

Código de la entidad	Entidades locales
147	LEGARDA.
150	LEOZ.
	ARTARIAIN.
	IRACHETA.
	LEOZ.
	OLLETA.
151	LERGA.
154	LEZAUN.
156	LIZOAIN.
158	LONGUIDA.
	AOS.
	ARTAJO.
	ECAY.
	MURILLO DE LONGUIDA.
	VILLAVETA.
162	MARAÑON.
170	MIRAFUENTES.
175	MUES.
181	NAVASCUES.
	ASPURZ.
	NAVASCUES.
	USTES.
182	NAZAR.
185	OCHAGAVIA.
187	OITZ.
190	OLEJUA.
192	OLORIZ.
	ECHAGÜE.
	MENDIVIL.
	OLORIZ.
	SOLCHAGA.
195	ORBAITZETA.
196	ORBARA.
197	ORISOAIN.
198	ORONZ.
199	OROZ-BETELU.
203	PETILLA DE ARAGON.
204	PIEDRAMILLERA.
209	ROMANZADO.
	ARBONIES.
	BIGÜEZAL.
	DOMENO.
	MURILLO-BERROYA.
210	RONCAL.
211	ORREAGA/RONCESVALLES.
213	SALDIAS.
214	SALINAS DE ORO.
217	SAN MARTIN DE UNX.
222	SARRIES.
	IBILCIETA.
	SARRIES.
225	SORLADA.
230	TORRALBA DEL RIO.
	OTIÑANO.
	TORRALBA DEL RIO.
235	UJUE.
237	UNCITI.
	ALZORRIZ.
	ARTAIZ.
	CEMBORAIN.
	NAJURIETA.
	UNCITI.
	ZABALCETA.
238	UNZUE.
241	URRAUL ALTO.
	AYECHU.
	IMIRIZALDU.
	IRUROZQUI.
	ONGOZ.

Código de la entidad	Entidades locales
243	URROZ.
244	URROTZ.
245	URZAINQUI.
247	UZTARROZ.
248	LUZAIDE/VALCARLOS.
252	VIDANGOZ.
255	VILLAMAYOR DE MONJARDIN.
256	HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA.
261	YESA.
262	ZABALZA.
	ARRAIZA.
	UBANI.
	ZABALZA.
263	ZUBIETA.
264	ZUGARRAMURDI.

(Publicada en el «Boletín Oficial de Navarra» número 86, de 16 de julio de 2001)

**15779** LEY Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra.

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE NAVARRA

Hago saber que el Parlamento de Navarra ha aprobado la siguiente Ley Foral reguladora del comercio en Navarra.

**Exposición de motivos**

La Comunidad Foral de Navarra tiene atribuida competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio nacional y de la legislación sobre defensa de la competencia, en virtud de la habilitación concretada en el artículo 56.1.d) de la Ley Orgánica 13/1982, de 10 de agosto, de Reintegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra.

La presente Ley Foral supone la ordenación fundamental del comercio interior en nuestra Comunidad Foral caracterizada por una dispersión normativa reglamentaria. El ejercicio de esta competencia se realiza a partir de las bases establecidas en el marco constitucional definido por los artículos 38, 51 y 131 de la Constitución Española, desde una perspectiva de estudio y regulación de conjunto de las nuevas formas de comercialización, la defensa de la libertad de empresa, la protección y garantía de los derechos de los consumidores y usuarios y la dinamización del comercio minorista con vistas a rápidas adaptaciones de este sensible sector frente a los cambios en la economía y en la sociedad, en general.

El sector comercial navarro está experimentando importantes transformaciones que afectan tanto a productores como a consumidores y, de manera especial, a los propios comerciantes. La aparición de nuevos métodos y sistemas de comercialización, de mediana y gran dimensión, han ido cambiando los cánones que regían el comercio desde las formas de ventas más tradicionales.

Por ello, los principios rectores que tutelan esta Ley Foral se orientan a una armonización de los intereses económicos y urbanísticos a fin de evitar menoscabos en el sector tradicional evitando situaciones de dominio de mercado pero potenciando, a su vez, nuevas formas de gestión, administración, venta y servicio sin olvidar, por supuesto, el debido respeto a la libertad de empresa

y el debido amparo de los intereses económicos de los consumidores y usuarios ante la observación de determinadas obligaciones de los comerciantes minoristas.

La presente Ley Foral se ordena en ocho títulos. En ellos se concreta el ámbito de actuación de la misma y se define su objeto. Se crea una relación conceptual y definitoria de diferentes tipos de establecimientos comerciales y se regula particularizadamente la licencia comercial específica para grandes y medianos establecimientos comerciales abordando los criterios de concesión.

Se regula los horarios comerciales, la práctica de determinadas actividades promocionales de venta y ventas especiales, instaurando un Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales.

Se crea el Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista como órgano consultivo en el que estarán personalizados los agentes económicos y sociales más representativos de la Comunidad Foral de Navarra.

Se regulan a su vez modalidades comerciales de venta a domicilio, venta en cadena o pirámide y venta ocasional o de temporada.

A su vez, se contempla la regulación inicial que a futuro permitirá una completa normativa tanto del comercio electrónico como del comercio mayorista.

Se ha concretado un régimen sancionador completo que hace posible una eficaz y rápida protección de los intereses públicos implicados en la regulación del comercio minorista.

Por último, se ha querido incluir en el tenor literal del texto legal una serie de medidas que tienen como objetivo el apoyo al pequeño comercio, para que, y sin perjuicio del derecho de libre competencia, esté en condiciones de mejorar y modernizar su estructura y ser plenamente competitivo.

## TÍTULO I

### Disposiciones generales

#### CAPÍTULO I

##### Objeto y ámbito de aplicación

###### Artículo 1. *Objeto.*

La presente Ley Foral tiene por objeto la regulación del comercio minorista en la Comunidad Foral de Navarra a fin de mejorar y modernizar las estructuras comerciales y normalizar determinadas actividades promocionales de ventas.

###### Artículo 2. *Principios rectores.*

La presente Ley Foral se regirá por los siguientes principios rectores, potenciando:

a) El mantenimiento de la estructura tradicional del comercio minorista dentro del núcleo urbano de los municipios navarros.

b) El acceso en mayores condiciones de igualdad a las nuevas formas de crecimiento del comercio.

c) El crecimiento armonioso y equilibrado de actividades comerciales aspirando a un desarrollo sostenible del entorno urbano.

d) La participación de las Administraciones Públicas en las plusvalías generadas por la implantación de grandes establecimientos comerciales.

e) La participación de agentes sociales, en especial de los consumidores, en el desarrollo de la implantación comercial.

###### Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

1. La presente Ley Foral será de aplicación a las actividades comerciales realizadas en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de Navarra.

Esta Ley Foral se aplicará con carácter supletorio a aquellas actividades comerciales minoristas que se hallen reguladas por una legislación específica.

Es irrelevante a efectos de aplicación de la presente Ley Foral que el comerciante minorista sea a su vez fabricante o comerciante mayorista de artículos cuya oferta de venta realice.

2. Están excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley Foral, rigiéndose por su normativa específica:

a) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural y en su lugar de producción, o en los centros cooperativos de recogida de producción.

b) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus propios talleres, ferias y mercadillos sectoriales.

## CAPÍTULO II

### Del comercio minorista

###### Artículo 4. *Concepto.*

Es comercio minorista o actividad comercial minorista, a efectos de la presente Ley Foral, la actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro consistente en situar u ofrecer en el mercado productos naturales o elaborados a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

###### Artículo 5. *Ejercicio simultáneo de actividad comercial minorista y de producción o distribución mayorista.*

1. A los efectos de esta Ley Foral, se entiende por actividad comercial de carácter mayorista aquella que tiene como destinatarios a otros comerciantes o empresarios que no constituyan consumidores finales.

2. El ejercicio simultáneo de comercio minorista y actividad comercial mayorista en un mismo establecimiento obligará a delimitar la zona o espacio en que se desarrolla la actividad comercial minorista debiéndose cumplir las normas relativas a cada tipo de comercio.

###### Artículo 6. *Entidades cooperativas y formas jurídicas análogas.*

Las entidades cooperativas u otras formas jurídicas análogas estarán obligadas a distinguir la oferta dirigida a los socios de la que se dirija al público en general. Estarán sometidas a esta Ley Foral la oferta de las cooperativas o entidades análogas dirigida al público en general y los casos en que la misma no aparezca rigurosamente diferenciada de la que realicen a sus socios.

###### Artículo 7. *Prohibiciones y restricciones al comercio.*

1. No podrán ejercer el comercio, además de las personas físicas y jurídicas a quienes les esté específicamente prohibido por la normativa vigente, los empresarios individuales o sociales, a quienes la normativa

especial de la actividad que desarrollan les exija dedicarse exclusivamente a la misma.

2. Se prohíbe expresamente la exposición y venta de mercancías y la remisión o entrega de catálogos, folletos o publicidad de las mismas al destinatario final del producto cuando éstas procedan de personas cuya actividad sea distinta a la comercial y, como consecuencia de la actividad que les es propia, tengan como finalidad principal la realización de préstamos, depósitos u operaciones de análoga naturaleza, adheridas a la oferta comercial de la mercancía, de tal forma que una no se pudiera hacer efectiva sin la otra.

En todo caso, se presumirá la existencia de estas actuaciones en el supuesto de que el comprador pudiera realizar pedidos o adquirir mercancías en los establecimientos de aquéllas.

### CAPÍTULO III

#### Comerciante, promotor y operador

##### Artículo 8. *Comerciante.*

A los efectos de esta Ley Foral, se considerará comerciante aquella persona física o jurídica que, teniendo capacidad para ejercer la actividad comercial, se dedica en nombre propio al comercio minorista como profesión habitual.

##### Artículo 9. *Promotor.*

Es promotor aquella persona física o jurídica que proyecta, promueve y construye un establecimiento comercial de los previstos en los artículos 13, 14 y 15, organizando su funcionamiento y gestión al objeto bien de su venta posterior, bien de su directa o indirecta explotación.

