



BOLETIN OFICIAL DEL PARLAMENTO DE NAVARRA

V Legislatura

Pamplona, 30 de marzo de 2001

NUM. 35

S U M A R I O

SERIE A:

Proyectos de Ley Foral:

—Proyecto de Ley Foral por la que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra. Enmiendas presentadas a la totalidad ([Pág. 2](#)).

SERIE G:

Informes, Convocatorias e Información Parlamentaria:

- Resolución de la Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra por la que nombra asesor ([Pág. 26](#)).
- Resolución de la Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra por la que nombra asesor ([Pág. 26](#)).
- Resolución de la Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra por la que nombra secretario ([Pág. 27](#)).
- Contratación de un servicio de asistencia técnica para la realización de una encuesta general en la Comunidad Foral de Navarra ([Pág. 27](#)).
- Acuerdo de adjudicación de un Sistema Informático de Gestión Integral de Biblioteca con destino a la Biblioteca del Parlamento de Navarra ([Pág. 28](#)).

**Serie A:
PROYECTOS DE LEY FORAL**

Proyecto de Ley Foral por la que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra

ENMIENDAS PRESENTADAS A LA TOTALIDAD

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 128 del Reglamento de la Cámara, se ordena la publicación en el Boletín Oficial del Parlamento de Navarra de las enmiendas presentadas a la totalidad del proyecto de Ley Foral por la que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra, publicado en el Boletín Oficial de la Cámara núm. 8, de 5 de febrero de 2001.

Pamplona, 19 de marzo de 2001

La Presidenta en funciones: Amelia Salanueva Murguialday

ENMIENDA NÚM. 1

FORMULADA POR LA
PARLAMENTARIA FORAL

**ILMA. SRA. D.^a MILAGROS RUBIO
SALVATIERRA**

Enmienda a la totalidad de devolución del proyecto de Ley Foral por la que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra.

Motivación

Los grandes establecimientos comerciales son una forma de concentración monopolística ligados a las grandes cadenas multinacionales. Esta actividad tiene para la ciudad y el entorno efectos urbanísticos, ambientales, sociales y humanos importantes.

Entre los males que aquejan a las ciudades modernas, según algunos especialistas, está la imposición del modelo americano de "no-ciudad" que posteriormente ha sido trasladado a Europa. En él, el peso fundamental de las redes de consumo se traslada a la periferia de la ciudad, con grandes superficies comerciales capaces de ofer-

tar toda clase de productos, añadiendo además servicios variados en el terreno del ocio.

A nuestro entender, Navarra tiene una infraestructura comercial suficiente para atender las necesidades de mercado, debido, por un lado, a su escasa población, comparándola con otras zonas, y por otro lado, a la aceptable convivencia entre las tiendas y comercios familiares con otros de tamaño medio y de grandes proporciones, como son los supermercados instalados en el interior de las ciudades, junto a los mercados públicos.

Este equilibrio se ha roto con la aparición de los grandes hipermercados, produciendo una serie de efectos negativos:

– Aumento considerable de los problemas de tráfico existentes (se estima que en horas punta se produce un tráfico de 2.000 vehículos por hora). La influencia comercial de las grandes superficies comerciales se sitúa entre los 25 y 50 Km a la redonda, por ello se eligen siempre lugares bien comunicados por autopistas, rondas, etcétera.

– Según estudios realizados, un buen hipermercado equivale en ventas, solo en el sector de la alimentación y menaje, a 20 supermercados, o a 180 autoservicios, o a 500 tiendas tradicionales; con lo que ello supone de amenaza para los puestos de trabajo de estos últimos establecimientos.

– A la desaparición de los pequeños comercios, se une la pérdida de un elemento importante en la vida social de los barrios, como es el comercio al que se acude a diario, el cual origina y genera todo un mundo de relaciones vecinales imprescindibles para dotar a un núcleo de población de entidad propia.

– Las grandes superficies comerciales apuestan por ciudades caracterizadas por una segregación

ción de usos, donde los servicios administrativos se sitúen en el centro, el comercio alejado y concentrado, el trabajo en los polígonos exteriores, y los barrios como dormitorios, todo ello dificultando la comunicación y el encuentro, y requiriendo la utilización del coche para todo.

– Como aspecto especialmente negativo se nos presenta la instalación en los nuevos centros proyectados de “hipermercados del ocio”, grandes espacios destinados al entretenimiento infantil y familiar, segregando esas actividades de los barrios y pueblos, y uniformando la cultura al estilo “norteamericano”, característico de este tipo de instalaciones.

– Otro de los elementos negativos es la disminución de las posibilidades de compra para una parte importante de la población. El cierre obligado de establecimientos en el barrio respectivo, supone una disminución de oferta y posibilidades para aquellas personas que no utilizan o no disponen de coche para el traslado (personas mayores, de escasos recursos económicos, discapacitados físicos, etcétera).

– Uno de los elementos claves del éxito de las grandes superficies es la publicidad. En los hipermercados se adquieren cosas que apetecen pero que no te hacen falta, y se compra mucho más cantidad respecto a lo inicialmente previsto. Además, se produce un consumo uniformado, que no potencia la producción y consumo de productos de la tierra, con efectos negativos para la economía local.

