

ÍNDICE DEL ANTEPROYECTO DE LEY FORAL DE COMERCIO.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo 1. *Objeto de la norma.*

Artículo 2. *Finalidades y principios rectores de la norma.*

Artículo 3. *Ámbito de aplicación, aplicación supletoria y exclusiones.*

Artículo 4. *Definiciones:*

1. *Comercio al por menor.*
2. *Comercio singular.*
3. *Grandes establecimientos comerciales.*
4. *Ampliación de establecimiento comercial.*
5. *Espacio comercial.*
6. *Superficie útil comercial.*
7. *Bienes de consumo final.*
8. *Tipología de formatos comerciales.*
9. *Concepto de externalidades negativas.*
10. *Tiendas de conveniencia.*
11. *Trama urbana residencial.*
12. *Red de servicio básica de infraestructura de movilidad preexistente.*
13. *Comercio rural híbrido.*
14. *Desiertos comerciales.*
15. *Comercio de proximidad.*
16. *Transporte de última milla.*
17. *Cigarrillo electrónico, vapeador o vaporizador.*
18. *Bebida energética.*

TÍTULO II: EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

CAPÍTULO I. La actividad comercial.

Artículo 5. *Concepto de comercio minorista o actividad comercial minorista.*

Artículo 6. *Concepto de actividad comercial mayorista y ejercicio simultáneo de actividad mayorista y minorista.*

Artículo 7. *Entidades cooperativas y operaciones con terceros.*

Artículo 8. *Requisitos para el ejercicio de la actividad comercial minorista.*

Artículo 9. *Prácticas comerciales y legalidad vigente.*

Artículo 10. *Prohibiciones y restricciones al comercio.*

CAPÍTULO II: Establecimientos comerciales.

Artículo 11. *Concepto general de establecimientos comerciales.*

Artículo 12. *Clasificación general de establecimientos comerciales.*

Artículo 13. *Establecimientos comerciales colectivos.*

CAPÍTULO III. Implantación de los establecimientos comerciales.

Sección 1.ª: Principios generales.

Artículo 14. *Principios que rigen la implantación de los establecimientos comerciales.*

Artículo 15. *Condiciones de implantación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales.*

Sección 2.ª: Regulación de ordenación del territorio y urbanística del uso comercial.

Artículo 16. *Instrumentos de Ordenación Territorial.*

Artículo 17. *Planeamiento urbanístico municipal.*

Artículo 18. *Plan de atracción y ordenación comercial*

Sección 3.^a.Tramitación del informe comercial territorial de implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales.

Artículo 19. *Implantación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales mediante la tramitación preceptiva de informe comercial territorial.*

Artículo 20. *Procedimiento para la implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales y alcance de los informes.*

Artículo 21. *Documentación técnica para la solicitud de tramitación del preceptivo informe comercial específico para la implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales.*

Artículo 22. *Informe positivo, negativo o condicionado en relación a la instalación o ampliación del gran establecimiento comercial.*

Artículo 23. *Tasa por la tramitación del informe comercial territorial para la instalación y o ampliación de un gran establecimiento comercial.*

TÍTULO III. VENTAS ESPECIALES Y SUS EXTERNALIDADES.

Artículo 24. *Ventas a distancia y comercio electrónico.*

Artículo 25. *Las “dark store” o tiendas oscuras como una modalidad de venta a distancia.*

Artículo 26. *Externalidades negativas del comercio electrónico consecuencia de la recepción de entregas en áreas urbanas.*

Artículo 27. *Venta no sedentaria o ambulante.*

Artículo 28. *Regulación municipal de la venta no sedentaria o ambulante.*

Artículo 29. *Tarjeta identificativa de la autorización para el ejercicio de la actividad comercial no sedentaria.*

Artículo 30. *Ubicación donde se debe llevar a cabo la venta ambulante.*

Artículo 31. *Fomento, con ocasión de la venta ambulante, de la venta de proximidad y /o la venta directa.*

Artículo 32. *Ordenación de la venta no sedentaria o ambulante.*

Artículo 33. *Venta automática.*

Artículo 34. *Venta en pública subasta.*

Artículo 35. *Venta en feria de oportunidades.*

TÍTULO IV. Actividades de promociones de venta y ventas prohibidas.

CAPÍTULO I. Aspectos comunes a las promociones de ventas.

Artículo 36. *Concepto de promoción de venta.*

Artículo 37. *Principios generales.*

Artículo 38. *Información del precio reducido y del anterior.*

CAPÍTULO II. Clases de promociones de venta.

Artículos 39. *Tipologías de promociones de venta.*

Artículo 40. *Ventas en rebajas.*

Artículo 41. *Venta de saldos.*

Artículo 42. *Venta en liquidación.*

Artículo 43. *Venta con obsequio o prima.*

Artículo 44. *Ventas en oferta o promoción.*

CAPÍTULO III. Ventas prohibidas: ventas a pérdida y venta en pirámide.

Artículo 45. *Ventas a pérdida.*

Artículo 46. *Venta en pirámide.*

TÍTULO V: HORARIOS COMERCIALES.

CAPÍTULO I. Régimen general de los horarios comerciales.

Artículo 47. *Libertad de horarios y obligación de exponer los horarios.*

Artículo 48. *Horario en días laborables: máximo diario y máximo global semanal.*

Artículo 49. *Apertura en domingos y festivos.*

Artículo 50. *Procedimiento para establecer el calendario anual de los domingos y festivos que se consideren de libre apertura.*

CAPÍTULO II. Régimen especial de horarios comerciales.