##### Artículo 10. *Operador comercial.*

Se considera operador la persona física o jurídica que es titular de un gran establecimiento comercial.

##### Artículo 11. *Derechos de los promotores y operadores.*

Es derecho de los promotores y operadores el desarrollo libre de su actividad en el marco de la legislación aplicable a este ámbito.

##### Artículo 12. *Deberes de los promotores y operadores.*

Son deberes de los promotores y operadores:

a) Desarrollar su actividad procurando adecuarse a las necesidades comerciales del área en la que se ubique el gran establecimiento comercial.

b) Evitar cualquier tipo de práctica de competencia desleal o publicidad engañosa y, especialmente, las que puedan poner en peligro la pervivencia de un sector de comercio del área comercial.

c) Evitar prácticas monopolísticas o de dominio en el mercado.

d) Costear a su cargo todas las obras de urbanización que genere la implantación de la instalación comercial, financiar los gastos derivados de la corrección de los impactos ambientales y adoptar a su costa las medidas de ordenación de tráfico y accesos que le correspondan en función de los términos de la solicitud y de la autorización.

## TÍTULO II

### Establecimientos comerciales

#### CAPÍTULO I

##### Establecimiento comercial

##### Artículo 13. *Concepto general.*

Tienen la consideración de establecimiento comercial los locales y las construcciones o instalaciones dispuestas sobre el suelo de modo fijo y permanente, cubiertos o sin cubrir, exentos o no, exteriores o interiores de una edificación, con escaparates o sin ellos, destinados al ejercicio continuado o periódico de actividades comerciales de venta de productos al por menor, o de presentación de servicios de tal naturaleza al público, así como cualesquiera otros recintos acotados que reciban aquella calificación en virtud de disposición legal o reglamentaria.

Los establecimientos comerciales podrán tener carácter individual o colectivo.

##### Artículo 14. *Centro comercial.*

Se define como centro comercial el establecimiento comercial de carácter colectivo integrado por un conjunto de puntos de venta o servicios instalados en el interior de un mismo recinto o edificación, en los que se ejercerán las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente, siempre que se hubieran proyectado conjuntamente todos sus locales y compartan la utilización de elementos comunes.

##### Artículo 15. *Parque comercial.*

Parque comercial es aquel establecimiento comercial que, reuniendo la definición y características de centro comercial, oferta, además, un conjunto de servicios y actividades de ocio y recreo como cines, salas de juego, bares, restaurantes, o de otro tipo, tales como turísticos, culturales, etcétera.

##### Artículo 16. *Polígono comercial.*

Tiene la consideración de polígono comercial aquella delimitación espacial de suelo urbano o urbanizable donde se ubican varios establecimientos comerciales o de servicios al comercio de carácter individual o colectivo, cuya explotación y gestión es autónoma e independiente.

#### CAPÍTULO II

##### Grandes establecimientos comerciales minoristas

##### Artículo 17. *Concepto.*

1. Tendrán la consideración de gran establecimiento comercial minorista los establecimientos individuales o colectivos dedicados al comercio minorista, polivalente o especializado, que tengan una superficie útil para venta y exposición de productos y servicios superior a 2.500 metros cuadrados, cuando se ubiquen en Pamplona y su Comarca y en municipios cuya población supere los 12.000 habitantes, y a 1.500 metros cuadrados cuando se ubiquen en el resto de municipios de la Comunidad Foral de Navarra.

2. Se entiende por superficie útil para la exposición y venta de artículos o muestra de servicios aquélla en que se expongan los mismos, habitual u ocasionalmente, así como los espacios destinados al tránsito de personas

y a la presentación, dispensación y cobro de los productos. Se excluyen expresamente las superficies destinadas a oficinas, aparcamientos, zonas de carga, descarga y almacenaje no visitables por el público y, en general, todas aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo.

3. Quedan excluidos del concepto de gran establecimiento:

- a) Los mercados mayoristas.
- b) Los mercados municipales.

**Artículo 18. *El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra.***

1. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra, es el instrumento capaz de establecer los criterios legales de valoración a efectos de otorgar o denegar las autorizaciones para la apertura, construcción o ampliación de grandes establecimientos comerciales en la Comunidad Foral de Navarra.

2. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tiene como principal objeto impulsar una adecuada ordenación de la implantación de grandes establecimientos comerciales con el fin de alcanzar un nivel de equipamiento equilibrado entre distintas áreas y formas de distribución que permita a los ciudadanos satisfacer convenientemente sus necesidades de compra a la vez que garantizar un equilibrio territorial, todo ello enmarcado dentro de un modelo general del comercio en Navarra.

3. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales de Navarra, en sus futuras revisiones será impulsado por el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, y por el Consejo Asesor de Comercio, será sometido a información pública y contará con el informe preceptivo previo de la Comisión de Ordenación del Territorio, correspondiendo su aprobación definitiva al Gobierno de Navarra. Una vez aprobada la revisión, el Modelo Territorial se publicará nuevamente en el Boletín Oficial de Navarra.

4. El Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo promoverá, junto con el Consejo Asesor de Comercio, la realización de cuantos estudios sobre distribución comercial sean necesarios para revisar o evaluar el Modelo Territorial. Con esta finalidad se podrán establecer convenios y acordar fórmulas de colaboración con la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Navarra u otras instituciones relacionadas con la materia.

El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra tiene como objetivos específicos la definición de los siguientes elementos de evaluación y concreción:

a) Análisis de la oferta y la demanda comercial en la Comunidad Foral de Navarra. Definición de la estructura comercial, de los agentes de demanda y de los flujos de gasto presentes en Navarra.

b) Modelo territorial de referencia: Encuadre integrado de la estructura comercial pretendida en la Comunidad Foral, con la definición del modelo conceptual de la Comunidad y de la ciudad. Definición de áreas de equilibrio territorial y niveles de equilibrio para la Comunidad.

c) Concreción del procedimiento de evaluación de los proyectos de implantación o ampliación de grandes superficies, así como de los criterios de concesión o denegación de licencia específica

d) Indicadores de seguimiento del modelo, como conjunto de indicadores que permitirán valorar a alto nivel la evolución comercial de Navarra.

e) Concreción y puesta en práctica de la metodología para la determinación de áreas territoriales y niveles de equilibrio.

5. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tiene carácter vinculante para las administraciones públicas en general y, en especial, para el Gobierno de Navarra, administraciones locales, personas promotoras y empresas comerciales.

**Artículo 19. *Vigencia y revisión del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales para la Comunidad Foral de Navarra.***

1. El Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tendrá una vigencia indefinida y deberá revisarse, al menos, cada cuatro años, observándose el mismo procedimiento previsto para su aprobación. No obstante, podrá realizarse una evaluación del mismo total o parcial cada dos años.

2. En todo caso, cuando se proceda a su revisión o evaluación deberá ponderarse la evolución de los indicadores de seguimiento integrados en el modelo y aquellos indicadores básicos como son:

- a) La evolución de los hábitos de compra.
- b) La evolución en la composición de la oferta comercial, de las distintas tipologías de establecimientos.
- c) La evolución de la concentración empresarial del sector de la distribución comercial.
- d) El impacto producido por la implantación de grandes establecimientos comerciales sobre el comercio interurbano, especialmente sobre los centros históricos tradicionales con el fin de evitar, específicamente, el fenómeno de la desertización comercial de los mismos.

3. El Consejero de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo podrá acordar la suspensión del otorgamiento de licencias comerciales específicas con el fin de proceder a la revisión o elaboración de un nuevo Modelo Territorial de Grandes Establecimientos de Navarra. La suspensión podrá afectar a una o varias áreas determinadas o a todo el ámbito de la Comunidad Foral.

4. La suspensión a que se refiere el apartado anterior se extinguirá, en todo caso, en el plazo de seis meses desde su publicación. Así mismo, la suspensión se extinguirá con la aprobación del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos o, en su caso, con la revisión del mismo.

Extinguidos los efectos de la suspensión, no podrán acordarse nuevas suspensiones en el plazo de dos años con idéntica finalidad.

**Artículo 20. *Presupuestos territoriales.***

1. La ordenación comercial deberá coordinarse con la planificación territorial. A tal fin las directrices del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales tendrán en cuenta los contenidos de la ordenación territorial general que, en su caso, se dicten para toda la Comunidad Foral de Navarra.

El Gobierno de Navarra propiciará que la implantación de grandes establecimientos comerciales no perjudique el equilibrio territorial de la Comunidad Foral y, en particular, en lo relativo a la distribución racional de los asentamientos humanos y de los polos de atracción de la actividad económica en el territorio, la revitalización de las zonas deprimidas, la racional configuración de la red de infraestructuras, la idoneidad de la red viaria y de los accesos a las poblaciones, la adecuación de los flujos de tráfico a los niveles óptimos de utilización de las vías de comunicación, y la conservación de los valores estéticos y culturales de los entornos de interés histórico-artístico.

2. El Gobierno de Navarra podrá desarrollar y dictar disposiciones reglamentarias orientadas a hacer cumplir los presupuestos de planificación territorial enunciados y, en particular, podrá:

- a) Exigir, cuando lo considere necesario, estudios previos de impacto territorial, urbanístico y ambiental.
- b) Regular la adecuación de las infraestructuras, servicios y red informática a las necesidades del establecimiento,
- c) Asegurar una correcta relación de los flujos de tráfico rodado de entrada y salida.
- d) Ordenar los emplazamientos, estableciendo una relación adecuada entre la superficie total ocupada por el espacio destinado a la actividad comercial y otros usos asociados, los aparcamientos, las zonas ajardinadas y libres, determinando los estándares sectoriales que se consideren precisos, y evitando que el diseño arquitectónico perjudique a las características ecológicas, paisajísticas e histórico artísticas dignas de protección del entorno.