– Frente a la idea socialmente extendida de que este tipo de establecimientos ofrecen productos más baratos, hay estudios que constatan que tras la instalación, donde los precios son realmente más ventajosos con el objeto de anular la competencia de los comercios de la zona, una vez conseguido el cierre de varios de ellos y acercándose a situaciones monopolísticas, los precios vuelven a reajustarse. A ello hay que unir técnicas de venta donde una serie de productos son realmente a precios ventajosos, encareciendo el resto, y la infraestimación en el coste final de la compra si tenemos en cuenta los gastos del viaje.

– Un coste social importante y que habitualmente no se contabiliza son los gastos de urbanización extra que originan. Cuando una persona se construye una casa o se compra un piso tiene que pagarse la infraestructura, la cuota de urbanización. Para los hiper esta regla no suele existir frecuentemente. Los viales de comunicación costosísimos que requieren estos hiper acaban sien-

do contruidos por la administración, justificándose por el “bien común” que supone la necesidad de dar salida al tráfico que han generado los hiper para su propio beneficio.

Desde Batzarre, entendemos que se debe apostar por;

Propuesta:

– Una política de abastecimiento descentralizada, donde la distribución de alimentos no dependa exclusivamente de las multinacionales.

– La existencia de pueblos y barrios lo más autosuficientes posibles, bien dotados de todo tipo de infraestructuras de ocio, cultura, de relaciones vecinales... y también de comercio.

– Educar a las personas en el consumo responsable, encaminado a la satisfacción de las auténticas necesidades humanas, que potencie el espíritu crítico para valorar más el “ser que el tener”, que nos haga menos dependientes del “coche para todo”, que se minimice el impacto ambiental.

– Establecimiento de una moratoria para la instalación de grandes superficies y para la ampliación de las existentes, de tal forma que permita un debate profundo sobre el modelo de ciudades que queremos, y sobre hábitos ciudadanos y posibilidades reales de consumo.

– Realización de un estudio de la demanda potencial de consumo, para alcanzar un equilibrio razonable entre la cantidad de comercios y la previsión de ventas, o determinar qué tipo de comercios son necesarios o qué clase de comercios saturan el mercado.

– Igualmente, se deberían tomar medidas tendentes a la ampliación o reforma de los locales comerciales existentes; variación de las tasas municipales sobre obras y actividades comerciales, cobrando más o menos según el tipo de zona; fomentar el asociacionismo entre comerciantes y entre estos y los productores locales (agricultores, artesanos, empresas locales) para la venta de productos; modificar el reparto de las haciendas locales para que permita a los ayuntamientos mayor capacidad presupuestaria, y que ello revierta en una reducción de tasas municipales a la ciudadanía y al pequeño comercio.

– Por todo ello, y dado que nuestras propuestas no se ven reflejadas en el presente proyecto de ley, no nos queda más remedio que rechazarlo y solicitar la remisión de otro que atienda realmente las demandas sociales.

ENMIENDA NÚM. 2**FORMULADA POR
EL GRUPO PARLAMENTARIO
EUSKAL HERRITARROK**

Enmienda a la totalidad del proyecto de Ley Foral por el que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra.

Motivación

El pasado 14 de septiembre del año 2000, el Parlamento de Navarra, por voluntad mayoritaria, instaba al Gobierno de Navarra a la elaboración de una Ley Foral General del Comercio que regulara todo el sector, aplicara criterios de ordenación del territorio y urbanismo, desarrollara y revitalizara el mediano y pequeño comercio, regulara la implantación de nuevas grandes superficies y contara para la elaboración de la Ley con todos los sectores implicados.

Sin embargo, el Gobierno de UPN, haciendo caso omiso a la voluntad expresada por este Parlamento, ha remitido un proyecto de ley foral en exclusiva regularizador de la instalación de grandes establecimientos comerciales. Proyecto de ley además que se presenta sin haber logrado el necesario consenso social, ya que es un proyecto de ley en cuya elaboración ni siquiera se ha tenido en cuenta la participación del propio sector del comercio.

Ello por sí solo es motivo más que suficiente para exigir la devolución del proyecto.

Pero, además, hay que decir que es un proyecto que, dentro de la parcialidad a la que asiste en su regulación, es claramente favorecedor de la instalación de estos grandes establecimientos comerciales y que otorga al Gobierno de Navarra margen absoluto tanto en los procesos de planificación (la regularización de los grandes establecimientos comerciales se hace en función de unas Directrices de Ordenación Comercial que son aprobadas por el Gobierno de Navarra), como de autorización (tramitaciones y autorizaciones fundamentadas en la intervención por medio de los Planes Sectoriales de Incidencia Supramunicipal).

Es un proyecto que entiende el comercio minorista y los grandes establecimientos comerciales como algo diferente, cuando es necesario que sea considerado como un todo.

Así pues, entendemos que es totalmente necesaria en Navarra una regulación global y además una regulación con un talante claramente

restrictivo respecto a la implantación de estos grandes establecimientos comerciales y claramente potenciador e impulsor del comercio tradicional, no sólo como actividad comercial, sino también como elemento integrador de los cascos urbanos.

Asimismo entendemos que el proyecto de ley foral debiera ser instrumento revitalizador tanto de la actividad económica como de las relaciones sociales, así como potenciador de un modelo que responda a criterios equilibrados de consumo necesario y razonable.