Artículo 51. *Comercios con libertad horaria.*

Artículo 52. *Comercios con normativa específica respecto a los horarios comerciales.*

Artículo 53. *Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos.*

Artículo 54. *Determinación de las zonas de gran afluencia turística.*

CAPÍTULO III. Establecimientos comerciales de venta de bebidas alcohólicas.

Artículo 55. *Limitación del horario de venta de bebidas alcohólicas.*

TÍTULO VI: MEDIDAS DE APOYO Y FOMENTO AL COMERCIO DE PROXIMIDAD.

Artículo 56. *Fomento del comercio de proximidad.*

Artículo 57. *Actuaciones de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra en materia de fomento y protección del comercio de proximidad.*

Artículo 58. *Actuaciones de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra en materia de fomento y protección del comercio de proximidad en zonas rurales.*

Artículo 59. *Entidades colaboradoras en materia de fomento del comercio de proximidad.*

TÍTULO VII: CONSEJO DE COMERCIO DE NAVARRA.

Artículo 60. *Naturaleza, adscripción y funciones del Consejo de Comercio de Navarra.*

Artículo 61. *Composición y desarrollo reglamentario.*

TÍTULO VIII: FUNCIÓN INSPECTORA Y RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES.

CAPÍTULO I: Inspección del comercio minorista.

Artículo 62. *Inspección de comercio y Plan de Inspección.*

Artículo 63. *Personal de la inspección y sus facultades.*

Artículo 64. *Actas de la inspección.*

CAPÍTULO II: Régimen sancionador.

Sección 1ª. Infracciones y personas responsables.

Artículo 65. *Disposiciones generales.*

Artículo 66. *Infracciones leves.*

Artículo 67. *Infracciones graves.*

Artículo 68. *Infracciones muy graves.*

Artículo 69. *Personas responsables.*

Sección 2ª Sanciones, medidas accesorias y multas coercitivas.

Artículo 70. *Sanciones.*

Artículo 71. *Modificación en la graduación de las sanciones.*

Artículo 72. *Medidas accesorias: cierre temporal y cierre definitivo*

Artículo 73. *Especificaciones de infracciones o sanciones.*

Artículo 74. *Determinación de las sanciones.*

Artículo 75. *Multas coercitivas.*

Sección 3ª Procedimiento sancionador.

Artículo 76. *Ejercicio de la potestad sancionadora.*

Artículo 77. *Prescripción de las infracciones y sanciones.*

Artículo 78. *Procedimiento sancionador.*

Artículo 79. *Órganos competentes.*

Disposición adicional primera. *Actualización de sanciones mediante Orden Foral.*

Disposición adicional segunda. *Modificación del artículo 56.1 del Estatuto de las personas consumidores y usuarias.*

Disposición transitoria primera.

Disposición transitoria segunda.

Disposición transitoria tercera.

Disposición transitoria cuarta.

Disposición final primera.

Disposición final segunda.

Disposición derogatoria única.

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. Por su parte, la Comunidad Foral de Navarra también tiene competencia exclusiva, en virtud del 44.1 de la citada norma, en materia de ordenación del territorio, urbanismo y vivienda y, virtud del artículo 57, en el marco de la legislación básica del Estado, corresponde a Navarra el desarrollo legislativo y la ejecución de la materia de medio ambiente y ecología.

La actual Ley Foral de Comercio 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra, resultó modificada por la Ley Foral 6/2010 de 6 de abril para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE relativa a los servicios en el mercado interior. No obstante, transcurridos 23 años, desde su entrada en vigor, han surgido toda una serie de circunstancias sociales, económicas, urbanísticas, de ordenación territorial y medioambientales que aconsejan una nueva regulación administrativa de la actividad comercial minorista. En primer lugar, una Comunidad Foral de Navarra más envejecida y poblada, se estima que en el año 2037 se alcanzará una población de 736.784 habitantes, la edad media pasará de los 43,9 a los 45,2 años y los mayores de 65 años duplicarán en número a los menores de 16 años. En segundo lugar, la reducción del comercio de proximidad y, en consecuencia, la proliferación de los locales vacíos en entornos urbanos. Por último, la transición medioambiental que, unida al cambio climático, reconfigura los valores de consumo, abriendo un proceso transformador en ámbitos como el de la movilidad urbana, la economía circular o los productos kilómetro cero.

Por tanto, dada la relevancia económica y social que tiene el sector del comercio minorista en la Comunidad Foral de Navarra y dada la coyuntura actual, resulta ineludible una nueva ley foral que, reduciendo las externalidades negativas de la actividad comercial, entre otras cosas, ponga el acento en la importancia de facilitar a la ciudadanía el acceso a las compras habituales y, en especial, respecto de artículos de primera necesidad.

La presente Ley Foral se ordena en seis títulos.

En el título I, se establece una serie de disposiciones generales que van desde la definición del objeto de la norma hasta los principios rectores que rigen la actividad comercial en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra. Como novedad más destacable cabe mencionar la firme voluntad del legislador foral de luchar por el mantenimiento del sistema del comercio minorista, dentro del núcleo urbano residencial de los municipios navarros, favoreciendo la sostenibilidad y concibiendo el espacio urbano como un lugar de interacción social.

En el título II se regula el ejercicio de la actividad comercial. En su Capítulo I, se define la actividad comercial minorista y, a continuación, la actividad comercial mayorista. Igualmente, se procede a determinar cuáles son los requisitos para poder ejercer la actividad comercial, así como, la legalidad vigente en las prácticas comerciales.