3. A su vez, los Proyectos Sectoriales de incidencia supramunicipal relativos a grandes establecimientos comerciales que se aprueben conforme al Modelo Territorial de Grandes Establecimientos Comerciales han de atenerse a las disposiciones vinculantes contenidas en los Planes de ámbito Comarcal.

4. Las previsiones de los Proyectos Sectoriales de incidencia supramunicipal relativos a grandes establecimientos comerciales vinculan al planeamiento urbanístico local. Las licencias del ámbito de competencia de la Administración local deberán otorgarse conforme a lo previsto en el Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal a partir de la entrada en vigor de éste último.

#### Artículo 21. *Licencia comercial de gran establecimiento.*

1. La instalación o ampliación de grandes establecimientos comerciales requerirá la obtención de la licencia comercial específica conforme a lo establecido en esta Ley Foral con carácter previo a la solicitud de las licencias municipales de instalación, obras y apertura.

2. Estarán sujetas igualmente a licencia comercial de gran establecimiento:

- a) La ampliación de establecimientos comerciales, cuando lleguen a superar los 2.500 metros cuadrados, en proyectos situados en la Comarca de Pamplona y en municipios que superen los 12.000 habitantes, o los 1.500 metros cuadrados, si están situados en los restantes municipios de la Comunidad Foral de Navarra.
- b) La modificación de la actividad o sector del comercio a que se dedique un gran establecimiento comercial autorizado.
- c) La reapertura de un gran establecimiento que haya permanecido cerrado por más de un año.

3. Deberán solicitar licencia comercial de gran establecimiento:

- a) El promotor o el operador, en el caso de establecimientos comerciales colectivos, bien sean parques o centros comerciales.
- b) El comerciante titular del negocio o, en su caso, el operador para los establecimientos comerciales individuales.

4. No se podrá ceder «inter vivos» la licencia antes de la apertura del establecimiento sin autorización previa del órgano que haya autorizado la licencia salvo que se trate de fusión o absorción de la empresa peticionaria por un tercero. En todo caso, el cesionario quedará subrogado en los compromisos contraídos por el cedente con la Administración de la Comunidad Foral y con la municipal.

#### Artículo 22. *Contenido de la solicitud y documentación exigida.*

1. La solicitud de licencia comercial específica deberá dirigirse al Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra por cualquiera de los medios admitidos y previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

2. A la solicitud se acompañará, por duplicado, la siguiente documentación:

A) Documentación acreditativa de la identidad y representación del promotor.

B) Caracteres del establecimiento comercial proyectado.

a) Descripción del tipo de establecimiento que se desea implantar, haciendo constar la superficie edificada total, la superficie útil para la exposición y venta de productos, así como la destinada al tránsito de personas, almacén y otros usos.

b) En el supuesto de tratarse de un establecimiento integrado en un centro comercial, se hará constar el número de locales de venta, su distribución y tamaño.

c) Superficie destinada a aparcamiento y número de plazas.

d) Anteproyecto técnico que recoja los planos de planta, alzado y secciones del establecimiento.

e) Plano de localización geográfica en el término municipal en el que se pretende instalar, su distancia al centro urbano y viarios de acceso de su entorno inmediato.

f) Presupuesto global del establecimiento proyectado, así como su desglose por capítulos.

C) Oferta comercial.

Descripción de los productos que se comercializarán en el nuevo establecimiento, las distintas secciones del mismo y servicios accesorios o secundarios ofrecidos a la clientela.

D) Compromisos.

a) Memoria descriptiva del empleo que se prevé generar, con indicación de la plantilla total del establecimiento y modalidades de contratación.

b) Calendario previsto para la realización del proyecto.

Los compromisos que el promotor adquiera podrán incorporarse, en su caso, como condiciones de la licencia, cuyo incumplimiento posibilitará su revocación.

E) Informes.

El solicitante deberá aportar los siguientes informes, suscritos por profesionales no vinculados laboralmente a la empresa:

a) Informe de la viabilidad económica del proyecto, junto con un estudio de mercado con las previsiones de facturación.

b) Informe sobre el impacto económico del proyecto, destacando los efectos que ha de producir sobre los precios, el nivel y calidad de la oferta, el flujo comercial y las cuotas de mercado en el sector de la distribución, que resultarían de su implantación.

c) Evaluación del impacto ambiental del proyecto.

d) Informe de la incidencia del proyecto sobre la red vial, el tráfico y los servicios urbanos.

e) Informe de la incidencia del proyecto sobre el empleo en la zona.

3. El Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo solicitará informe precep-

tivo al Tribunal de Defensa de la Competencia que tendrá carácter no vinculante.

El citado Departamento también podrá exigir la presentación de documentos o datos complementarios cuando los suministrados resulten insuficientes.

#### Artículo 23. *Tramitación del expediente de implantación de grandes establecimientos comerciales.*

1. El promotor o el operador de un gran establecimiento comercial tramitará ante el Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda un expediente regulador de implantación que se ajustará a lo establecido en el presente artículo.

2. El promotor o el operador presentará ante el Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda el correspondiente Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal quien lo tramitará conforme prevé la Ley Foral 10/1994, de 4 de julio, de Ordenación del Territorio y Urbanismo, haciendo llegar copia de la solicitud al Departamento competente en materia de comercio.

El Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal podrá desarrollarse en cualquier clase de suelo, vinculando sus determinaciones al planeamiento local, que deberá adaptarse a aquellas en la primera modificación o revisión del Plan Municipal.

Cuando el Departamento competente en materia de ordenación del territorio considere, previo informe favorable del Departamento competente en materia de comercio del Gobierno de Navarra, que el grado de incidencia supramunicipal del establecimiento proyectado no hace necesaria la aprobación del Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal, lo declarará así, pudiendo establecer las condiciones y determinaciones que considere pertinentes. Tras la declaración, la implantación del gran establecimiento comercial se instrumentalizará, en su caso, por la vía de la modificación del planeamiento municipal, conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del apartado 5 del presente artículo.

El Departamento competente en materia de comercio informará en el curso de la tramitación del expediente, acerca de los aspectos que considere de interés para resolver sobre el otorgamiento de la licencia comercial específica de grandes establecimientos comerciales.

3. El expediente de autorización incluirá el informe del Tribunal de Defensa de la Competencia al que se refiere la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, así como el informe de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Navarra, que serán solicitados por el Departamento competente en materia de comercio.

Cuando transcurran más de dos meses a partir de la solicitud de informe al Tribunal de Defensa de la Competencia, se podrá proseguir la tramitación del expediente.

El informe del Tribunal de Defensa de la Competencia deberá dilucidar si existe posición de dominio en el mercado, aplicando para ello en el ámbito de Navarra los porcentajes máximos establecidos en la normativa básica estatal.

4. Los Departamentos competentes en materia de ordenación del territorio y comercio del Gobierno de Navarra efectuarán una propuesta inicial conjunta. Dicha propuesta inicial conjunta será presentada al Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista, que informará acerca de los aspectos que considere oportunos.

5. Previo informe de la Comisión de Ordenación del Territorio acerca de la propuesta inicial conjunta, el Gobierno de Navarra podrá acordar la continuación del expediente de otorgamiento de Licencia comercial específica y la declaración del Proyecto como de Incidencia Supramunicipal. El Acuerdo del Gobierno de Navarra se publicará en el «Boletín Oficial de Navarra».

Las propuestas del Proyecto Sectorial de incidencia supramunicipal o de autorización de modificación del planeamiento municipal y de licencia comercial específica se someterán a trámites simultáneos de información pública y de audiencia de los Ayuntamientos sobre los que incida el gran establecimiento comercial proyectado, por un plazo mínimo de un mes.

6. Analizadas las alegaciones presentadas, los Departamentos competentes en materia de ordenación del territorio y comercio del Gobierno de Navarra efectuarán una propuesta conjunta. Dicha propuesta conjunta será presentada al Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista, que informará acerca de los aspectos que considere oportunos.

7. La propuesta a la que se refiere el apartado anterior será elevada al Gobierno de Navarra, que podrá separarse motivadamente de los criterios de la misma y de conformidad con los criterios de autorización contenidos en la presente Ley Foral y en el Modelo Comercial de Grandes Establecimientos de Navarra, excepto en los aspectos sobre los que coincidan en manifestar disconformidad o rechazo:

Un Ayuntamiento en cuyo término vaya a ubicarse total o parcialmente el gran establecimiento comercial;  
La Comisión de Ordenación del Territorio.

8. El acuerdo de autorización se publicará en el «Boletín Oficial de Navarra».

#### Artículo 24. *Elementos para el otorgamiento de las licencias.*

1. El otorgamiento o la denegación de la licencia comercial específica se resolverá previa ponderación de la adecuación del Proyecto de nueva implantación, ampliación o modificación, al Modelo Comercial de Grandes Establecimientos en Navarra establecido en el artículo 18, a la Estrategia Territorial de Navarra, y se tendrán en cuenta igualmente los siguientes criterios derivados del propio proyecto:

a) Efectos del establecimiento proyectado sobre la estructura comercial de la zona. Se valorará:

El aumento de la competencia que pueda resultar de la implantación.

La integración de las empresas comerciales del área de influencia en la gran superficie que se pretende implantar.

Cualesquiera otras medidas de colaboración entre el gran establecimiento y las pequeñas empresas comerciales que contribuya a minorar la repercusión social y económica del proyecto.

Los efectos de la implantación en el equilibrio regional.

b) Efectos de la implantación sobre el nivel y volumen de empleo. En este aspecto se valorará:

La creación de empleo que suponga la implantación del establecimiento, así como las características de los puestos de trabajo, en especial, su estabilidad y su contribución al mantenimiento, aumento o disminución del nivel de ocupación en el área de influencia.

c) Efectos de la implantación sobre la comercialización de productos regionales.

d) Impacto urbanístico y paisajístico sobre la zona. Se tendrán especialmente en cuenta:

La incidencia en la red viaria, la accesibilidad al establecimiento comercial y la dotación de aparcamiento y otros servicios.