Todo ello, entendemos, tiene que ser fruto de un amplio debate social en el que tomen parte todos los agente implicados: ayuntamientos, comerciantes, consumidores, sindicatos... Un proceso de debate previo a la regulación que tiene que contar con las garantías necesarias por parte de la Administración foral de que el presente no va a condicionar más el futuro. Es decir, que se hace totalmente imprescindible la aplicación de una moratoria que impida la instalación de más superficies comerciales, mientras no se procede a la regulación definitiva.

Por todo ello, presentamos esta enmienda a la totalidad de devolución de este proyecto de ley foral.

ENMIENDA NÚM. 3**FORMULADA POR EL
GRUPO PARLAMENTARIO
CONVERGENCIA DE DEMOCRATAS
DE NAVARRA**

Enmienda a la totalidad para la devolución al Gobierno del proyecto de Ley Foral por la que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra

La disposición transitoria de la Ley Foral 14/2000, de 29 de diciembre, por la que se regula el proceso de enajenación del área afectada por el planeamiento sectorial de incidencia supramunicipal de Sarriguren, dispuso que el Gobierno de Navarra no autorizará la instalación de grandes establecimientos comerciales en el Área de Actividades Económicas o de Oportunidad de Sarriguren mientras no se desarrolle la implantación de estos establecimientos en nuestra Comunidad, mediante una Ley Foral General de Comercio.

Por parte del Gobierno de Navarra se pretenden salir del paso por medio de dos actuaciones separadas. La primera ha consistido en remitir el proyecto de Ley Foral por la que se regula la

ordenación de los grandes establecimientos comerciales. La segunda se anuncia en la disposición transitoria cuarta de tal proyecto, dando un plazo al Gobierno para que en seis meses remita el proyecto de Ley Foral del comercio minorista. Este era el plazo dado por el Parlamento para un proyecto integral y único.

Una vez más se incumple la voluntad de la Cámara que ya anteriormente devolvió al Gobierno un Proyecto de Ley Foral de similar naturaleza al presente, habiendo dejado muy claro en el texto citado, cuál es la voluntad de tratamiento de la materia. Sin embargo, el Gobierno sigue contumaz en separar y tratar de conseguir un marco lleno de discrecionalidad para regular las grandes superficies, extremos que parecen ser su mayor preocupación o, al menos, la de algunos grupos que sólo ven a la Comunidad Foral como un gran mercado o un espacio en el que especular con grandes opciones comerciales o de ocio.

(...) con el anterior proyecto de Ley, por lo que se propone al Pleno del Parlamento de Navarra la adopción del acuerdo de devolución al Gobierno del proyecto de Ley Foral de ordenación de los grandes establecimientos comerciales.

ENMIENDA NÚM. 4

**FORMULADA POR EL
GRUPO PARLAMENTARIO
SOCIALISTAS DEL PARLAMENTO
DE NAVARRA**

Enmienda a la totalidad, con texto alternativo, del proyecto de Ley Foral por la que se regula la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en Navarra, justificada, entre otras, por las razones que se exponen a continuación.

El grupo parlamentario socialista considera que el comercio en la Comunidad Foral de Navarra debe regularse de forma global, mediante una legislación adaptada a las transformaciones que se están sucediendo en el sector del comercio, de manera que se logre un adecuado equilibrio territorial en nuestra Comunidad.

El proyecto de Ley presentado por el Gobierno de Navarra aborda únicamente la regulación de un sector del comercio, en concreto, los grandes establecimientos comerciales.

El grupo socialista considera que la implantación de las grandes superficies en la Comunidad Foral de Navarra debe estar regida por la racionalidad y la transparencia, basándose siempre en criterios objetivos, lo que se exige un marco legal

clarificador de la situación de todo el comercio en nuestra Comunidad.

El grupo parlamentario socialista ha manifestado en reiteradas ocasiones su voluntad de que la regulación de los grandes establecimientos comerciales se contemple en una Ley General del Comercio en Navarra, de tal manera que regule, asimismo, con criterio de ordenación del territorio, de racionalidad y de globalidad, el desarrollo, modernización y revitalización del comercio existente.

Por estas razones, y por las contenidas en la exposición de motivos del texto alternativo que se propone, se presenta esta enmienda a la totalidad.

TEXTO ALTERNATIVO Proposición de 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 PRIMERO

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:

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

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

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

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

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

Artículo 3. Ámbito de aplicación.

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

Esta Ley 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.

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

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.

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 y servicios 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.

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.

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 la oferta de las cooperativas o entidad análoga 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.

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.

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:

- Desarrollar su actividad procurando adecuarse a las necesidades comerciales del área en la que se ubique el gran establecimiento comercial.
- 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.
- Evitar prácticas monopolísticas o de dominio en el mercado.

- 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 SEGUNDO

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.

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 los 2.500 metros cuadrados.

Se entiende por superficie útil para la exposición y venta de artículos o muestra de servicios aquella 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 y descarga y almacenaje no visitables por el público y, en general, todas aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo.

Quedan excluidos del concepto de gran establecimiento:

- Los mercados mayoristas.
- Los mercados municipales.