En el Capítulo II del Título II, se conceptúan y clasifican los distintos tipos de establecimientos comerciales, tanto individuales como colectivos y se define el concepto de gran establecimiento comercial, además, en virtud de los principios de medio ambiente urbano y de desarrollo territorial sostenible, se define el concepto de gran establecimiento comercial como aquel susceptible de generar externalidades negativas atendiendo a su ubicación y magnitud.

En el Capítulo III del Título II se regula la instalación de los establecimientos comerciales, con especial incidencia en los grandes establecimientos comerciales, desde la perspectiva territorial, medioambiental y urbanística. En línea con lo dispuesto por la normativa europea, se establece el principio de libertad de establecimiento, que no consiente más limitaciones que las de carácter cuantitativo o territoriales, urbanísticas o ambientales que no sean discriminatorias y que, por el contrario, resulten necesarias, estén justificadas por una razón imperiosa de interés general, y se ajusten al principio de proporcionalidad porque resultan adecuadas para garantizar el logro del

objetivo perseguido, no vayan más allá de lo necesario a tal fin y, asimismo, no puedan ser sustituidas por otras medidas menos restrictivas que permitan alcanzar idéntico resultado.

En relación a los Instrumentos de Ordenación Territorial, en línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y el principio de ciudad compacta, se potencia la implantación preferente del comercio dentro del núcleo urbano residencial de los municipios.

Respecto al Planeamiento Urbanístico, con base en los principios de planificación urbana sostenible, inclusiva y accesible y de fomento de la competencia, se incide en la necesidad de dotación complementaria y unida de los usos residenciales y las actividades comerciales, mediante la obligación de implantar diferentes formatos comerciales en bajos de vivienda colectiva. Históricamente, se ha visto dificultada la libre competencia entre operadores comerciales debido a un fallo de mercado que provoca la carestía de locales comerciales superiores a 300 metros cuadrados, debajo de vivienda colectiva.

Una importante novedad, respecto a los Planes de Atracción y Ordenación Comercial, es que dejan de ser obligatorios y, en línea con el principio de autonomía local, pasan a ser potestativos.

Resulta reseñable la sustitución de los Planes Sectoriales de Incidencia Supramunicipal por un informe comercial territorial, tramitado por la Dirección General con competencia en materia de comercio minorista. Al objeto de fomentar la entrada de nuevos operadores comerciales, se ha diseñado un procedimiento más ágil y sencillo que el anterior. De este modo la Dirección General con competencias en materia de comercio minorista realiza las funciones de ventanilla única y aprueba la instalación o ampliación de un gran establecimiento comercial, mediante la tramitación procedimental de un informe comercial territorial. Este informe comercial territorial se limita a evaluar

previamente los impactos susceptibles de poder ser generados por la implantación comercial, especialmente aquellas externalidades que no son medidos con la mera calificación urbanística de una parcela o solar. Por tanto, el informe comercial territorial se incardina con la planificación urbana sostenible e inclusiva bajo criterios de seguridad pública, de movilidad sostenible, de salud pública, de protección del medio ambiente y de cuidado del entorno urbano.

En el Título III, se regula las ventas especiales y sus externalidades.

Se clasifican las ventas a distancia y el comercio electrónico, como una modalidad más de venta a distancia. En el mismo título también se regula la venta no sedentaria o ambulante, la venta automática, la venta en pública subasta y la venta en feria de oportunidades.

Las mayores novedades vienen dadas, en primer lugar, por la regulación de las “dark stores” o tiendas oscuras y, en segundo lugar, por la regulación de la recepción de entregas en áreas urbanas, con el objetivo de lograr minoración de las externalidades negativas del comercio electrónico. En ambos casos, se otorgan competencias a las entidades locales para, previa acreditación de razones imperiosas de interés general, impulsar la sostenibilidad en la cadena de suministro, armonizando una eficaz distribución de paquetería con el respeto al medio ambiente en el entorno urbano.

Además, se regulan las ventas en feria de oportunidades al objeto de que se clarifiquen las obligaciones de la entidad organizadora y, al mismo tiempo, queden salvaguardados tanto los derechos de las personas consumidoras como la seguridad de las personas que acuden a estos eventos.

En el Título IV, se regulan las promociones de ventas y ventas prohibidas. En primer lugar, se sistematizan toda una serie de aspectos comunes a las promociones de ventas, a continuación, se detalla la concreta regulación de cada una de las diferentes tipologías de ventas y, por último, se especifican las ventas

prohibidas. Como novedades destacables, respecto a las ventas en liquidación y como medida de simplificación administrativa, se sustituye la autorización por la comunicación y se exige que el local permanezca cerrado un mínimo de 16 días naturales consecutivos para que se admita como un supuesto de venta en liquidación por obras de importancia.

En el Título V, se regulan los horarios comerciales. Así, con pleno respeto a la legislación básica estatal, se pauta en un único texto toda la normativa relativa a los horarios comerciales, para facilitar el conocimiento y difusión de esta materia.

Se prevé una importante novedad dado que los municipios, en todo su término municipal y de manera uniforme, podrán acordar, por razones de orden público, de seguridad o de salud, imponer a los establecimientos comerciales que incluyan en su oferta bebidas alcohólicas, con independencia del régimen de apertura que les sea aplicable, la prohibición de expender este tipo de bebidas desde las 22:00 horas hasta las 7:00 horas del día siguiente.

En el Título VI se regulan las medidas de apoyo al comercio de proximidad y, además, se establecen las actuaciones a realizar por las Administraciones Públicas de Navarra en materia de promoción y fomento del comercio rural.