Las características y la integración del establecimiento en el entorno urbano y su incidencia en el medio ambiente.

2. La resolución del proyecto de modificación o apertura de grandes establecimientos podrá:

- a) Limitar, condicionar o prohibir la implantación o modificación de grandes establecimientos comerciales, en función a los factores que dichas directrices prevean.
- b) Establecer limitaciones a la extensión total de las superficies de los grandes establecimientos comerciales o a la extensión de las superficies dedicadas a usos.
- c) Condicionar la implantación o modificación de grandes establecimientos a la exclusión de determinados usos que impliquen niveles de competencia para actividades ubicadas en el entorno que se consideren dignas de protección.

3. La aprobación de los expedientes y en su caso la adecuación a las directrices previstas requerirán informes previos, preceptivos y vinculantes de la Comisión de Ordenación del Territorio y del Consejo Navarro Asesor de Comercio establecido en el artículo 59 de la presente Ley Foral y un trámite de información pública de al menos un mes de duración previo a la aprobación del mismo por parte del Gobierno de Navarra.

#### Artículo 25. *Régimen del silencio administrativo.*

El plazo máximo para resolver expresamente el expediente de autorización o modificación de la licencia comercial específica será de seis meses. Dicho plazo podrá ser ampliado cuando así lo requiera la tramitación del Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal.

Si no recae resolución expresa en el plazo fijado, el promotor podrá considerar desestimada su solicitud.

#### Artículo 26. *Coordinación con la Administración Local.*

En el supuesto de otorgamiento de licencia comercial específica, el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo se lo comunicará al Ayuntamiento en cuyo territorio hubiere de instalarse el establecimiento autorizado a efectos de concesión de las oportunas licencias de obras y de apertura.

La Administración local otorgante deberá informar al citado Departamento la fecha de concesión de las licencias municipales, las condiciones a las que se subordinan y los plazos de ejecución de los proyectos de obras e instalaciones.

#### Artículo 27. *Vigencia de la licencia comercial de gran establecimiento.*

1. La licencia comercial prevista en este capítulo tendrá carácter indefinido. No obstante lo anterior, la licencia caducará si a los seis meses no se han iniciado las obras, contados a partir del día siguiente a la notificación de su concesión, salvo prórroga otorgada por el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo por causa justificada. La prórroga se concederá por un período no superior a los seis meses y no podrá ser renovada.

2. El inicio de las obras y el comienzo de la actividad deberán ser notificados al citado Departamento. Para acreditar el inicio de la obra se requerirá certificación del director facultativo de aquella.

3. A efectos de prórrogas se tendrá en cuenta la demora en la concesión de las licencias municipales.

#### Artículo 28. *Tasa.*

1. La solicitud de la licencia comercial específica devengará una tasa equivalente a multiplicar por 500

pesetas cada metro cuadrado de superficie útil de exposición y venta del establecimiento proyectado.

2. Esta tasa deberá ser abonada con la solicitud correspondiente. La falta de pago de la tasa determinará la no iniciación del procedimiento.

#### Artículo 29. *Cambios de titularidad y cesión de la licencia.*

1. Los cambios de las personas físicas o jurídicas promotores de la autorización por traspaso, deberán ser notificados fehacientemente al Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de ordenación del territorio para producir efectos jurídicos.

2. La licencia comercial específica sólo se podrá ceder, previa solicitud dirigida al Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio, si se cumplen los siguientes requisitos:

- a) Que hayan transcurrido al menos 5 años a partir del momento de la obtención de la licencia.
- b) Que el Gobierno de Navarra acuerde autorizar la transmisión.

3. Cuando como consecuencia de fusiones o absorciones, la empresa resultante pase a ser titular de una licencia comercial específica concedida a la fusionada o absorbida, el Gobierno de Navarra podrá revocarla si dejen de concurrir los requisitos que motivaron su otorgamiento, sin que ello comporte derecho indemnizatorio alguno.

### CAPÍTULO III

#### De otros establecimientos sometidos a autorización

#### Artículo 30. *Establecimiento comercial minorista de mediana superficie.*

1. Tendrán la consideración de establecimiento comercial minorista de mediana superficie los establecimientos individuales o colectivos dedicados al comercio minorista, polivalente o especializado, que tengan una superficie útil para venta y exposición de productos superior a los 1.500 metros cuadrados e inferior a 2.500 metros cuadrados cuando se ubiquen en Pamplona y su Comarca y en municipios cuya población supere los 12.000 habitantes.

2. La apertura y ampliación de los mismos estarán sujetas a los requisitos especificados para la concesión de licencias municipales de obras y de apertura, previa presentación de un estudio de incidencia urbanística y de ordenación del tráfico y aparcamientos en la zona de implantación. En él quedará debidamente acreditada la aptitud urbanística del suelo donde se vaya a ubicar el establecimiento y la superficie destinada a aparcamiento y número de plazas dentro de las dimensiones del mismo.

#### Artículo 31. *Establecimientos denominados de «descuento duro».*

1. Son establecimientos comerciales de «descuento duro» los de venta al por menor de productos de alta rotación y consumo generalizado que, con una superficie de venta superior a 500 metros cuadrados, cumplen al menos tres de las siguientes características:

- a) Que exista predominio de productos de alimentación en régimen de autoservicio.
- b) Que más del 50 por 100 de los artículos ofertados sean marcas comerciales propiedad de la cadena titular del negocio ejercido en el establecimiento comercial o fabricadas en exclusiva para la misma.

c) Que el número de referencias en la oferta total del establecimiento sea inferior a mil.

d) Que las bolsas donde se empaqueten los artículos vendidos tengan un precio específico.

2. La apertura y ampliación de los mismos estarán sujetas a los requisitos especificados para la concesión de licencias municipales de obras y de apertura.

Dichos establecimientos estarán sometidos a las condiciones que se impongan para el otorgamiento de licencias municipales de obras y de apertura.

### TÍTULO III

#### Horarios comerciales

##### Artículo 32. *Horario en días laborables.*

El horario de apertura y cierre de los establecimientos comerciales en días laborables, así como los días en que se desarrollará su actividad, con una jornada comercial máxima de quince horas, serán fijados libremente por cada comerciante, todo ello sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en el régimen laboral.

##### Artículo 33. *Horario en días festivos.*

1. Los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial en la Comunidad Foral de Navarra, salvo los expresamente autorizados.

2. Anualmente se establecerá por el Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, previa audiencia del Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista, antes del 15 de diciembre de cada año, el calendario que regirá al año siguiente comprensivo de los domingos y festivos que se consideren hábiles con un mínimo de nueve en 2001, diez en 2002, once en 2003 y doce en 2004.

3. Este calendario será susceptible de variación mediante orden foral del citado Departamento, previa solicitud motivada y presentada con una antelación de dos meses por los Ayuntamientos interesados para sus respectivos términos municipales.

4. El Pleno de los Ayuntamientos interesados podrá permutar algunos de los días festivos por otros en los que se celebren sus fiestas locales y que estén incluidos en el calendario laboral. El Ayuntamiento comunicará su decisión a la Dirección General competente en materia de comercio con una antelación mínima de un mes. A dicha permuta se le dará publicidad por parte de la propia administración municipal para general conocimiento de los comerciantes y consumidores de su término.

5. El horario de apertura y cierre de cada día festivo será libremente fijado por el comerciante, sin que pueda exceder de doce horas diarias.

##### Artículo 34. *Información sobre horarios.*

En todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información del calendario y horario de apertura y cierre en sitio visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando esté cerrado el establecimiento.

##### Artículo 35. *Libertad de horario.*

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público los establecimientos previstos en el artículo 43.3 del Real Decreto-ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios.

2. También tendrán plena libertad para fijar los días y horas de apertura los locales comerciales para la celebración en los mismos de exposiciones, certámenes comerciales para la actividad de lanzamiento de un nuevo producto, siempre que no se venda y que se comunique como mínimo con un mes de antelación a la fecha prevista de su realización al Departamento competente en materia de certámenes.

##### Artículo 36. *Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos.*

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales ubicados tanto en el interior de museos o cualquier local destinado a exposiciones, muestras, etcétera, culturales como independientemente de los mismos.

2. Son productos culturales aquellos cuya finalidad sea cultivar, desarrollar y formar los conocimientos humanos y el ejercicio de sus facultades intelectuales. La enumeración de los productos culturales a estos efectos será establecida mediante orden foral del Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo.

### TÍTULO IV

#### Obligaciones de los comerciantes minoristas

##### Artículo 37. *Obligaciones genéricas.*

Los comerciantes minoristas habrán de cumplir los siguientes deberes:

a) Con carácter general, los establecidos por las normas relativas a los bienes cuya venta ofrecen. En especial han de cumplir las normas relativas a la composición de los productos, etiquetado y de seguridad de los mismos, así como las especiales del sector o sectores comerciales que constituyan el objeto de su actividad, y retirar de su establecimiento los bienes que no cumplieren tales normas.

b) Acreditar ante la Administración competente estar en posesión de las autorizaciones y licencias que les sean exigibles.

c) Hallarse al corriente en el pago de los tributos de cualquier clase de los que resulten sujetos pasivos.

d) Cumplir las normas de protección de los derechos de consumidores y usuarios.

##### Artículo 38. *Obligaciones básicas frente a los consumidores.*

Conforme a la normativa general y autonómica en materia de defensa de los consumidores y usuarios, y sin perjuicio de la misma, los comerciantes minoristas deberán observar las siguientes determinaciones:

a) Exhibir junto a los artículos sus correspondientes precios de venta al público.

b) Entregar factura, recibo o documento acreditativo de la operación realizada debidamente desglosado en su caso, salvo que el consumidor renuncie expresamente a su entrega.

c) Tener a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones.

d) Entregar documento de garantía en toda venta de artículos de naturaleza duradera.



e) Realizar sus actividades promocionales sin incurrir en formas de publicidad ilícita, en particular, sin incurrir en publicidad engañosa.

f) Contratar con los consumidores sin existencia de cláusulas abusivas.

g) Comercializar artículos seguros y con un adecuado servicio de asistencia técnica.