Artículo 18. Licencia comercial de gran establecimiento.

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, apertura y obras.

Estarán sujetas igualmente a licencia comercial de gran establecimiento:

- La ampliación de establecimientos comerciales, cuando lleguen a superar los 2.500 metros cuadrados.
- La modificación de la actividad o sector del comercio a que se dedique un gran establecimiento comercial autorizado.
- La reapertura de un gran establecimiento que haya permanecido cerrado por más de un año.

Deberán solicitar licencia comercial de gran establecimiento:

- El promotor o el operador, en el caso de establecimientos comerciales colectivos, bien sean parques o centros comerciales.

- El comerciante titular del negocio o, en su caso, el operador para los establecimientos comerciales individuales.

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 contraído por el cedente con la Administración Foral y/o municipal.

Artículo 19. Contenido de la solicitud y documentación exigida.

La solicitud de licencia comercial específica deberá dirigirse al Departamento de Comercio del Gobierno de Navarra por cualquiera de los medios admitidos y previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, sobre el régimen jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

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.

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.

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.

Superficie destinada a aparcamiento y número de plazas.

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

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.

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.

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

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:

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

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.

Evaluación del impacto ambiental del proyecto.

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

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

El Departamento de Comercio solicitará informe preceptivo al Tribunal de Defensa de la Competencia que tendrá carácter no vinculante.

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

Artículo 20. Tramitación de la licencia para centros y parques comerciales.

El promotor o el operador del centro o parque comercial, cuya instalación se pretenda, deberá elaborar y presentar ante el Departamento de Comercio del Gobierno de Navarra un expediente regulador de la implantación del establecimiento comercial que deberá contener:

Solicitud de licencia comercial de gran establecimiento con los requisitos documentales expuestos en el artículo 18.

Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal cuyo contenido deberá ajustarse a lo establecido en el artículo 64 de la Ley Foral 10/1994, de 4 de julio, de Ordenación del Territorio y Urbanismo. El citado proyecto será remitido al Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda del Gobierno de Navarra.

Una vez analizada la documentación exigida en el artículo 18, el Departamento de Comercio solicitará informe del proyecto presentado al Ayuntamiento donde se vaya a ubicar el establecimiento comercial. De igual manera, solicitará informe a la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Navarra, a la Confederación de Empresarios de Navarra (CEN), a las organizaciones de consumidores y usuarios más representativas, a la Federación Navarra de Municipios y Concejos y a los sindicatos más representativos. Podrá pedir, además, cuantos informes considere convenientes. Los informes serán evacuados en el plazo de un mes, transcurrido el cual sin haberse emitido se proseguirán las actuaciones.

Al objeto de la emisión de los citados informes, la Dirección General remitirá a las organizaciones citadas un extracto del expediente objeto de informe, sin perjuicio del examen de la documentación necesaria que pueda solicitarse.

Con el fin de valorar el expediente, el Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista emitirá un dictamen sobre la idoneidad del proyecto presentado desde una visión económica, comercial y laboral. El plazo de emisión del informe de la Comisión será de un mes.

Tanto el Departamento de Comercio como el Departamento de Ordenación del Territorio, a la vista de la documentación aportada e informes requeridos, elaborarán sendas propuestas de resolución en la materia competente de cada Departamento que elevarán al Gobierno.

Corresponde al Gobierno de Navarra la resolución sobre la autorización o denegación de la licencia y la aprobación, en su caso, del Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal, en el plazo de dos meses a contar desde la remisión de las propuestas de resolución referidas en el punto anterior. Transcurrido el plazo para resolver sin haberse adoptado resolución expresa se entenderá estimada la solicitud de licencia comercial y aprobado el Proyecto por silencio administrativo.

Artículo 21. Tramitación de la licencia para grandes establecimientos comerciales de carácter individual.

El promotor o el operador del gran establecimiento comercial de carácter individual deberá elevar al Departamento de Comercio solicitud de licencia comercial de gran establecimiento acompañada con los documentos exigidos en el artículo 19.

El Departamento de Comercio instruirá la tramitación de la licencia analizando la documentación recibida y solicitando de cada ayuntamiento y del Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista los oportunos informes referidos en el artículo anterior.

El Departamento de Comercio comunicará el expediente al Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda solicitándole informe vinculante en relación con la incidencia urbanística y territorial de la instalación del establecimiento y, en caso de ser necesario, podrá exigir la presentación de un Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal o de modificación del planeamiento municipal.

Si el informe es favorable a la concesión de la licencia, se trasladará el expediente al Consejero de Comercio, el cual resolverá el otorgamiento de licencia comercial de gran establecimiento.

Si el informe es desfavorable, todo el expediente será remitido al Gobierno al cual le corresponderá la resolución de la licencia conforme a los criterios de concesión establecidos en esta Ley.

En caso de ser necesaria la tramitación de un Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal para adecuar urbanísticamente la implantación del gran establecimiento comercial, se procederá conforme a la normativa prevista en el artículo anterior, correspondiendo la resolución definitiva del proyecto al Gobierno de Navarra.