En el Título VII, se regula el Consejo de Comercio de Navarra y, en el título VIII, se regula la función inspectora y el régimen de infracciones y sanciones. Especialmente reseñable es que la norma prevé, por primera vez, un plan de inspección, cuyo principal cometido será informar a las personas comerciantes de la legalidad vigente en materia de comercio minorista, a fin de que estén mejor informadas y repercuta directamente en su beneficio y en el de las personas consumidoras.

La norma contiene dos disposiciones adicionales, cuatro disposiciones transitorias, dos disposiciones finales y una disposición derogatoria.

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo 1. Objeto de la norma.

1. Es objeto de la presente ley foral la regulación del comercio minorista, de los horarios comerciales, de determinados tipos de ventas y de la ordenación y mejora de las estructuras y establecimientos comerciales.
2. La ordenación administrativa de la actividad comercial tendrá por objeto:
 - a) El ejercicio de la actividad comercial.
 - b) La definición y ordenación de los grandes establecimientos comerciales, con base en la evaluación previa de las externalidades negativas bajo criterios medioambientales, territoriales, urbanísticos y de movilidad sostenible.
 - c) El régimen de las ventas especiales.
 - d) El régimen de las actividades promocionales.
 - e) Los horarios comerciales.
 - f) El apoyo al comercio de proximidad y la promoción de la economía circular.
 - g) La inspección, información y vigilancia sobre la actividad y los establecimientos comerciales de la Comunidad Foral de Navarra.
 - h) Cualesquiera otras actividades que legalmente puedan establecerse.

Artículo 2. Finalidades y principios rectores.

1. Las finalidades y principios rectores de la presente ley foral son los siguientes:
 - a) Potenciar y fomentar el urbanismo comercial, en la trama urbana residencial, estimulando la implantación de dotaciones comerciales en el interior de la trama urbana, con el fin de promover el comercio de proximidad, favorecer la movilidad peatonal, evitando los

desplazamientos innecesarios en vehículo motorizado particular, reducir la contaminación y potenciar el uso de las redes de transporte público existentes o futuras. Todo ello con sujeción a lo dispuesto en la normativa europea y estatal de libertad de establecimiento y prestación de servicios.

- b) Potenciar la igualdad de género.
- c) Fomentar la libre competencia entre los operadores comerciales promoviendo que la reserva comercial obligatoria, en el ámbito urbanístico, esté compuesta por locales de una dimensión heterogénea que permitan dar cabida a todo tipo de formatos comerciales y, de este modo, evitar desiertos comerciales, especialmente de productos de primera necesidad y consumo cotidiano.
- d) Estimular de manera activa un comercio de proximidad accesible, sostenible e inclusivo en la Comunidad Foral de Navarra, teniendo presente el contexto territorial singular que supone la elevada concentración de población en la Comarca de Pamplona y la predominancia de personas mayores en amplias áreas territoriales afectadas por despoblación.
- e) Simplificar la regulación y la reducción de cargas administrativas de los operadores, los cuales deben regirse por una libre y leal competencia.
- f) Fomentar medidas que favorezcan la sostenibilidad de la logística de distribución urbana, incentivando la disminución de las externalidades negativas, que se presentan como fruto de las operaciones de recepción y entrega de mercancías a particulares, en entornos urbanos.
- f) Potenciación de la autonomía local de los municipios bajo el principio de subsidiariedad, según el cual el ejercicio de las competencias públicas debe, de modo general, incumbir preferentemente a las autoridades más cercana a la ciudadanía.

- g) Garantizar la dotación complementaria y unida de los usos residenciales y comerciales.
2. La presente ley foral se deberá interpretar conforme al principio de libre competencia, en línea con lo dispuesto en la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior y, además, conforme al resto de normativa europea y a la evolución de la jurisprudencia europea.

Artículo 3. Ámbito de aplicación, aplicación supletoria y exclusiones.

1. La presente ley foral es aplicable a las actividades comerciales minoristas, llevadas a cabo dentro el ámbito territorial de la Comunidad Foral de Navarra.
2. Esta ley foral es de aplicación supletoria a las actividades comerciales que se encuentran sujetas a controles o regulación específica sectorial.
3. Están excluidas del ámbito de aplicación de esta ley foral, rigiéndose por su normativa específica:
 - a) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios que se regula en la Ley Foral 5/2023, de 9 de marzo, de Canales Cortos de Comercialización agroalimentaria, o normativa que la sustituya.
 - b) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus propios talleres, ferias y mercadillos.
 - c) Los servicios de carácter financiero y de seguros.
 - d) Los servicios de alojamiento, cafeterías, bares, restaurantes y hostelería, en general.

- e) Los servicios de reparación, mantenimiento y asistencia técnica.
- f) El ejercicio de profesiones liberales y colegiadas.
- g) La prestación del servicio de transporte cualquiera que sea el medio utilizado.
- h) Los suministros de agua, gas, electricidad y telecomunicaciones, incluyendo en este último especialmente las transmisiones de telefonía, voz, imágenes y datos.
- i) Los servicios turísticos y de agencias de viajes.
- j) Los servicios prestados por empresas de ocio y espectáculos, tales como cines, teatros, circos, ludotecas, parques infantiles y similares.
- k) Las ventas por los fabricantes, dentro del recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción, a no ser que se dirijan a las personas consumidoras finales.
- l) Los servicios de belleza, estética y salud, entre los que se incluyen específicamente los gimnasios.

Artículo 4. Definiciones.

