

Base de Datos de Legislación

Decreto 2807/1972, de 15 de septiembre, por el que se regula la publicidad y marcado de precios en la venta al público de artículos al por menor.

La Orden de la Presidencia del Gobierno de 15 de julio de 1952, estableció como obligación de carácter general para los establecimientos de venta al público la de exponer de forma visible los precios de los artículos en venta. La vigilancia del cumplimiento de esta obligación quedó encomendada a la Fiscalía de Tasas. Extinguido este Organismo, las tareas de vigilancia e inspección que le correspondían fueron atribuidas al Servicio de Inspección de la Disciplina del Mercado del Ministerio de Comercio, incluyendo las contenidas en el texto de la Orden de la Presidencia del Gobierno de 15 de julio de 1952.

Precisamente uno de los aspectos más destacables dentro de la disciplina del mercado lo constituye el relativo a la publicidad de los precios de venta al público por medio del marcado de los mismos en los establecimientos comerciales. En este sentido se ha pronunciado de modo particular el artículo 27 de la Orden de 24 de octubre de 1966, que exige el previo conocimiento de los precios por parte del consumidor mediante el marcado, etiquetado, exhibición de carteles o anuncios u otros medios análogos de publicidad. Este principio general, al ponerse en relación con el Decreto número 3.052 mediante la remisión que al mismo hace el artículo 33 de la mencionada Orden, se constituye decididamente en materia de disciplina del mercado, y al haber quedado ésta atribuida al Ministerio de Comercio parece no sólo oportuno, sino incluso necesario revisar la reglamentación existente hasta la fecha, adaptándola a las circunstancias actuales, tanto en cuanto al órgano encargado de hacer efectiva dicha norma como también en cuanto al contenido de la norma misma.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Comercio, previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 15 de septiembre de 1972, dispongo:

Artículo 1.

Uno. Los establecimientos comerciales, sin excepción, quedan obligados a exhibir el precio de las mercancías que se encuentren expuestas para su venta.

Dos. El precio al que se refiere el apartado anterior se denominará en lo sucesivo *precio de venta al público* y se conocerá con las siglas P. V. P. Este precio será anunciado en forma tal que el posible adquirente quede informado de su contenido por la sola lectura del anuncio, sin necesidad de obtener, a tal efecto, ningún tipo de información complementaria.

Artículo 2.

Uno. El precio de venta al público deberá comprender la cantidad total que el comprador esté obligado a satisfacer. Dicha cantidad vendrá referida a la unidad del producto vendido, salvo que la venta se realice a granel, en cuyo caso vendrá determinada por una unidad de peso o medida, que deberá quedar claramente especificada. Salvo excepciones expresamente autorizadas por la Dirección General de Comercio Interior para aquellos casos en los que la práctica del comercio constituya una costumbre legítima, sólo se admitirán, a estos efectos, como unidades válidas: el kilo, el metro y el litro, respectivamente. No será por tanto lícita la determinación del precio de venta con referencia a unidades fraccionarias.

Dos. En cumplimiento de la obligación establecida en el apartado anterior, en los precios de venta al público que se expongan deberán incluirse todos aquellos impuestos o cargas que gravan el producto vendido. Ello no obstante, las Empresas mercantiles obligadas por la presente disposición están facultadas para discriminar, en el momento de exhibir materialmente el precio de venta, las cargas o gravámenes que afecten al producto.

Artículo 3.

Uno. Los precios de venta al público deberán ser exhibidos mediante etiquetas fijadas sobre cada artículo. En las mismas se consignará, además de los requisitos previstos en el [artículo 1](#) y las características del producto, su valor en guarismos precedido de las siglas P. V. P.

Dos. En cualquier caso el comprador estará en condiciones de conocer el precio de los artículos expuestos en el escaparate sin necesidad de entrar en el establecimiento comercial y de conocer el precio de los artículos expuestos en anaqueles o armarios del interior sin precisar aclaración alguna al respecto por parte del vendedor.

Artículo 4.

Para aquellos supuestos en que no sea posible la fijación de la etiqueta a que se refiere el artículo anterior, el precio de venta al público deberá exhibirse de tal modo que su conocimiento sea fácil para el comprador, sin que necesite realizar ningún esfuerzo para su comprobación.

A estos efectos se faculta a la Dirección General de Comercio Interior para dictar normas de carácter reglamentario, en relación con los requisitos específicos que pueden exigir la publicidad de los precios en determinados establecimientos.

Artículo 5.

Uno. La venta de productos de igual naturaleza, a un mismo precio y expuestos en forma conjunta, permitirá la exhibición de un solo anuncio que comprenda todos los productos.

Dos. Cuando se trate de productos heterogéneos, pero vendidos en forma conjunta, el anuncio del precio expuesto expresará como mínimo el valor total del conjunto.

Artículo 6.

Los precios de los servicios serán objeto de publicidad en los lugares donde se presten mediante anuncios perfectamente visibles para la clientela, en los que figuren relacionados los correspondientes servicios ofertados y sus precios totales, con inclusión de toda carga o gravamen sobre los mismos.

Artículo 7.

En los mercados minoristas o en los establecimientos detallistas podrá llevarse a efecto la publicidad de los precios de las mercancías en forma conjunta mediante un panel en el que se consigne el precio de los anteriores escalones comerciales, margen comercial añadido y el precio final del producto. La publicidad de la presente disposición se atenderá a las normas reglamentarias que a tal efecto se dicten por el Ministerio de Comercio.

Artículo 8.

Uno. La exigencia de un precio superior al anunciado para la venta de bienes o prestación de servicio se considerará infracción a la disciplina del mercado, conforme a lo previsto en el artículo 3, apartado primero, del Decreto número 3052/1966.

Dos. Cuando exista discordancia entre los precios anunciados para un mismo producto se entenderá que la exigencia del que sea más elevado constituye igualmente infracción administrativa a la disciplina del mercado, conforme a la norma prevista en el apartado anterior.

Artículo 9.

En todo caso el quebrantamiento de las obligaciones y requisitos exigidos en la presente disposición constituye infracción administrativa a la disciplina del mercado.

DISPOSICIÓN FINAL.

Queda derogada la Orden de la Presidencia del Gobierno de 15 de julio de 1952.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en San Sebastián a 15 de septiembre de 1972.

- Francisco Franco -

El Ministro de Comercio,
Enrique Fontana Codina.