

Real Decreto-Ley 20/2018, de 7 de diciembre, de medidas urgentes para el impulso de la competitividad económica en el sector de la industria y el comercio en España  
[BOE n.º 296, de 24-XI-2018]

**MODIFICACIÓN DE LOCM EN MATERIA DE VENTAS CON PÉRDIDA, VENTAS A DISTANCIA Y FRANQUICIA**

A través del artículo 6 del Real Decreto-Ley 20/2018, de 7 de diciembre, de medidas urgentes para el impulso de la competitividad económica en el sector de la industria y el comercio en España –BOE núm. 296, de 8 de diciembre de 2018– se procede a la modificación de un conjunto de preceptos contenidos en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM), al tiempo que deroga su normativa de desarrollo.

– Modificación de los arts. 14 y 65.1.c) LOCM

La nueva redacción del art. 14 LOCM mantiene en líneas generales la noción de venta a pérdida a los efectos de concretar el ámbito objetivo de su prohibición ex art. 14.1 LOCM que se incorporaba en el previgente art. 14.2 LOCM. Así, «se considerará que existe venta con pérdida cuando el precio aplicado al producto sea inferior al de adquisición según factura, deducida la parte proporcional de los descuentos que figuren en la misma, o al de reposición si éste fuese inferior a aquél o al coste efectivo de producción o si el artículo hubiese sido fabricado por el propio comerciante, incrementados en las cuotas de los impuestos indirectos que graven la operación».

En virtud de la previgente redacción del art. 14.1.i) LOCM se establecía una prohibición general de venta a pérdida que decaía atendida la concurrencia de determinadas circunstancias. Por un lado, en los supuestos contemplados en los capítulos IV, venta de saldos, y V, ventas en liquidación, del Título II LOCM, así como cuando la venta afectase a productos perecederos en fechas próximas a su inutilización. Fuera de los anteriores supuestos, el juicio de legalidad de la venta a pérdida se sujetaba a que quien procediese a vender a pérdida tuviera por objetivo alcanzar los precios de uno o de varios competidores con capacidad para afectar, significativamente, a sus ventas. Todo lo anterior, señalaba el art.14.1.ii) LOCM, siempre que se respetasen las previsiones contenidas en la Ley de Competencia Desleal, BOE n.º 10, de 11 de enero de 1991, que, como se sabe, sanciona la ilegalidad de la venta a pérdida susceptible de inducir a error a los consumidores acerca del nivel de precios de otros productos o servicios del mismo establecimiento; cuando desacredite la imagen de un producto o establecimiento ajeno, o bien forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado (art. 17 LCD).

Mediante la nueva redacción que se da al art. 14.1 LOCM decae la genérica prohibición de venta a pérdida, proscribiéndose únicamente la venta a pérdida que se

reputa desleal. A estos efectos se recogen los supuestos en que la venta a pérdida se reputa desleal añadiéndose a los supuestos de reproche de deslealtad contenidos en el art. 17 LCD un cuarto supuesto referido a las prácticas comerciales desleales que incorpora la conducta proscrita en el art. 5º.1.e LCD y la contenida en el art. 4º.1 LCD (*vid.* asimismo art. 19 LCD). De este modo se sanciona la prohibición de venta con pérdida merecedora de reproche de deslealtad «cuando forme parte de una práctica comercial que contenga información falsa sobre el precio o su modo de fijación, o sobre la existencia de una ventaja específica con respecto al mismo, que induzca o pueda inducir a error al consumidor medio y le haya hecho tomar la decisión de realizar una compra que, de otro modo, no hubiera realizado».

Se ha modificado, además, el artículo 65.1.c) LOCM advirtiendo que la realización de ventas con pérdida que se reputen desleales en los supuestos del art. 14.1 LOCM, que, recordemos, coinciden con supuestos merecedores de reproche de deslealtad recogidos en la LCD, tendrán la consideración de infracción grave sujeta al régimen de sanción previsto en el art. 68.2 LOCM.

La modificación de las previsiones en materia de venta con pérdida que introduce el Real Decreto-Ley 20/2018 trae causa, según se señala en la Exposición de Motivos, de la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 19 de octubre de 2017, como consecuencia del procedimiento prejudicial c-295/16, caso Europamur Alimentación S.A., que declaró la incompatibilidad de la anterior redacción del art. 14 LOCM con la Directiva 2005/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, sobre prácticas desleales de las empresas con los consumidores en el mercado interior cuyas previsiones se incorporaron en nuestro Derecho a través de la LCD.

