a los Estados miembros aceptar que también haya anuncios de reducción del precio en relación con bienes («de nueva introducción») que el comerciante haya estado vendiendo durante menos de treinta días antes de anunciar la reducción del precio. Esta opción se formula de manera amplia y se refiere a «un período de tiempo más corto» (que el período por defecto de al menos treinta días).

A diferencia de la opción reglamentaria relativa a los bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez, para los cuales los Estados miembros pueden establecer «normas diferentes», incluida la exención de dichos bienes del ámbito de aplicación del artículo 6 bis, esta opción reglamentaria solo alude a «un período de tiempo más corto». Por consiguiente, no puede interpretarse que incluye también la posibilidad de eximir por completo a estos bienes de la obligación de respetar un período de referencia para determinar el precio «anterior».

Por lo tanto, cuando los Estados miembros opten por aplicar esta posibilidad de excepción a la norma general, deben establecer un **período de tiempo específico** para la determinación del precio «anterior» o, alternativamente, **permitir que los comerciantes determinen por sí mismos el período de tiempo e indiquen dicho período junto con el precio «anterior» correspondiente**. En esta última hipótesis, cuando el período de referencia específico no esté establecido por la normativa nacional, la lealtad de los anuncios de reducción del precio relativos a los bienes en cuestión seguirá apreciándose caso por caso con arreglo a la DPCD.

El concepto de estar en el «mercado» debe interpretarse en el contexto de la norma general establecida en el artículo 6 bis, apartados 1 y 2, que se refiere a las acciones del comerciante concreto que anuncia la reducción del precio. Por lo tanto, en este contexto, el término «mercado» se refiere a la venta de los bienes por parte de un comerciante determinado, según la definición de «comerciante» recogida en el artículo 2, letra d), de la DIP.

Debe considerarse que los bienes ya han estado en el «mercado» cuando el **vendedor reanude la oferta** de los **mismos** bienes tras un período de interrupción, por ejemplo, después de que se hayan agotado temporalmente las existencias de dichos bienes o cuando se trate de bienes de temporada, como ropa de invierno/verano. En tal caso, dado que dichos bienes no serían, en sentido estricto, «de nueva introducción», no se aplicará la excepción prevista en el artículo 6 bis, apartado 4.

Sin embargo, en estas situaciones, el comerciante puede elegir como período de referencia para fijar el precio «anterior» **un período de tiempo más largo** durante el cual el bien haya sido puesto a la venta, por un total de al menos treinta días. Por consiguiente, cuando el vendedor vuelva a poner un bien a la venta tras un período de interrupción, el vendedor podrá anunciar una reducción del precio indicando como precio «anterior» el precio más reducido aplicado durante el período de referencia anterior a la interrupción (por ejemplo, en el año anterior), siempre y cuando:

- el bien se haya ofrecido en venta durante un total de al menos treinta días a lo largo de ese período de referencia, y
- el precio «anterior» indicado sea el precio más reducido de todo el período de referencia.

Previa evaluación caso por caso, puede exigirse al comerciante, de conformidad con el artículo 7 de la DPCD, que informe al consumidor cuando el precio «anterior» indicado sea un precio que no se aplicó en el período inmediatamente anterior a la reducción del precio, sino, por ejemplo, durante la temporada anterior.

4.3. Reducciones progresivas de precios

Artículo 6 bis

5. Los Estados miembros podrán disponer que, cuando la reducción del precio se aumente progresivamente, el precio anterior sea aquel precio sin reducir antes de la primera aplicación de la reducción.

La opción reglamentaria prevista en el artículo 6 bis, apartado 5, se aplicará cuando el precio se reduzca gradualmente, **sin interrupciones**, durante la misma campaña de ventas. En este caso, el precio «anterior» es el precio más reducido de los treinta días anteriores al anuncio de la primera aplicación de una reducción del precio y seguirá constituyendo el precio «anterior» en relación con todos los anuncios posteriores de reducción de precios durante esa campaña de ventas.

- Por ejemplo, el precio más reducido del bien durante los treinta días inmediatamente anteriores al inicio de la campaña de ventas fue de 100 EUR. El vendedor indica 100 EUR como su precio «anterior» cuando anuncia la primera reducción del precio (por ejemplo, un 10 %) y puede mantener el mismo precio «anterior» también al anunciar las siguientes reducciones del 20 % y del 30 %.

La situación es diferente cuando hay sucesivas campañas de ventas durante un período de treinta días (por ejemplo, en promociones como «20 % de descuento cada domingo de diciembre» o durante las sucesivas campañas de ventas del «Día del soltero», el «Black Friday», el «Cyber Monday» o la Navidad en noviembre y diciembre). En el contexto de estas campañas sucesivas de ventas, en las que el precio aumenta en períodos (breves) intermitentes, se aplica la norma general del artículo 6 *bis* y el precio «anterior» para cada una de las reducciones de precios sucesivas es el precio más reducido de, como mínimo, los últimos treinta días, esto es, incluido el precio rebajado durante las promociones anteriores.

Para evitar cualquier elusión de lo dispuesto en el artículo 6 *bis*, apartados 1 y 2, el apartado 5 se interpretará en sentido estricto. En consecuencia, solo será aplicable cuando el precio se reduzca progresivamente, sin interrupciones y sin que el precio «anterior» indicado aumente en el transcurso de la reducción continuada de precios.