#### Artículo 39. *Exhibición de precios.*

1. El precio deberá figurar junto a todos los artículos ofertados a la venta.

2. Los precios deberán indicarse de modo directo, figurando en el artículo o junto a él; legible, mediante caracteres claros y de tamaño suficiente; exacto, prohibiendo toda forma de exhibición de precio que obligue a realizar cálculos aritméticos para determinar su cuantía, excepto la aplicación de porcentajes sencillos de descuento sobre el precio indicado; y completo, incluyendo el importe de los incrementos o descuentos aplicables en su caso y cuantos tributos puedan o deban repercutirse en el consumidor.

## TÍTULO V

### Promociones de ventas

#### CAPÍTULO I

##### Disposiciones comunes

#### Artículo 40. *Concepto.*

1. Venta de promoción es aquella actividad por la que el comerciante minorista presenta al consumidor final una serie de condiciones más ventajosas por las cuales puede adquirir los artículos objeto de la promoción a un precio reducido respecto del anterior o con otro tipo de incentivos favorables.

2. La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberá figurar con claridad:

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta.
- c) El periodo de vigencia de la promoción, que no podrá ser inferior a dos días consecutivos, ni superior a treinta días.
- d) Disponer de existencias suficientes para hacer frente a la oferta.

#### Artículo 41. *Pertenencia previa al inventario.*

Para que pueda practicarse una promoción comercial es preciso que los artículos ofertados hubieren formado parte de las existencias previas del comerciante, sin que puedan ser adquiridos con el fin exclusivo de ser incluidos en aquellas promociones, salvo la promoción para lanzamiento de nuevos productos, todo ello sin perjuicio de la especificidad de los establecimientos dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos.

#### Artículo 42. *Medios de pago.*

El comerciante que practique cualquier tipo de venta promocional o especial tendrá la obligación de informar al consumidor sobre los medios de pago admisibles en la operación, a través de su publicidad general en la exposición visible desde el exterior del establecimiento.

#### Artículo 43. *Duración de las promociones.*

1. En toda promoción o publicidad de promoción de ventas, el comerciante deberá contar con las existencias suficientes para satisfacer la demanda previsible de los consumidores, salvo que se trate de una venta en liquidación.

2. En cualquier caso, se considerará que la promoción no satisface la demanda previsible si las existencias no son suficientes para atender la demanda originada durante un día completo de apertura comercial, sin perjuicio de lo dispuesto especialmente sobre la duración de las rebajas.

3. En los envases de los productos en que se promocionen regalos deberá indicarse la duración de la promoción.

4. En el supuesto anterior, el fabricante o el comerciante, en su caso, estarán obligados a la entrega de la prima si el consumidor adquirió el derecho a ella mientras los productos han estado expuestos a la venta, aunque hubiera caducado la promoción.

5. Fuera de las reglas anteriores y de lo dispuesto especialmente para la venta en rebajas, no será preciso que en la promoción se indique la duración de la misma.

#### Artículo 44. *Artículos promocionados.*

1. El comerciante no podrá limitar el número de unidades del producto o productos promocionados que pueda adquirir cada comprador.

2. Tampoco podrá aplicar una alteración del precio a la vista de la mayor venta que se produzca.

3. Cuando la oferta no sea suficiente para satisfacer toda la demanda, no se podrán establecer criterios discriminatorios de preferencias entre los compradores.

4. Cuando las promociones no alcancen a la mitad del inventario no podrán anunciarse como una medida general.

5. Los artículos promocionados deberán estar claramente separados del resto de los artículos y del resto de las promociones que puedan concurrir en el establecimiento.

#### Artículo 45. *Doble precio.*

Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la diferencia de precio de determinados productos, obligará al comerciante a hacer constar en cada uno de ellos el precio ordinario con que se haya valorado el artículo con anterioridad y el precio actual.

## CAPÍTULO II

### Clases

#### Artículo 46. *Venta en rebajas.*

1. Se considera venta en rebajas aquella venta en la que se oferta al público artículos a un precio inferior al fijado antes de su venta o en unas condiciones especiales que supongan una minoración en relación con el precio practicado habitualmente.

2. La venta en rebajas sólo podrán celebrarse en dos temporadas anuales; una iniciada al principio del año, y la otra, en torno al periodo estival, atendiendo a los usos y costumbre y a los periodos de mayor venta, estableciéndose un periodo mínimo de una semana y uno máximo de dos meses. Las fechas iniciales y finales de cada temporada se determinarán mediante orden foral del Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra. Las

fechas de rebajas elegidas por cada comerciante, dentro de los criterios establecidos en la orden foral, deberán ser expuestas en el exterior de cada establecimiento comercial en lugar visible al público, incluso cuando permanezcan cerrados.

3. No podrá presentarse una promoción de ventas como rebajas si no se ofrecen a precio reducido al menos la mitad de los artículos existentes. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados estarán debidamente identificados y diferenciados del resto.

4. Tampoco podrán ofrecerse en rebajas:

a) Artículos obsoletos, sin perjuicio de que se ofrezcan en el mismo establecimiento como saldos.

b) Artículos que no hubieran formado parte de la oferta habitual de ventas del establecimiento durante el mes anterior al inicio de las mismas.

c) Artículos que hubieran sido objeto de cualquier tipo de promoción durante el mes anterior al inicio de la temporada de rebajas.

d) Artículos deteriorados.

#### Artículo 47. *Saldos.*

1. Se considera venta de saldos aquella venta en la que se oferta al público artículos con un valor de mercado disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos. Este tipo de ventas deberá anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de «venta de restos».

2. Los artículos ofertados como saldos deberán pertenecer al comerciante seis meses antes de la fecha de comienzo de este tipo de actividad comercial, sin perjuicio de los establecimientos dedicados específicamente a dicho sistema de venta.

3. El comerciante deberá hacer identificar expresamente la oferta de artículos defectuosos o deteriorados.

4. Todo comerciante podrá ofrecer venta de saldos de sus propios artículos, con carácter permanente, siempre que estén debidamente separados del resto de los artículos y del resto de promociones.

5. Los establecimientos dedicados a la práctica permanente y exclusiva de saldos deberán indicarlo claramente en el exterior. Sólo este tipo de establecimientos podrá saldar artículos ajenos y artículos adquiridos específicamente con la finalidad de ser vendidos como saldo.

#### Artículo 48. *Ventas en liquidación.*

1. La regulación de las ventas en liquidación se somete a lo establecido en los artículos 30 y 31 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, con las siguientes especificaciones:

2. En el supuesto de que una empresa sea titular de varios establecimientos comerciales el cese total o parcial de la actividad de comercio deberá ser de todos ellos. El cierre total o parcial de un solo punto de venta no tendrá la consideración de cese total o parcial, sino de cambio de local.

3. La liquidación por la realización de obras de importancia sólo será posible cuando las mismas requieran el cierre del local.

4. La liquidación de los productos debe efectuarse en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, salvo en los casos de cierre inminente de local y de los de fuerza mayor.

5. El comerciante que practique una liquidación deberá comunicar este hecho al Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra con una antelación de diez días a su inicio efectivo, expresando la causa de la liquidación,

la duración prevista y las mercancías ofertadas. Una copia de esta notificación deberá estar expuesta al público.

El comerciante podrá solicitar del Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo una prórroga de un mes y siempre por causa justificada. Transcurridos quince días desde la entrada en Registro de la solicitud sin que haya recaído resolución expresa, la petición se entenderá concedida.

#### Artículo 49. *Ventas con obsequio.*

1. Se considera venta con obsequio aquella en la que el comerciante oferta u obsequia al comprador con otro producto o servicio adicional, a precio especialmente reducido o de manera gratuita, directamente o mediante la participación en un sorteo o concurso, con la finalidad de promover las ventas de dichos productos promocionados.

2. La calidad de los objetos o servicios que se promocionen no podrá ser de calidad distinta a los que posteriormente serán objeto en la venta ordinaria, quedando prohibida, además, la modificación al alza del precio durante el periodo de la oferta de venta con obsequio.

3. El número de existencias con las que cuenta el comerciante para hacer frente a la obligación de entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltorio del producto de que se trate o, en su defecto, estar debidamente divulgadas y no podrán ser modificadas durante el periodo de vigencia de la oferta.

4. Todo sorteo o concurso en que se exija al participante un desembolso inicial estará sujeto a la legislación del juego, salvo que los vales o participaciones en el sorteo o concurso se ofrezca como obsequio con la compra de productos.

5. Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales deberán entregarse al comprador al tiempo de la compra o en un plazo máximo de dos meses a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos.

6. Queda prohibida la entrega del obsequio condicionada a la adquisición de cualquier otro producto o servicio. En todo caso, se respetarán los derechos e intereses de los consumidores establecidos en la legislación vigente.

## TÍTULO VI

### Ventas especiales

#### Artículo 50. *Concepto.*

1. Se consideran ventas especiales a efectos de la presente Ley Foral las ventas a distancia, las ventas ambulantes, las ventas automáticas y las ventas en pública subasta.

2. En todo lo no regulado en el presente Título, se estará a lo dispuesto en el Título III de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que tendrá carácter supletorio.

#### Artículo 51. *Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.*

1. Se crea el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra que dependerá orgánicamente de la Dirección General competente en materia de comercio. Tendrá carácter

público y naturaleza administrativa y constará de las secciones de:

- a) Comerciantes de venta a distancia.
- b) Comerciantes de venta ambulante.
- c) Comerciantes de venta automática.
- d) Comerciantes de venta en pública subasta.

2. Se incorporarán a este Registro los medios técnicos e informáticos adecuados, con las limitaciones que, para la utilización de estos medios y para el acceso a los documentos relativos a materias protegidas por el secreto comercial o industrial, establecen las leyes.