En virtud de la referida sentencia, continúa señalando la Exposición de Motivos del Real Decreto-Ley 20/2018, se declaró la improcedencia de prohibiciones generales de ofertar o de realizar ventas con pérdidas, no pudiendo regularse excepciones a estas prohibiciones que no estuvieran recogidas en la Directiva 2005/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo. No procede, por tanto, que los Estados miembros adopten medidas más restrictivas en un plano concurrencial atendida también su incidencia en la ordenación del comercio que las previstas en la normativa comunitaria aun cuando las mismas resulten en una mayor protección para los consumidores.

Del mismo modo el art. 6 del Real Decreto-Ley 20/2018 modifica los arts. 38 y 62 LOCM a los efectos de suprimir el Registro de Empresas a Distancia y el Registro de Franquiciadores.

- Modificación de los arts. 38, 62 y 65.1.a) LOCM y derogación del art. 65.1.r) LOCM

En el Título III de la LOCM se regulan las denominadas *ventas especiales*. Bajo esta rúbrica se ubican las ventas a distancia, las ventas ambulantes o no sedentarias, ventas automáticas y ventas en pública subasta. Atendida la regulación de estas ventas especiales, podía comprobarse que, con anterioridad a la reforma que ahora nos

ocupa, la única modalidad de venta que exigía a las empresas que la practicaban su inscripción en el correspondiente registro administrativo era la de la venta a distancia. De este modo, para la actividad empresarial de venta a distancia, se establecía una obligación administrativa de inscripción registral y se habilitaban los Registros de Empresas a Distancia tanto estatales como autonómicos (así resultaba de la previgente redacción del art. 38.2 LOCM que fue objeto de desarrollo reglamentario a través del Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el registro de empresas de ventas a distancia. En el art. 5 de esta disposición se enumeraban las técnicas de venta a distancia sujetas a inscripción registral. Habían de solicitar su inscripción en el Registro de Empresas de Ventas a Distancia las que ejercen su actividad comercial a través de técnicas como el catálogo, el impreso, la carta normalizada, publicidad en prensa con cupón de pedido, el teléfono, la radio, la televisión, vídeo texto y fax).

Por su parte, el art. 62.2 LOCM en su redacción anterior a la que ahora se introduce preveía la obligación de registro de las personas físicas y jurídicas que pretendiesen desarrollar en territorio español la actividad de franquiciadores. La regulación de este registro administrativo resultaba de las previsiones contenidas en el Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al Registro de Franquiciadores.

La falta de comunicación del inicio de actividad en plazo al registro de ventas a distancia o al Registro de Franquiciadores constituía una infracción grave tal y como se reseñaba en el ahora modificado art. 65.1 LOCM y en el derogado art. 65.1.r LOCM.

Con la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 20/2018, de 7 de diciembre, se suprimen tanto el Registro de Empresas de Ventas a Distancia como el Registro de Franquiciadores. En lo que a la justificación de este proceder del legislador se refiere, en la Exposición de Motivos del Real Decreto-Ley 20/2018 se señala que tanto uno como otro registro se limitaban a la incorporación de información presentada por empresarios dedicados a las ventas a distancia y franquiciadores. No se llevaba a cabo, se señala, actividad de verificación alguna más allá de la referida a la titularidad de la marca en el supuesto del Registro de Franquiciadores.

Se advierte, además, que la experiencia de informatización del Registro de Franquiciadores supuso un coste económico elevado e introdujo unos costes de gestión para los franquiciadores que no se correspondía con los beneficios de información y seguridad jurídica pretendidos. La información suministrada se basaba, como se ha reseñado, en la suministrada por las empresas.

Señalado lo anterior, se concluye que *tras el análisis de la evolución del mercado, en el sector, las necesidades reales del mismo y las limitaciones tanto funcionales como competenciales que presentan ambos registros, se ha concluido que estos ya no cumplen la función legal de política administrativa correspondiente a la disciplina de mercado y dirigida a la protección del consumidor que justificó su existencia, por lo*

*que, con base en razones de supresión de trabas para las empresas, incentivación de la actividad económica y de racionalización de recursos, se ha adoptado la decisión de suprimirlos.*

Ignacio MORALEJO MENÉNDEZ  
Profesor Titular de Derecho Mercantil  
Universidad de Zaragoza  
[imoral@unizar.es](mailto:imoral@unizar.es)