A los efectos de lo dispuesto por esta ley foral, los conceptos expuestos a continuación, serán interpretados y aplicados con el significado y alcance siguientes:

1. Comercio al por menor: se corresponde con las actividades identificadas, de este modo, en el marco de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2025), o normativa que la sustituya.
2. Comercio singular: aquel cuya distribución comercial, no teniendo carácter mayorista, se destine principalmente a alguna de las siguientes actividades:

- a) Exposición y venta de muebles y electrodomésticos.
 - b) Exposición y venta de maquinaria agrícola, de vehículos industriales y de automoción.
 - c) Expedición y venta de carburantes.
 - d) Exposición y venta de maquinaria, materiales y artículos de construcción, saneamiento, bricolaje y ferretería.
 - e) Centros de jardinería y viveros.
 - f) Los comercios ubicados en zonas transfronterizas.
3. Grandes establecimientos comerciales: son aquellos establecimientos comerciales individuales o colectivos que, estando destinados a usos comerciales minoristas diferentes de los clasificados como comercios singulares, sumen una superficie útil comercial superior a 2.500 metros cuadrados.
4. Ampliación de establecimiento comercial: el incremento de la superficie útil comercial de un establecimiento comercial existente o autorizado. Asimismo, pasará a tener la consideración de gran establecimiento comercial cualquier establecimiento comercial, cuando sumando los metros cuadrados originarios y los que surgen de la ampliación, el establecimiento supere los 2.500 metros cuadrados de superficie útil comercial.
5. Espacio comercial: espacio diseñado para que, en una ubicación territorial específica y determinada, se desarrolle la actividad comercial compartiendo servicios bajo el principio de gestión unitaria o, al menos, compartiendo uno de estos de servicios: aparcamientos, accesos comunes, unidad de marca, entre otros.
6. Superficie útil comercial: la superficie útil del total de las áreas o locales donde se exponen y venden los productos con carácter habitual y permanente, y los que resulten accesibles al público en general, incluyendo los escaparates y los espacios ocupados por expositores y

mostradores, cajas, pasillos y accesos. Se excluyen expresamente las superficies destinadas a oficinas, aseos, aparcamientos, zonas de carga, descarga y almacenaje y, en general, todas aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido.

7. Son bienes de consumo final los no destinados a integrarse en procesos de producción, comercialización o prestación de servicios a terceros.
8. Tipología de formatos comerciales: 1) comercio pequeño: hasta 300 metros cuadrados de superficie útil comercial. 2) comercio mediano: de más de 300 hasta 1.500 metros cuadrados de superficie útil comercial. 3) comercio amplio: superior a 1.500 metros hasta 2.500 metros cuadrados de superficie útil comercial. 4) gran establecimiento comercial: superior a 2.500 de superficie útil comercial.
9. Concepto de externalidades negativas: impactos generados por el asentamiento físico sobre el territorio de los establecimientos comerciales. Estos impactos pueden ser medioambientales, territoriales urbanísticos y de movilidad sostenible. Estos impactos conllevan consecuencias supramunicipales y externas a la propia actividad comercial y, por este motivo, deben ser estudiadas y evaluadas, de forma previa, desde un punto de vista medioambiental, de cohesión social, urbanístico, territorial, de movilidad sostenible y de protección del medio ambiente urbano.
10. Tiendas de conveniencia: conforme a la legislación estatal básica, se entenderá por tiendas de conveniencia aquellas que, con una superficie útil para la exposición y venta al público no superior a 500 metros cuadrados, permanezcan abiertas al público al menos dieciocho horas al día y distribuyan su oferta, en forma similar, entre todos los grupos de los siguientes artículos: libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.

11. Trama urbana residencial: responde a la organización de edificaciones de viviendas de uso colectivo, dotaciones y espacio público. Se caracteriza por una densidad variable de vivienda colectiva, edificios de distintas tipologías y la presencia de una red de servicios e infraestructuras públicas. Constituye trama urbana residencial la incluida en un sector o ámbito de uso predominante residencial de carácter colectivo con la condición de suelo urbano o en situación de suelo urbanizado, o en suelo en situación de suelo rural, para el que los instrumentos de ordenación territorial y urbanística prevean o permitan su paso a la situación de suelo urbanizado, conforme a lo dispuesto en la legislación urbanística.
12. Red de servicio básica de infraestructura de movilidad preexistente: son las carreteras, de la Red de Carreteras de Navarra, titularidad de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra.
13. Comercio rural híbrido: comercios ubicados en zonas rurales de Navarra que combinan la venta de productos con hostelería u otra clase de servicios.
14. Desiertos comerciales: áreas donde la población tiene, por ausencia o escasez de oferta, acceso limitado a la compra de productos de primera necesidad y de consumo cotidiano.
15. Comercio de proximidad: todo aquel comercio minorista que se ubica en trama urbana y, en consecuencia, la ciudadanía no se ve obligada a la utilización de vehículos privados para la adquisición de bienes y o mercancías.
16. Transporte de última milla: tramo final de la cadena de suministro, la etapa en la que los productos llegan al consumidor final. Esta fase

comienza cuando los productos salen de un centro de distribución o de un almacén y terminan en la dirección indicada por la clientela.

17. Cigarrillo electrónico, vapeador o vaporizador: todo dispositivo, alimentado por baterías, que las personas usan para calentar líquidos para obtener un vapor que se puede inhalar.
18. Bebida energética: bebida sin alcohol, generalmente gasificadas, que contiene más de 32 miligramos de cafeína por 100 mililitros de bebida.

TITULO II: EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.

CAPÍTULO I. La actividad comercial.

Artículo 5. Concepto de comercio minorista o actividad comercial minorista.