3. El Registro deberá estar coordinado con los de naturaleza igual o similar organizados por el Estado o por las demás Comunidades Autónomas y guardará un especial deber de colaboración con ellos.

#### Artículo 52. *Venta a domicilio.*

1. Se considera venta a domicilio aquella en la que la oferta se produce en domicilios privados, lugares de ocio o reunión, centros de trabajo y similares que no sean el establecimiento del vendedor.

2. La publicidad de la oferta de este tipo de venta, que deberá ser entregada al consumidor, incluirá los siguientes extremos:

- a) Identificación y domicilio de la empresa.
- b) Número de autorización para la práctica de este tipo de venta.
- c) Los datos esenciales del producto o servicio que permitan su identificación inequívoca en el mercado.
- d) Precio, forma y condiciones de pago, gastos y plazo de envío.

3. No se consideran comprendidos en el concepto de venta domiciliaria las entregas a domicilio de mercancías adquiridas por cualquier otro tipo de venta.

#### Artículo 53. *Venta ocasional.*

1. Se denomina venta ocasional aquella que se realiza por un periodo inferior a un mes, en establecimientos que no tengan carácter comercial permanente para esta actividad, y que no constituya venta ambulante.

2. Esta modalidad de venta deberá ser autorizada por el Departamento competente en materia de comercio.

En la solicitud se determinarán los siguientes extremos:

- a) Identificación del vendedor.
- b) Descripción de las características de los productos.
- c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) Título de uso del local.

Asimismo, se adjuntará documentación justificativa de los extremos a que se refiere la solicitud.

3. En aquellos supuestos en los que la venta ocasional sea en subasta no sujeta a legislación específica, entendiéndose por subasta aquella en la que se adjudican productos a quien oferta un precio superior al del resto de los posibles adquirentes, se exigirá, además, la especificación de los requisitos mínimos para la adjudicación del producto.

#### Artículo 54. *Autorización.*

1. Estas ventas estarán sometidas a autorización previa, que deberá ser otorgada por el Departamento

de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo, y los comerciantes que las ejerzan deberán hallarse inscritos en el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.

2. Las empresas que pretendan practicar cualquiera de las modalidades de venta enumeradas en el apartado anterior, deberán dirigir una solicitud al citado Departamento, en la que deberán acreditar, con carácter general:

- a) Identificación del empresario, con la inscripción, en su caso, en el Registro Mercantil y la identificación fiscal.
- b) Memoria explicativa de la actividad a realizar, relación de productos o servicios que configura su oferta, ámbito de actuación y establecimientos en Navarra.
- c) Certificación de encontrarse al corriente en sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social.
- d) Estar dado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y al corriente de pago.
- e) Cumplimiento de los requisitos reglamentariamente exigidos para cada producto o servicio o las autorizaciones adicionales exigidas para la práctica de cada tipo de venta.
- f) Las condiciones generales que la empresa subastadora imponga en sus relaciones con propietarios y licitadores, en el caso de venta en pública subasta.

3. La autorización se entenderá concedida si no se ha dictado resolución expresa en el plazo de un mes a contar desde la entrada de la solicitud en el Registro o desde que se completó la documentación requerida.

4. Sólo podrá denegarse la autorización requerida si no se acredita alguno de los requisitos anteriormente expuestos.

5. La autorización podrá revocarse por el cese en la actividad de la empresa o por incumplimiento sobrevenido de los requisitos establecidos para ello. Los comerciantes autorizados para ejercer ventas especiales deberán notificar a la Administración cualquier modificación que se produzca respecto de los datos declarados en la solicitud de autorización.

6. Tanto las autorizaciones y sus modificaciones como las revocaciones de las ventas especiales se inscribirán de oficio en el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra. La inscripción de las autorizaciones comprenderá los datos relativos a la identificación de la empresa, las modalidades de venta, los productos o servicios que configuran su oferta comercial, su ámbito de actuación y el lugar al cual puedan dirigir sus reclamaciones los consumidores.

7. Los comerciantes deberán tener una copia de la autorización a disposición de los consumidores y exhibirla si la venta se efectúa con presencia simultánea de ambas partes.

#### Artículo 55. *Venta en cadena o pirámide.*

Se entiende por venta en pirámide o en cadena cualquier tipo de venta en la que se ofrece a los consumidores o usuarios productos o servicios a precio reducido e incluso gratuito a condición de que éstos consigan, directa o indirectamente, otros clientes o un determinado volumen de ventas.

Queda prohibida la mediación de los consumidores o usuarios en las prácticas en cadena o pirámides.

#### Artículo 56. *Oferta de premios o regalos mediante sorteo.*

Cuando un comerciante comunique a cualquier consumidor o usuario que ha sido agraciado por sorteo con un premio o bien con la entrega de un obsequio, no puede condicionar, directa o indirectamente, su entrega a la compra de productos o servicios.

## TÍTULO VII

### De los certámenes comerciales

#### Artículo 57. *Concepto.*

1. Se denominan certámenes comerciales las manifestaciones de carácter comercial que tengan por objeto la exposición, difusión y promoción comercial de bienes y/o servicios, facilitar el acercamiento entre la oferta y la demanda que conduzca a la realización de transacciones comerciales y potenciar la transparencia del mercado. Previa autorización del Departamento competente en materia de certámenes comerciales, podrán llevarse a cabo ventas directas durante su desarrollo.

2. Los certámenes comerciales definidos en el apartado anterior recibirán la denominación de «ferias» cuando su celebración tenga carácter periódico, y «exposiciones» cuando carezcan de dicho carácter.

3. Reglamentariamente se determinará la clasificación de los certámenes comerciales, en función tanto de la procedencia como de las características de los bienes y/o servicios a exhibir.

#### Artículo 58. *Certámenes comerciales oficiales.*

1. Los certámenes comerciales tendrán la calificación de oficiales cuando su organización y celebración haya sido autorizada por el Departamento competente en esta materia, previo el cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se determinen.

2. Los términos «feria oficial», «feria oficial de muestras», «feria oficial monográfica», «exposición oficial», «salón oficial monográfico» o similares, incluyan o no referencias a su ámbito, únicamente podrán ser utilizados por las manifestaciones comerciales a que se refiere el apartado anterior del presente artículo.

3. La organización y celebración de certámenes oficiales, cuando por la procedencia de los bienes y/o servicios a exhibir tengan un ámbito igual o superior al del territorio de la Comunidad Foral de Navarra, podrá reservarse, con carácter exclusivo, a las instituciones feriales definidas en el artículo 56, en los términos que reglamentariamente se determinen.

4. Cada uno de los certámenes comerciales oficiales contará con un comité encargado de marcar a los organizadores de los mismos las principales pautas para su desarrollo. La designación de los miembros de los comités será competencia de la entidad organizadora del certamen comercial correspondiente, debiendo informar de la misma al Departamento competente en materia de certámenes comerciales, quien a su vez podrá designar uno o varios representantes en los mismos. Su composición, competencias y funcionamiento se determinará reglamentariamente.

#### Artículo 59. *Comisión de certámenes comerciales.*

1. El Gobierno de Navarra, a propuesta del Departamento competente en la materia, creará una Comisión de Certámenes Comerciales de Navarra, adscrita a dicho Departamento, como órgano de encuentro de instituciones y agentes económicos y sociales, cuya competencia será la de elevar propuestas y asesorar en materia de política ferial.

2. Reglamentariamente se determinarán sus funciones, composición y régimen de funcionamiento. Participarán en el mismo el Gobierno de Navarra, la Federación Navarra de Municipios y Concejos, la Cámara de Comercio, las organizaciones empresariales y los sectores económicos con mayor implicación en las manifestaciones comerciales a celebrarse en la Comunidad Foral.

#### Artículo 60. *Organización de certámenes comerciales.*

1. Los certámenes comerciales a que se refiere el presente título podrán ser organizados por:

- a) Instituciones feriales.
- b) Otras entidades organizadoras, públicas o privadas.

2. Son instituciones feriales las entidades con personalidad jurídica propia y sin ánimo de lucro, cuyo objeto sea la promoción y organización de certámenes comerciales.

3. Las instituciones feriales se registrarán por sus estatutos, los cuales regularán todo lo relativo a su constitución, administración, composición y disolución, así como las facultades de sus órganos de gobierno, en los que estarán representados el Gobierno de Navarra, el Ayuntamiento del domicilio de la institución, la Cámara de Comercio, sin perjuicio de la participación de otros entes públicos o privados. Los estatutos de las instituciones feriales deberán ser aprobados por el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de certámenes comerciales.

4. Reglamentariamente se determinarán las condiciones y requisitos para su válida constitución y para el ejercicio de su actividad como institución ferial.

#### Artículo 61. *Registro Oficial de Certámenes Comerciales.*

1. El Gobierno de Navarra creará un Registro Oficial de Certámenes Comerciales de la Comunidad Foral de Navarra, dependiente del Departamento competente en dicha materia.

2. El Registro Oficial de Certámenes Comerciales constará de dos secciones. En la sección primera se inscribirán, preceptivamente, las instituciones feriales y las demás entidades organizadoras cuyo objeto consista en la organización de certámenes comerciales oficiales, previo cumplimiento de los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

3. En la sección segunda se inscribirán los certámenes comerciales autorizados y calificados por el Departamento competente en la materia, previo el cumplimiento de los requisitos y plazos que reglamentariamente se determinen. La inscripción determinará la inclusión del certamen de referencia en el Calendario Oficial de Certámenes Comerciales de Navarra. Así mismo, se inscribirán en esta sección y se incluirán en dicho Calendario Oficial los certámenes comerciales calificados como internacionales por la autoridad competente.

#### Artículo 62. *Subvenciones y ayudas.*

Para acceder a subvenciones o a cualquier otro tipo de ayuda pública para la celebración de certámenes comerciales, se exigirá como requisito que se hallen inscritos en la sección segunda del Registro señalado en el artículo anterior.