Las referidas resoluciones deberán realizarse en el plazo de dos meses contados desde la emisión del informe vinculante del Departamento de Medio Ambiente, Ordenación del Territorio y Vivienda, salvo para los casos en que sea necesaria la tramitación de un Proyecto Sectorial de Incidencia Supramunicipal, en los que se procederá conforme a lo establecido en el artículo anterior. Transcurrido este plazo sin haberse adoptado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de licencia comercial por silencio administrativo.

Artículo 22. Criterios de concesión de la licencia comercial de gran establecimiento.

Para conceder o denegar la licencia, se atenderá a los siguientes criterios:

A/ La existencia o inexistencia de un equipamiento comercial adecuado a las necesidades de la población teniendo en cuenta:

La correlación existente entre el establecimiento comercial proyectado, en cuanto a superficie y tipo de instalación, y el lugar en que se pretende su implantación, considerando su área de influencia.

La existencia de flujos comerciales con otras Comunidades Autónomas.

B/ 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.

C/ 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.

D/ Efectos de la implantación sobre la comercialización de productos regionales.

E/ 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.

Artículo 23. Coordinación con la Administración Local.

En el supuesto de otorgamiento de licencia comercial específica, el Departamento de Comercio 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 apertura.

La Administración Local deberá informar al Departamento de Comercio 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 24. Vigencia de la licencia comercial de gran establecimiento.

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 Comercio por causa justificada. La prórroga se concederá por un período no superior a los seis meses y no podrá ser renovada.

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

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

Artículo 25. Tasa.

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.

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

CAPÍTULO III

De otros establecimientos sometidos a autorización.

Artículo 26. Establecimiento comercial minorista de mediana superficie.

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 pro-

ductos superior a los 1.000 metros cuadrados e inferior a 2.500 metros cuadrados.

La apertura y ampliación de los mismos estarán sujetas a los requisitos especificados para la concesión de licencias municipales de obras y 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 su vaya a ubicar el establecimiento y la superficie destinada a aparcamiento y número de plazas dentro de las dimensiones del mismo.

Artículo 27. Establecimientos denominados de “descuento duro”.

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:

- Que exista predominio de productos de alimentación en régimen de autoservicio.
- Que más del 50 % 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.
- Que el número de referencias en la oferta total del establecimiento sea inferior a mil.
- Que las bolsas donde se empaqueten los artículos vendidos tengan un precio específico.

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

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

TÍTULO TERCERO **Horarios comerciales**

Artículo 28. Horario en días laborales.

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 12 horas, serán fijados libremente por cada comerciante, todo ello sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en el régimen laboral.

Artículo 29. Horario en días festivos.

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

Anualmente se establecerá por el Departamento de Comercio, 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 cinco al año coincidiendo fundamentalmente con la campaña comercial de Navidad.

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.

El pleno de los ayuntamientos de los municipios interesados podrá permutar algunos de los cinco 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 por parte de la propia administración municipal para general conocimiento de los comerciantes y consumidores de su término.

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 30. 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 31. Libertad de horario.

Tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público los establecimientos dedicados específicamente a las siguientes actividades:

- Ventas de pan.
- De prensa.
- Establecimientos instalados en estaciones y medios de transporte terrestre y aéreo.

Los locales comerciales para la celebración en los mismos de exposiciones, certámenes comer-

ciales 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 a la consejería competente en materia de certámenes.

Artículo 32. Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos.

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.

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 Comercio.

TÍTULO CUARTO

Obligaciones de los comerciantes minoristas

Artículo 33. Obligaciones genéricas.

Los comerciantes minoristas habrán de cumplir los siguientes deberes:

- 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.

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

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

- Cumplir las normas de protección de los derechos de consumidores y usuarios.

Artículo 34. 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 comer-

ciante minoristas deberán observar las siguientes determinaciones:

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

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

- Tener a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones.

- Entregar documento de garantía en toda venta de artículos de naturaleza duradera.

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

- Contratar con los consumidores sin existencia de cláusulas abusivas.

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

Artículo 35. Exhibición de precios.

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

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 QUINTO

Promociones de ventas

CAPÍTULO I

Disposiciones comunes

Artículo 36. Concepto.

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.

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

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

Artículo 37. 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 38. 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 39. Duración promociones.

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.

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.

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

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.

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 40. Artículos promocionados.

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

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

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

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

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 41. 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 42.** Venta en rebajas.

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.

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 de la Consejería 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.

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.

Tampoco podrán ofrecerse en rebajas:

- Artículos obsoletos, sin perjuicio de que se ofrezcan en el mismo establecimiento como saldos.
- Artículos que no hubieran formado parte de la oferta habitual de ventas del establecimiento durante el mes anterior al inicio de las mismas.
- Artículos que hubieran sido objeto de cualquier tipo de promoción durante el mes anterior al inicio de la temporada de rebajas.
- Artículos deteriorados.

Artículo 43. Saldos.

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".

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.

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

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.

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 44. Ventas en liquidación.

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

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.

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

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.

El comerciante que practique una liquidación deberá comunicar este hecho al Departamento de Comercio 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 Comercio 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 45. Ventas con obsequio.

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.

La calidad de los objetos o servicios que se promocionen no podrán 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.

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.

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.

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.

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 SEXTO **Ventas especiales**

CAPÍTULO I **Disposiciones generales**

Artículo 46. Concepto.

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.

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 47. Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.