1. Es comercio minorista o actividad comercial minorista, a efectos de la presente ley foral, la actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro, utilizando o no un establecimiento, consistente en situar u ofrecer en el mercado productos o mercancías adquiridas con esa finalidad, sin modificación sustancial de las mismas.

2. La actividad comercial puede ir acompañada de los correspondientes servicios complementarios.

3. Los destinatarios finales de la actividad comercial minorista son las personas físicas o jurídicas que adquieren un producto con el correspondiente servicio complementario, en su caso, para el propio uso o disfrute, sin la finalidad de reventa ni cesión posterior a un tercero ni incorporación a algún proceso productivo o al ejercicio de cualquier otra actividad empresarial.

Artículo 6. Concepto de actividad comercial mayorista y ejercicio simultáneo de actividad mayorista y minorista.

1. A los efectos de esta ley foral, se entiende por actividad comercial de carácter mayorista el ejercicio habitual de adquisición de mercancías y su venta al por mayor a otras personas comerciantes, empresas, entidades e instituciones o artesanos para su transformación o incorporación a sus respectivos procesos productivos, no siendo estas personas consumidoras finales.

2. El ejercicio de la actividad comercial mayorista de manera simultánea al minorista, dentro de un mismo establecimiento comercial, estará sometida a los preceptos de aplicación previstos en esta ley foral para el comercio minorista, salvo que se realicen ambas actividades comerciales de forma inequívocamente diferenciada.

Artículo 7. Entidades cooperativas y operaciones con terceros.

1. Las cooperativas de personas consumidoras y usuarias, así como cualesquiera otras que suministren bienes y servicios a sus socios y terceros, estarán obligadas a distinguir la oferta dirigida a los socios de la que se dirija al público en general. Cuando la oferta de las cooperativas se dirija al público en general o no aparezca rigurosamente diferenciada de la que realicen a sus socios estará sometida a esta ley foral.

2. Las cooperativas podrán operar con terceros sometiéndose, en ese caso, a la regulación prevista en la Ley Foral 14/2006, de 11 de diciembre, de cooperativas de Navarra, o normativa que la sustituya.

Artículo 8. Requisitos para el ejercicio de la actividad comercial.

Aquellas personas, físicas o jurídicas, que pretendan ejercer la actividad comercial definida en esta ley foral deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a) Gozar de capacidad jurídica para el ejercicio del comercio de acuerdo con la normativa civil y mercantil del Estado.

- b) Satisfacer los tributos que, para el ejercicio de la actividad comercial de que se trate, establezca cualquier Administración Pública.
- c) Estar dados de alta en el régimen de la Seguridad Social que les corresponda.
- d) Disponer de los títulos preceptivos pertinentes, que han de estar expuestos en el lugar donde se lleve a cabo la actividad comercial, siempre que esta así lo disponga la normativa de aplicación.
- e) Cumplir los requisitos establecidos por las reglamentaciones específicas que sean de aplicación a los productos dispuestos a la venta.
- f) Comunicar el inicio de la actividad en aquellos casos que sea exigible conforme a lo establecido en la legislación básica estatal y en la presente ley foral.

Artículo 9. Prácticas comerciales y legalidad vigente.

El ejercicio de la actividad comercial se ejercerá según lo dispuesto en esta ley foral, conforme a la normativa fiscal, laboral, sobre competencia, la relativa a protección de las personas consumidoras y usuarias, la de publicidad, además, en su caso, conforme a la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria o, normativa que la sustituya, y, en general, acorde a toda aquella norma que, en función de cada rama de actividad, pudiese resultar de aplicación.

Artículo 10. Prohibiciones y restricciones al comercio.

1. Queda prohibido ejercer la actividad comercial con el incumplimiento de la legislación sectorial que, en función de la actividad, pudiese resultar aplicable.

2.La presente ley foral de comercio se deberá interpretar buscando fomentar la libre competencia entre los operadores comerciales y evitando todo tipo de restricciones al comercio arbitrarias.

CAPÍTULO II: Establecimientos comerciales.

Artículo 11. Concepto general de establecimientos comerciales.

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales minoristas los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma individual o en un espacio colectivo, e independientemente de que se realice de forma continuada o en días o temporadas determinadas.

2. Quedan excluidos de la consideración de establecimientos comerciales los espacios situados en la vía pública, autorizados por las entidades locales competentes, para la realización de venta no sedentaria al por menor.

Artículo 12. Clasificación general de establecimientos comerciales.

Los establecimientos comerciales minoristas se clasifican, con carácter general, en individuales o colectivos.

Artículo 13. Establecimientos comerciales colectivos.

Se considerarán establecimientos comerciales de carácter colectivo:

- a) El conjunto de establecimientos comerciales minoristas, agrupados en un mismo espacio comercial, ubicados fuera de trama urbana residencial.
- b) La ubicación de dos o más establecimientos comerciales minoristas, en sectores ajenos a la trama urbana residencial, dentro de un círculo de

300 metros de diámetro. Se medirán desde el centro de cualquiera de los edificios de los establecimientos comerciales.

CAPÍTULO III: Instalación de los establecimientos comerciales.

Sección 1.^a: Principios generales.

Artículo 14. Principios generales que rigen la implantación de los establecimientos comerciales.