## TÍTULO VIII

### Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista

#### Artículo 63. *Constitución y composición del Consejo.*

1. Se instituye el Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista como órgano consultivo en la Comunidad Foral de Navarra competente en la citada materia, cuya composición, organización y funcionamiento será desarrollado reglamentariamente.

2. Serán funciones del citado Consejo las siguientes:

a) Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las Administraciones competentes en dicha materia.

b) Informar cuantos proyectos de ley foral y demás disposiciones elabore el Gobierno de Navarra relacionadas con el sector comercial.

c) Elaborar un informe anual sobre la situación comercial de la Comunidad Foral.

d) Evacuar los informes de adecuación de la licencia de grandes establecimientos comerciales, contrastando el criterio de aplicación del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos de Navarra a los proyectos presentados de nueva apertura o modificación de establecimientos, según se recoge en los artículos 18 y 24 de la presente Ley Foral.

e) Proponer y hacer prosperar y colaborar en la realización de los estudios necesarios para la revisión y evaluación de las necesidades de actualización del Modelo Territorial de Grandes Establecimientos de Navarra desarrollado en el artículo 19 de la presente Ley Foral.

f) Cualquier otra que reglamentariamente se establezca.

3. En su composición estarán debidamente representados los agentes económicos y sociales más representativos del sector en la Comunidad Foral y, entre ellos, la Cámara Navarra de Comercio e Industria, la Federación Navarra de Municipios y Concejos, la Federación de Asociaciones de Comerciantes de Navarra, la Confederación de Empresarios de Navarra, las Asociaciones de usuarios y consumidores y las organizaciones sindicales con presencia en el sector.

4. El Consejo Navarro Asesor de Comercio quedará adscrito al Departamento de Industria y Tecnología, Comercio, Turismo y Trabajo del Gobierno de Navarra.

## TÍTULO IX

### Régimen sancionador

#### CAPÍTULO I

##### Competencia y procedimiento

###### Artículo 64. *Competencia.*

1. El Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio instruirá los expedientes sancionadores de acuerdo con lo previsto en la presente Ley Foral.

2. El órgano competente para imponer sanciones por infracciones leves será el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio. El órgano competente para imponer sanciones por infracciones graves y muy graves será el Gobierno de Navarra.

###### Artículo 65. *Procedimiento.*

1. El expediente sancionador se iniciará de oficio, en virtud de denuncia o a instancia del Departamento competente en materia de ordenación del territorio cuando la infracción pudiera tener repercusiones en el ámbito de este último.

2. El expediente sancionador deberá incluir al menos un informe técnico que detalle las circunstancias de la infracción, junto con todas las pruebas que haya sido posible obtener. Si la infracción pudiera tener repercusiones en el ámbito del Departamento competente en materia de ordenación del territorio, será preceptivo y vinculante el informe de este último.

3. Transcurridos tres meses a partir del momento en que se solicite el citado informe preceptivo sin que

el Departamento competente en materia de comercio lo haya recibido, este podrá resolver el expediente sancionador.

4. El plazo máximo para la instrucción del procedimiento será de seis meses.

###### Artículo 66. *Procedimientos penales.*

1. En los casos en que las infracciones a que se refiere la presente Ley Foral pudieran ser constitutivas de ilícito penal, el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio lo pondrá en conocimiento del Ministerio Fiscal. De igual forma, cuando se estime que las conductas puedan ser constitutivas de prácticas competenciales prohibidas, conforme a la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, lo comunicará al Tribunal de Defensa de la Competencia.

2. En ambos casos, el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio suspenderá la tramitación del expediente administrativo hasta tanto se proceda al archivo o recaiga resolución firme en aquellas instancias, interrumpiéndose el plazo de prescripción de la infracción administrativa o, de existir ya resolución sancionadora, de la sanción acordada.

3. En el supuesto de que se tuviera conocimiento por el Departamento del Gobierno de Navarra competente en materia de comercio de instrucción de causa penal o de procedimiento ante el Tribunal de Defensa de la Competencia se procederá a la suspensión del procedimiento administrativo sancionador. En cualquier caso, se mantendrán las medidas de aseguramiento ya tomadas, en tanto no sean sustituidas por las que resuelva la autoridad competente.

###### Artículo 67. *Responsabilidad administrativa.*

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en la presente Ley Foral corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de establecimientos comerciales dedicados al comercio minorista, que las hubiesen cometido en el ámbito territorial de la Comunidad Foral de Navarra.

#### CAPÍTULO II

##### Infracciones administrativas

###### Artículo 68. *Definición.*

1. Constituyen infracciones administrativas en materia de comercio las acciones u omisiones tipificadas en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y en la presente Ley Foral, sin perjuicio de las responsabilidades de orden civil o de orden penal que pudieran derivarse.

2. Serán de aplicación los principios y normas básicas que condicionan el ejercicio de la potestad administrativa sancionadora, contenidas en el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.

###### Artículo 69. *Clasificación y tipificación de las infracciones.*

1. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves, siguiendo la tipificación establecida en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Además tendrán la calificación de infracciones las específicas que se relacionan a continuación.

2. Se consideran infracciones leves las siguientes:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección y el suministro de información inexacta o incompleta.

b) El desarrollo de actividades que impliquen vulneración de las condiciones de la licencia comercial específica, siempre que no constituyan infracción grave o muy grave.

c) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre el horario de apertura y cierre del establecimiento.

d) El incumplimiento de cualquier deber en relación con el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra, cuando no tenga la calificación de infracción grave.

e) El incumplimiento de las normas en materia de indicación de precios y en materia de prácticas promocionales de ventas, contenidas en esta Ley Foral.

f) En general, cualquier incumplimiento de las obligaciones contenidas en la presente Ley Foral que no tengan la consideración de infracciones graves o muy graves.

3. Se consideran infracciones graves:

a) La negativa o resistencia a suministrar datos o facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección y de la Administración comercial, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o cualquier otra forma de presión.

b) El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de actividades infractoras.

c) Ampliar la superficie comercial neta de un gran establecimiento comercial sin contar con autorización adecuada a tal fin.

d) Causar perjuicios a la ordenación territorial y ecológica de la zona donde se asientan los grandes establecimientos comerciales.

e) La apertura del establecimiento comercial en domingo o día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales, de aquéllos no excepcionados en el artículo 31 de esta Ley Foral.

f) La venta bajo el anuncio o la denominación de «ventas con obsequio», «ventas en rebaja», «ventas en liquidación», o «ventas de saldos», con inobservancia de las características legales definidoras de las mismas.

g) Estar afectados los objetos ofertados en las ventas con obsequio, en rebaja o en liquidación, por alguna causa que reduzca su valor de mercado.

h) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de su oferta.

i) Modificar durante el periodo de duración de la oferta de ventas con obsequio el precio o la calidad del producto.

j) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega de los obsequios promocionales.

k) El incumplimiento de la obligación de inscripción en los Registros establecidos en esta Ley Foral.

l) La comisión de cualquiera de las faltas leves establecidas en el presente artículo, cuando sea cometida de forma reincidente en el término de un año por el mismo responsable, y así sea declarado por resolución administrativa firme.

4. Se consideran infracciones muy graves:

a) La comisión de dos o más infracciones graves en el plazo de un año.

b) El inicio de actuaciones de edificación, aun amparadas por una licencia municipal de obras, sin que se haya obtenido la licencia comercial específica para la

instalación, ampliación o traslado de un gran establecimiento comercial.

c) El ejercicio de actividades comerciales en establecimientos que no hayan obtenido autorización, cuando esta sea preceptiva conforme a esta Ley Foral.

d) Causar perjuicios sustanciales e irreversibles a la ordenación territorial y ecológica de la zona donde se asientan los grandes establecimientos comerciales.

e) La comisión de cualquiera de las faltas graves establecidas en el presente artículo, cuando sea cometida de forma reincidente en el término de un año por el mismo responsable, y así sea declarado por resolución administrativa firme.

#### Artículo 70. *Prescripción de las infracciones.*

1. Las infracciones reguladas en la presente Ley Foral prescribirán a los seis meses, las calificadas como leves; a los dos años, las calificadas como graves; y a los tres años, las calificadas como muy graves.

2. Estos plazos se contarán a partir de la realización del acto sancionable o de la terminación del periodo de comisión si se trata de infracciones continuadas.

### CAPÍTULO III

#### Sanciones

#### Artículo 71. *Cuantía de las multas.*

1. Las infracciones, conforme a lo dispuesto en la presente Ley Foral y la Ley 7/1996, de 15 de enero, serán sancionadas con apercibimiento o multa cuya cuantía se establece de acuerdo con la siguiente graduación:

a) Las infracciones leves se sancionarán con apercibimiento o multa de hasta 500.000 pesetas.

b) Las infracciones graves serán sancionadas con multa desde 500.001 a 2.500.000 pesetas.

c) Las infracciones muy graves, con multa desde 2.500.001 pesetas hasta 100.000.000 pesetas.

2. Las cuantías fijadas en el apartado precedente podrán ser actualizadas en función del Índice de Precios al Consumo, mediante Decreto Foral. En la misma forma se fijará, cuando proceda, la cuantía equivalente en euros de las correspondientes sanciones económicas.

3. En todo caso, las sanciones atenderán a un criterio de proporcionalidad entre la infracción cometida y la naturaleza del infractor, teniéndose en cuenta a tales efectos la condición de gran establecimiento comercial o establecimiento comercial minorista.

#### Artículo 72. *Graduación.*

1. Las sanciones se graduarán especialmente en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causado, volumen de la facturación a la que afecta, el grado de voluntariedad o intencionalidad del infractor, la cuantía del beneficio obtenido, la capacidad económica y el plazo de tiempo durante el que se haya venido cometiendo la infracción.

2. La sanción no podrá suponer más del 5 por 100 de la facturación del comerciante afectada por la infracción en el caso de infracciones leves, del 50 por 100 en el caso de las infracciones graves y del volumen total de dicha facturación en el caso de infracciones muy graves.