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:

- Comerciantes de venta a distancia.
- Comerciantes de venta ambulante.
- Comerciantes de venta automática.
- Comerciantes de venta en pública subasta.

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.

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 48. Venta a domicilio

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.

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.

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

Artículo 49. Venta ocasional

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.

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.

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 50. Autorización.

Estas ventas estarán sometidas a autorización previa, que deberá ser otorgada por el Departamento de Comercio, y los comerciantes que las ejerzan deberán hallarse inscritos en el Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.

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

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

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.

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

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.

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.

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 51. 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 52. 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 SÉPTIMO

De los certámenes comerciales

Artículo 53. Certámenes comerciales. Concepto

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.

Los certámenes comerciales definidos en el número anterior recibirán la denominación de

“ferias” cuando su celebración tenga carácter periódico, y “exposiciones” cuando carezcan de dicho carácter.

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 54. Certámenes comerciales oficiales

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.

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 número anterior del presente artículo.

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 48 bis 6 de la presente ley, en los términos que reglamentariamente se determinen.

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 55. Comisión de certámenes comerciales.

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.

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 56. Organizaciones de certámenes comerciales

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

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

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

Las instituciones feriales se regirán 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 Foral competente en materia de certámenes comerciales.

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

Artículo 57. Registro Oficial de Certámenes Comerciales

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

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.

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 58. 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 OCTAVO

Consejo Navarro Asesor de Comercio Minorista

Artículo 59. Constitución y composición del Consejo.

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.

Serán funciones del citado Consejo las siguientes:

- Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las Administraciones competentes en dicha materia.
- Informar cuantos proyectos de leyes y demás disposiciones elabore el gobierno regional relacionadas con el sector comercial.
- Elaborar un informe anual sobre la situación comercial de la Comunidad Foral.
- Cualquier otra que reglamentariamente se establezca.

En su composición estarán debidamente representados los agentes económicos y sociales más representativos del sector en la Comunidad Foral, junto a asociaciones de consumidores y Administraciones públicas competentes en la materia.

El Consejo Navarro Asesor de Comercio quedará adscrito al Departamento de Comercio del Gobierno de Navarra.

TÍTULO NOVENO
Régimen sancionador

CAPÍTULO I
Competencia y procedimiento

Artículo 60. Competencia.

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.

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 61. Procedimiento.

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.

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.

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.

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

Artículo 62. Procedimientos penales.

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 Defensa de la Competencia; lo comunicará al Tribunal de Defensa de la Competencia.

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.

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 63. Responsabilidad administrativa

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en la presente Ley 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 64. Definición.

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.

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 65. Clasificación y tipificación de las infracciones.

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

Se consideran infracciones leves las siguientes:

La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades y sus agentes en el ejercicio de sus funcio-

nes de inspección, y el suministro de información inexacta o incompleta.

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

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

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.

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

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

Se consideran infracciones graves:

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.

El incumplimiento del requerimiento sobre el cese de actividades infractoras.

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

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

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.

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.

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

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

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

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

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

Se consideran infracciones muy graves:

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

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.

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

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

Artículo 66. Prescripción de las infracciones.

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.

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 67. Cuantía de las multas.

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:

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

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

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

Las cuantías fijadas en los apartados precedentes 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.

Artículo 68. Graduación.

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.

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 69. Medidas cautelares.

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:

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

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

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

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 70. Prescripción de las sanciones.

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.

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 71.** 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 72. Objetivos

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:

1. Mejora de la capacidad tecnológica de las pequeñas y medianas empresas de distribución.
2. Impulsar la creación de centrales de compra y apoyar su expansión.
3. Fomentar la integración del pequeño comercio en cadenas de tiendas especializadas con el fin de dotarles de una imagen de marca.
4. Favorecer la diversificación empresarial, así como impulsar la atención al cliente como elemento diferenciador de la pequeña empresa.
5. Facilitar los instrumentos tendentes a la especialización, modernización y mejora de la gestión.

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.

Artículo 73. 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 al 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, programas de financiación de iniciativas de financiación de la estructura comercial...

TÍTULO XI**Del comercio mayorista****Artículo 74.** 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 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 75. 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 reguladas 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 a la legislación vigente en el Estado.

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.

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, 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 a establecimientos comerciales cuyas superficies superen los umbrales de aplicación previstos en la misma continuarán siendo válidas. No obstante, la ampliación o modificación de dichos establecimientos estará sujeta a las previsiones contenidas en esta Ley Foral.

Disposición derogatoria única

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley 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 (B.O.N. número 156, de 27 de diciembre de 2000).

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.

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 entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Navarra.

ÍNDICE**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS****TÍTULO PRIMERO. DISPOSICIONES GENERALES****CAPÍTULO I. Objeto y ámbito de aplicación**

Artículo 1. Objeto.

Artículo 2. Principios rectores.

Artículo 3. Ámbito de aplicación

CAPÍTULO II. Del comercio minorista.

Artículo 4. Concepto.

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

Artículo 6. Entidades cooperativas y formas jurídicas análogas.

Artículo 7. Prohibiciones y restricciones al comercio.

CAPÍTULO III. Comerciante, promotor y operador.

Artículo 8. Comerciante.

Artículo 9. Promotor.

Artículo 10. Operador comercial.

Artículo 11. Derechos de los promotores y operadores.