La implantación o ampliación de los establecimientos comerciales minoristas estará sujeta a los siguientes principios:

- a) Libertad de establecimiento, que no consiente más limitaciones que las de carácter urbanístico o territoriales, que no sean discriminatorias y, por el contrario, resulten necesarias, estén justificadas por una razón imperiosa de interés general y se ajusten al principio de proporcionalidad porque sean adecuadas para garantizar el logro del objetivo perseguido, no vayan más allá de lo necesario a tal fin y no puedan ser sustituidas por otras medidas menos restrictivas que permitan alcanzar idéntico resultado.
- b) Desarrollo territorial y urbano sostenible, integrando el comercio como dotación unida y complementaria con el uso residencial, favoreciendo la aproximación de los servicios a la comunidad residente, así como la cohesión y la integración social, fomentando las actuaciones que conduzcan al modelo de ciudad compacta, al uso racional del suelo, a la rehabilitación de los edificios y a la regeneración y renovación de los tejidos urbanos.
- c) Complementariedad, carácter auxiliar y apoyo de los usos comerciales a los usos principales de actividades económicas, a los que se vinculen, en los polígonos de actividad económica.

- d) Reducción de la movilidad rodada que promueva las condiciones necesarias para ejercer un consumo responsable, recogido, dentro de los derechos de nueva generación, en el artículo 13 de la Ley Foral 34/2022, de 12 de diciembre del Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias.
- e) Accesibilidad universal y no discriminación en el acceso y utilización de los comercios, especialmente para personas con edad avanzada o discapacidad.

Artículo 15. Condiciones de implantación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales.

1. Los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, deberán implantarse en trama urbana residencial.

2. En suelo urbano de uso diferente al residencial se podrán instalar establecimientos comerciales singulares. En tal sentido, las administraciones competentes, dentro de su ámbito competencial y con respeto a lo dispuesto en la normativa urbanística y de ordenación del territorio, así como a lo regulado en la presente normativa, podrán regular la implantación de los comercios singulares en polígonos de actividades económicas.

3. La implantación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, exigirá realizar evaluaciones previas al objeto de poder analizar las eventuales externalidades negativas susceptibles de poder ocasionarse.

Sección 2.^a: Regulación de ordenación del territorio y urbanística del uso comercial.

Artículo 16. Instrumentos de Ordenación Territorial.

1. Los Instrumentos de Ordenación Territorial deberán contener, entre sus determinaciones, los criterios para la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en el territorio, que se ajustarán a los principios de esta ley foral.

2. Como criterios generales se tendrán que considerar:

a) La implantación preferente del comercio, también de los grandes establecimientos comerciales, dentro de la trama urbana residencial existente o prevista de los municipios con base en lo regulado por la presente ley foral.

b) La dotación unida y complementaria de los usos residenciales y comerciales fomentando su integración al objeto de garantizar el modelo de ciudad compacta.

c) Garantizar y facilitar la relación de proximidad y accesibilidad de la población al comercio, en especial de las personas de la tercera edad, como un derecho a la soberanía de la persona consumidora o usuarias para la toma de decisiones de compra de bienes o contratación de servicios de forma libre, consciente e informada, en consonancia con lo dispuesto, dentro de los derecho de nueva generación, en el artículo 13 de la Ley Foral 34/2002, de 12 de diciembre del Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarías.

c) La reducción del impacto de las actividades comerciales en su implantación sobre el territorio, en concreto, en los ámbitos de la movilidad y de la ocupación del suelo.

3. Los órganos competentes de los procedimientos de aprobación, modificación o revisión de los instrumentos de ordenación territorial, en los que resulte de aplicación la reserva de edificabilidad comercial mínima, prevista en esta ley foral, deberán recabar el oportuno informe del Departamento con competencias en materia de Comercio Minorista.

Dicho informe versará sobre la adecuación de dichos instrumentos de planificación, a los parámetros recogidos en la presente ley foral de comercio: implantación preferente del comercio dentro de la trama urbana y la dotación complementaria y unida de los usos residenciales y las actividades complementarias.

El informe se emitirá en un plazo máximo de tres meses, transcurrido dicho plazo, el informe se entenderá emitido con carácter favorable.

Artículo 17. Planeamiento urbanístico municipal.

1.- Los instrumentos de ordenación urbanística, conforme a la naturaleza propia de cada instrumento, deberán contener entre sus determinaciones, los criterios para la ordenación de los grandes establecimientos comerciales en el territorio, que se ajustarán a los principios de esta ley foral.

2.- El Planeamiento urbanístico municipal habrá de incluir, en relación con el uso comercial, las siguientes determinaciones:

- a) Definir los lugares más idóneos dentro de la trama urbana residencial para el fomento de la actividad comercial, atendiendo preferentemente a aquellos en los que se genere el menor impacto sobre el territorio, no se provoquen necesidades suplementarias de movilidad que comprometan el funcionamiento de las infraestructuras existentes y se cause el menor deterioro de las condiciones ambientales.
- b) Disponer la regulación específica del uso comercial que incluya el grado de compatibilidad entre el uso comercial y los demás usos que se puedan incorporar.
- c) Regular el uso comercial minorista, en zonas de uso global de actividades económicas, orientado como uso complementario de la actividad productiva o de servicio para esa área.

d) Fomentar el desarrollo de usos comerciales en la trama urbana residencial priorizándolo sobre el desarrollo de nuevo suelo comercial, de modo que no se favorezcan procesos de extensión discontinua. A tal efecto, se priorizará el uso comercial en plantas bajas de los edificios residenciales.

e) Propiciar una dotación comercial equilibrada en todos los barrios de los municipios de tal forma que no se generen zonas desabastecidas, especialmente para la compra de bienes de consumo cotidiano, o fenómenos de exclusión funcional o de acceso no igualitario a la oferta comercial, especialmente cuando sea susceptible de poder afectar a la población de mayor edad o con cualquier tipo de discapacidad.