**Artículo 73. Medidas cautelares.**

1. La Administración podrá adoptar las medidas cautelares que a continuación se relacionan, a fin de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, cuando existan riesgos para la salud, grave riesgo de perjuicio para los intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, graves perjuicios en la ordenación territorial y ecológica del ámbito de desarrollo del comercio minorista, y cuando exista riesgo de distorsión del funcionamiento del mercado:

a) Intervención de mercancías falsificadas, fraudulentas, o no clasificadas o que incumplan los requisitos mínimos legalmente exigidos para su comercialización.

b) Suspensión de la actividad comercial hasta la subsanación de los defectos o el cumplimiento de los requisitos exigidos.

c) Clausura o cierre provisional de establecimientos e instalaciones que carezcan de las preceptivas autorizaciones, mientras permanezcan en esta situación.

2. La competencia para adoptar cualquiera de las medidas provisionales señaladas corresponderá a la Dirección General que tenga atribuida la competencia en materia de comercio y lo hará mediante acuerdo motivado.

**Artículo 74. Prescripción de las sanciones.**

1. Las sanciones impuestas por infracciones leves prescribirán a los seis meses; las impuestas por faltas graves, a los dos años; y las impuestas por faltas muy graves, a los tres años.

2. El plazo de prescripción comenzará a contarse a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

**TÍTULO X****Medidas de apoyo al pequeño comercio****Artículo 75. Concepto.**

Se entenderán por medidas de apoyo al pequeño comercio las que con carácter de fomento del comercio tradicional puedan impulsarse desde las administraciones públicas, o desde las asociaciones de comerciantes.

**Artículo 76. Objetivos.**

1. Las actuaciones referidas en el artículo anterior tendrán como objetivos, además de procurar el equilibrio entre las diferentes fórmulas comerciales, el mantenimiento, impulso y modernización del sector comercial tradicional y su competitividad, sin perjuicio de la libre competencia, los siguientes:

a) Mejora de la capacidad tecnológica de las pequeñas y medianas empresas de distribución.

b) Impulsar la creación de centrales de compra y apoyar su expansión.

c) Fomentar la integración del pequeño comercio en cadenas de tiendas especializadas con el fin de dotarles de una imagen de marca.

d) Favorecer la diversificación empresarial, así como impulsar la atención al cliente como elemento diferenciador de la pequeña empresa.

e) Facilitar los instrumentos tendentes a la especialización, modernización y mejora de la gestión.

2. Para el desarrollo de estos objetivos el Gobierno de Navarra elaborará, consensuadamente con las organizaciones sociales, empresariales y profesionales, un Plan de Apoyo al Pequeño Comercio, que contenga, entre otras, las medidas de apoyo recogidas en esta Ley Foral.

**Artículo 77. Medidas de apoyo.**

1. El Gobierno de Navarra, mediante el oportuno desarrollo reglamentario, extenderá al sector del comercio las ayudas existentes para el sector industrial, tales como fomento a la inversión y a la creación de empleo.

2. El Gobierno de Navarra, de conformidad con los agentes sociales y organizaciones empresariales del sector, elaborará un Plan de Formación General que atienda las diversas necesidades de formación ocupacional y de reciclaje de los trabajadores, así como de formación específica de mejora de la gestión empresarial.

3. El Gobierno de Navarra realizará las actuaciones oportunas que fomenten el asociacionismo del pequeño comercio.

4. El Gobierno de Navarra, en colaboración con las asociaciones de comerciantes, pondrá en marcha cuantas iniciativas y actuaciones sean necesarias para facilitar un fácil y completo acceso del sector a toda la información relativa a recursos regionales, nacionales y comunitarios existentes y a programas de financiación de iniciativas de financiación de la estructura comercial.

5. Con el fin de fomentar la modernización de los equipamientos comerciales existentes y para realizar los programas de actuación sobre las áreas comerciales afectadas por los emplazamientos de los grandes establecimientos comerciales, el Gobierno de Navarra promoverá la modificación de la legislación propia de tributos locales de Navarra, favoreciendo las medidas de fomento pertinentes y los convenios con administraciones y entidades integradas.

La recaudación que se obtenga de tales tributos se destinará a programas de innovación y mejora del comercio urbano, con las prioridades y objetivos que se establezcan en el Plan de dinamización del mismo que se elabore conforme a las Directrices de ordenación territorial.

**TÍTULO XI****Del comercio mayorista****Artículo 78. Concepto.**

Es comercio mayorista o actividad comercial mayorista, a efectos de la presente Ley Foral, la actividad que, no siendo susceptible de encuadrarse en las actividades de comercio minorista reguladas en esta Ley Foral u otras análogas, se desarrollen profesionalmente, con ánimo de lucro, o de prestación de servicios a sus socios o asociados, consistente en situar u ofrecer a los minoristas productos naturales o elaborados y servicios.

**Artículo 79. Del comercio mayorista.**

El Gobierno de Navarra regulará la normativa específica de aplicación a los establecimientos de comercio mayorista.

**Disposición adicional primera.**

Para todos los registros y actividades comerciales regulados en esta Ley Foral, así como en la reglamentación de desarrollo de la misma, se tendrá en cuenta, en todo caso, lo dispuesto en la Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de Regulación del Tratamiento Automatizado de los Datos de Carácter Personal.

**Disposición adicional segunda.**

El comercio electrónico será regulado por el Gobierno de Navarra de conformidad con la directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, así como con la legislación vigente en el Estado.

**Disposición adicional tercera.**

Teniendo en cuenta que la ubicación de una parte de los grandes establecimientos comerciales se plantea con una dimensión comarcal, o al menos supramunicipal, la repercusión económica de su instalación (contribución, impuestos, tasas...) deberá distribuirse entre los municipios incluidos en su ámbito de influencia. A tal efecto, el Gobierno de Navarra desarrollará esta previsión en el ámbito de la legislación sobre Haciendas Locales, de modo que el 40 por 100 de los ingresos sean para el municipio en el que se construya el centro, o 50 por 100 si se ubica en más de un municipio, y el resto se distribuya entre el conjunto de los municipios del área de influencia en proporción al número de habitantes de cada uno de ellos.

**Disposición adicional cuarta.**

El Gobierno de Navarra desarrollará, en el ámbito de la legislación propia de tributos locales, la previsión de que al menos el 10 por 100 de los ingresos obtenidos por los municipios derivados de la instalación de un gran establecimiento comercial se destinen a acciones de promoción del comercio tradicional en esos municipios.

**Disposición adicional quinta.**

En el plazo de un mes desde la entrada en vigor de la presente Ley Foral, el Gobierno de Navarra deberá aprobar un Reglamento de desarrollo de esta Ley Foral en materia de modelo territorial de grandes superficies, partiendo del modelo territorial vigente, encargado por el Gobierno de Navarra a la Cámara Navarra de Comercio e Industria, confiriendo así naturaleza normativa al mismo.

**Disposición transitoria primera.**

La presente Ley Foral no será de aplicación a los expedientes de autorización relativos a grandes establecimientos comerciales que hayan sido objeto de resolución definitiva en los ámbitos comercial y de ordenación territorial antes de la fecha de entrada en vigor de la misma.

Los expedientes de solicitud de licencia comercial específica que no hubieran sido resueltos definitivamente a la entrada en vigor de esta Ley Foral, continuarán su tramitación conforme a lo establecido en la misma. No se exigirá el pago de la tasa correspondiente a las solicitudes que hubiesen completado la documentación en el momento de la entrada en vigor de esta Ley Foral.

**Disposición transitoria segunda.**

Las personas físicas o jurídicas que, a la entrada en vigor de esta Ley Foral, ejerzan una actividad comercial que suponga su inscripción obligatoria en alguno de los registros establecidos en la presente Ley Foral, deberán proceder a realizar la citada inscripción en el plazo máximo de un año, a contar desde la entrada en vigor del reglamento que determine los datos objeto de inscripción y los documentos precisos para la misma.

**Disposición transitoria tercera.**

Las licencias comerciales específicas otorgadas con anterioridad a la entrada en vigor de la presente Ley Foral continuarán siendo válidas. No obstante, la ampliación o modificación de dichos establecimientos estará sujeta a las previsiones contenidas en esta Ley Foral.

**Disposición derogatoria.**

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley Foral y, en particular, el Decreto Foral 154/1993, de 10 de mayo, por el que se regula la implantación territorial y urbanística de las instalaciones comerciales de gran superficie y el Decreto Foral 378/2000, de 18 de diciembre, por el que se regulan los horarios comerciales.

**Disposición final primera.**

Se autoriza al Gobierno de Navarra y a los Departamentos competentes en cada caso, para dictar los actos y disposiciones que requiera el desarrollo y la ejecución de lo previsto en la presente Ley Foral.

**Disposición final segunda.**

Se declara la supletoriedad de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en todo lo no previsto por la presente Ley Foral.

**Disposición final tercera.**

La presente Ley Foral entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Navarra.

Yo, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley Orgánica de Reintegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra, promulgo, en nombre de S.M. el Rey, esta Ley Foral, ordeno su inmediata publicación en el «Boletín Oficial de Navarra» y su remisión al «Boletín Oficial del Estado» y mando a los ciudadanos y a las autoridades que la cumplan y la hagan cumplir.

Pamplona, 12 de julio de 2001.

MIGUEL SANZ SESMA,  
Presidente

*(Publicada en el «Boletín Oficial de Navarra» número 86,  
de 16 de julio de 2001)*

**15780** LEY FORAL 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

EL PRESIDENTE DEL GOBIERNO DE NAVARRA

Hago saber que el Parlamento de Navarra ha aprobado la siguiente Ley Foral por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

**PREÁMBULO**

I. El proceso de liberalización de las telecomunicaciones, unido al avance tecnológico en el sector audiovisual, ha aumentado de manera significativa la oferta