Artículo 12. Deberes de los promotores y operadores.

TÍTULO SEGUNDO. ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.**CAPÍTULO I. Establecimiento comercial.**

Artículo 13. Concepto general.

Artículo 14. Centro Comercial.

Artículo 15. Parque Comercial.

Artículo 16. Polígono Comercial.

CAPÍTULO II. Grandes establecimientos comerciales minoristas.

Artículo 17. Concepto.

Artículo 18. Licencia comercial de gran establecimiento.

Artículo 19. Contenido de la solicitud y documentación exigida.

Artículo 20. Tramitación de la licencia para Centros y Parques comerciales.

Artículo 21. Tramitación de la licencia para Grandes Establecimientos Comerciales de carácter individual.

Artículo 22. Criterios de concesión de la licencia comercial de gran establecimiento.

Artículo 23. Coordinación con la Administración Local.

Artículo 24. Vigencia de la licencia comercial de gran establecimiento.

Artículo 25. Tasa.

CAPÍTULO III. De otros establecimientos sometidos a autorización.

Artículo 26. Establecimiento comercial minorista de mediana superficie.

Artículo 27. Establecimientos denominados de "descuento duro".

TÍTULO TERCERO. HORARIOS COMERCIALES.

Artículo 28. Horario en días laborales.

Artículo 29. Horario en días festivos.

Artículo 30. Información sobre horarios.

Artículo 31. Libertad de horario.

Artículo 32. Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos.

TÍTULO CUARTO. OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES

MINORISTAS.

Artículo 33. Obligaciones genéricas.

Artículo 34. Obligaciones básicas frente a los consumidores.

Artículo 35. Exhibición de precios.

TÍTULO QUINTO. PROMOCIONES DE VENTAS.

CAPÍTULO I. Disposiciones comunes.

Artículo 36. Concepto.

Artículo 37. Pertenencia previa al inventario.

Artículo 38. Medios de pago.

Artículo 39. Duración promociones.

Artículo 40. Artículos promocionados.

Artículo 41. Doble precio.

CAPÍTULO II. Clases.

Artículo 42. Venta en rebajas.

Artículo 43. Saldos.

Artículo 44. Ventas en liquidación.

Artículo 45. Ventas con obsequio.

TÍTULO SEXTO. VENTAS ESPECIALES.

CAPÍTULO I. Disposiciones generales.

Artículo 46. Concepto.

Artículo 47. Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Comunidad Foral de Navarra.

Artículo 48. Venta a domicilio.

Artículo 49. Venta ocasional

Artículo 50. Autorización.

Artículo 51. Venta en cadena o pirámide.

Artículo 52. Oferta de premios o regalos mediante sorteos.

TÍTULO SÉPTIMO. CERTÁMENES COMERCIALES

Artículo 53. Certámenes comerciales. Concepto.

Artículo 54. Certámenes comerciales oficiales.

Artículo 55. Comisión de certámenes oficiales.

Artículo 56. Organización de certámenes oficiales.

Artículo 57. Registro Oficial de Certámenes Comerciales.

Artículo 58. Subvenciones y ayudas.

TÍTULO OCTAVO. CONSEJO NAVARRO ASESOR DE COMERCIO

MINORISTA.

Artículo 59. Constitución y composición del Consejo.

TÍTULO OCTAVO. RÉGIMEN SANCIONADOR.

CAPÍTULO I. Competencia y procedimiento.

Artículo 60. Competencia.

Artículo 61. Procedimiento.

Artículo 62. Procedimientos penales.

Artículo 63. Responsabilidad administrativa.

CAPÍTULO II. Infracciones administrativas.

Artículo 64. Definición.

Artículo 65. Clasificación y tipificación de las infracciones.

Artículo 66. Prescripción de las infracciones.

CAPÍTULO III. Sanciones.

Artículo 67. Cuantía de las multas.

Artículo 68. Graduación.

Artículo 69. Medidas cautelares.

Artículo 70. Prescripción de las sanciones.

TÍTULO DÉCIMO. MEDIDAS DE APOYO AL PEQUEÑO COMERCIO

Artículo 71. Concepto.

Artículo 72. Objetivos.

Artículo 73. Medidas de apoyo.

TÍTULO UNDÉCIMO. DEL COMERCIO MAYORISTA

Artículo 74. Concepto.

Artículo 75. Del comercio mayorista.

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA

DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA TERCERA.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA ÚNICA.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA.

DISPOSICIÓN FINAL TERCERA.

**Serie G:
INFORMES, CONVOCATORIAS E INFORMACIÓN PARLAMENTARIA**

Resolución de la Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra por la que nombra asesor

La Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra ha dictado la siguiente Resolución:

En virtud de lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley Foral 4/2000, de 3 de julio, del Defensor del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra

HA RESUELTO

Primero.- Nombrar en calidad de personal eventual, para ejercer las funciones de Asesor de

la Defensora del Pueblo, a D. Enrique Mateo Sanz, con efectos de día 19 de marzo de 2001.

Segundo.- Disponer que el gasto ocasionado con motivo de dicho nombramiento se realizará con cargo a la partida 110, denominada "Retribuciones del personal eventual" del vigente presupuesto de gastos.

Pamplona, 19 de marzo de 2001

La Defensora del Pueblo: M.^a Jesús Aranda Lasheras

Resolución de la Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra por la que nombra asesor

La Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra ha dictado la siguiente Resolución:

En virtud de lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley Foral 4/2000, de 3 de julio, del Defensor del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra

HA RESUELTO

Primero.- Nombrar en calidad de personal eventual, para ejercer las funciones de Asesor de

la Defensora del Pueblo, a D. Aurelio Romero Serrano, con efectos de día 19 de marzo de 2001.

Segundo.- Disponer que el gasto ocasionado con motivo de dicho nombramiento se realizará con cargo a la partida 110, denominada "Retribuciones del personal eventual" del vigente presupuesto de gastos.

Pamplona, 19 de marzo de 2001

La Defensora del Pueblo: M.^a Jesús Aranda Lasheras

Resolución de la Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra por la que nombra secretario

La Defensora del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra ha dictado la siguiente Resolución:

En virtud de lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley Foral 4/2000, de 3 de julio, del Defensor del Pueblo de la Comunidad Foral de Navarra

HA RESUELTO

Primero.- Nombrar en calidad de personal eventual, para ejercer las funciones de Secretario de la Defensora del Pueblo, a D. Luis Antonio

Fernández Paredes, con efectos de día 7 de marzo de 2001.

Segundo.- Disponer que el gasto ocasionado con motivo de dicho nombramiento se realizará con cargo a la partida 110, denominada "Retribuciones del personal eventual" del vigente presupuesto de gastos.

Pamplona, 7 de marzo de 2001

La Defensora del Pueblo: M.^a Jesús Aranda Lasheras

Contratación de un servicio de asistencia técnica para la realización de una encuesta general en la Comunidad Foral de Navarra

La Mesa del Parlamento de Navarra, en sesión celebrada el día 12 de marzo 2001, acordó convocar el concurso público para la contratación de un servicio de asistencia técnica para la realización de una encuesta general en la Comunidad Foral de Navarra.

– Modalidad: Concurso público.

– Objeto del contrato: La contratación de un servicio de asistencia técnica para la realización de una encuesta general en la Comunidad Foral de Navarra.

– Plazo de ejecución: 15 de octubre de 2001.

– Presupuesto: 5.000.000 pesetas (IVA incluido).

– Documentación a presentar: La que figura en el pliego de cláusulas administrativas particulares. Los documentos a presentar deberán ser originales o copias compulsadas notarial o administrativamente.

– Lugar y fecha de la presentación: En el Registro General del Parlamento de Navarra, antes de las doce horas del vigésimo-séptimo día natural, contado a partir del siguiente al de la

publicación del presente anuncio en el Boletín Oficial de Navarra. Si el último día de plazo fuera inhábil, se entenderá prorrogado hasta el siguiente hábil. Si el plazo acaba en sábado, se prorrogará hasta el lunes siguiente.

– Apertura pública de las proposiciones técnicas (Sobre nº 2): A las doce horas del día 25 de abril de 2001 en los locales del Parlamento de Navarra (calle Arrieta, 12-31002-Pamplona).

– Apertura pública de las proposiciones económicas (Sobre nº 3): A las doce horas del día 4 de mayo de 2001 en los locales del Parlamento de Navarra (calle Arrieta, 12-31002-Pamplona).

– Pliegos de cláusulas administrativas particulares y el de condiciones técnicas: Se encuentran a disposición de los licitadores en el Registro General del Parlamento de Navarra (c/ Arrieta, núm. 12-3º, Pamplona), o a través de internet en la página del Parlamento (www.parlamento-navarra.es).

Pamplona, 13 de marzo de 2001

La Presidenta en funciones: Amelia Salanueva Murguialday

Acuerdo de adjudicación de un Sistema Informático de Gestión Integral de Biblioteca con destino a la Biblioteca del Parlamento de Navarra

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 97.3 de la Ley Foral 10/1998, de 16 de junio, de Contratos de las Administraciones Públicas de Navarra, se hace público que por Acuerdo de 19 de marzo de 2001 la Mesa del Parlamento de Navarra ha adjudicado el siguiente contrato:

– Objeto del contrato: Adquisición de un Sistema Informático de Gestión Integral de Biblioteca con destino a la Biblioteca del Parlamento de Navarra.

– Procedimiento de adjudicación: Abierto, mediante concurso.

– Precio del contrato: 6.684.080 pesetas (40.172,13 euros).

– Plazo del contrato: veinte días.

– Adjudicatario: Baratz, Servicios de Teledocumentación S.A.

Pamplona, 19 de marzo de 2001

El Presidente: José Luis Castejón Garrués

<p>PRECIO DE LA SUSCRIPCION</p> <p>BOLETIN OFICIAL Y DIARIO DE SESIONES</p> <p>Un año..... 6.300 ptas.</p> <p>Precio del ejemplar Boletín Oficial..... 150 » .</p> <p>Precio del ejemplar Diario de Sesiones..... 185 » .</p>	<p>REDACCION Y ADMINISTRACION</p> <p>PARLAMENTO DE NAVARRA</p> <p>«Boletín Oficial del Parlamento de Navarra»</p> <p>Arrieta, 12, 3º</p> <p>31002 PAMPLONA</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------