3.- En el caso de que el planeamiento urbanístico municipal proponga la implantación de un gran establecimiento comercial, la selección de su ubicación debe ser coherente con los principios, objetivos y criterios definidos en la presente ley foral.

4.- Al objeto de favorecer la proximidad e integración del comercio se establecen las siguientes reservas aplicables a las actuaciones de transformación urbanística, de nueva urbanización o de reforma y renovación de la urbanización, de uso global residencial:

- a) El instrumento de planeamiento, que ordene las actividades de transformación urbana, deberá contemplar una reserva de edificabilidad de uso comercial mínima del 8 por ciento de la edificabilidad residencial prevista.
- b) La reserva de edificabilidad comercial mínima deberá ordenarse posibilitando una variada tipología de los formatos comerciales definidos en el artículo 4 de la presente ley foral.

- c) El uso comercial se ha de integrar de manera coherente con el uso residencial, ubicándose preferentemente en las plantas bajas, donde deberá situarse al menos el 60% de la edificabilidad mínima de uso comercial prevista en el ámbito o sector.
- d) En ámbitos de uso residencial unifamiliar, la dotación comercial mínima podrá ubicarse en edificación independiente aislada siempre que no exista superficie suficiente y adecuada en plantas bajas de edificios residenciales.
- e) En el suelo urbano consolidado, en el que se prevean actuaciones de dotaciones o de reforma de la urbanización, la reserva mínima de uso comercial tiene carácter general y de referencia obligada. En consecuencia, los locales comerciales sitos en planta baja, que formen parte de la reserva comercial mínima, no podrán destinarse a vivienda o a alojamiento turístico. A tal efecto los Ayuntamientos deberán llevar un registro de los locales que forma parte de la reserva comercial mínima.
- f) Podrán quedar exceptuados de contemplar la citada reserva los núcleos de población inferiores a 5.000 habitantes, siempre que se acredite en el expediente por la entidad local su oportunidad y conveniencia atendiendo al interés general. La Dirección General con competencias en materia de comercio minorista deberá emitir informe previo y la Dirección General competente en materia de ordenación del territorio deberá, en su caso, aprobar la dispensa a la reserva comercial.

5.- Las revisiones de planeamiento municipal y sus modificaciones que prevean crecimientos residenciales deberán respetar el porcentaje mínimo de superficie comercial.

6.- Los órganos competentes para la aprobación, modificación o revisión de los instrumentos de ordenación urbanística, en los que resulte de aplicación la reserva de edificabilidad comercial mínima prevista en la presente ley foral,

deberán recabar el oportuno informe de la Dirección General con competencias en materia de Comercio Minorista.

La solicitud de emisión del citado informe deberá ir acompañada de una memoria donde se justifique: cómo se ha articulado la edificabilidad comercial mínima del diez por ciento de la edificabilidad residencial prevista y, a su vez, cómo se ha posibilitado una variada tipología de formatos comerciales bajo vivienda colectiva. Dicho informe comprobará el cumplimiento de la reserva de edificabilidad comercial mínima y de la variedad en la tipología de formatos comerciales bajo vivienda colectiva. El informe se deberá emitir en el plazo de dos meses, detentando carácter preceptivo y vinculante y, transcurrido un plazo de dos meses, el silencio administrativo será positivo.

Artículo 18. Plan de atracción y ordenación comercial.

1. Las entidades locales podrán aprobar un plan de atracción y ordenación comercial. El citado plan definirá el modelo comercial y fomentará el comercio de proximidad, especialmente en las áreas comerciales de los cascos urbanos y en las áreas residenciales de alta densidad.

2. El plan de atracción comercial, que tendrá el carácter de una ordenanza municipal, se aprobará por el municipio conforme a las normas establecidas en la Ley Foral de la Administración Local.

3. El plan de atracción comercial podrá tener carácter supramunicipal en los siguientes casos:

- a) Porque se apruebe por una entidad supramunicipal con competencia en la materia.

- b) Porque así lo hayan acordado dos o más municipios respetando el marco competencial de cada uno de ellos y el principio de autonomía local.

Sección 3.ª: Tramitación del informe comercial territorial para la implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales.

Artículo 19. Implantación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales mediante la tramitación preceptiva de informe comercial territorial.

1. La instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta, con carácter general, a autorización.
2. La implantación o ampliación de un gran establecimiento comercial, además de las correspondientes licencias municipales de obras y de actividad clasificada, requerirá de informe comercial territorial, tramitado por la Dirección General con competencia en materia de comercio minorista.
3. La Dirección General con competencia en materia de comercio minorista, en su condición de ventanilla única y en relación a la implantación y o ampliación del gran establecimiento comercial, emitirá informe y recabará informes de la Dirección General competente en materia de ordenación del territorio, de la Dirección General competente en materia de obras públicas y de la entidad responsable del transporte público en la localidad en la que se vaya a instalar el gran establecimiento comercial.
4. Los tres informes, que aglutina el informe comercial territorial, y que tendrán carácter preceptivo y vinculante, tratan de evaluar previamente los impactos generados por la implantación comercial, y especialmente en aquellos que deriven en externalidades negativas y que no son medidos con la mera calificación urbanística de una parcela o solar.

Estos informes se enmarcan dentro de la planificación urbanística accesible, inclusiva y supramunicipal. Tienen por objeto, evaluando

previamente las externalidades negativas, además del fomento de la ciudad compacta y de facilitar el aprovisionamiento de necesidades básicas de compra a la ciudadanía, la protección de la seguridad pública, de la salud pública y la protección del medio ambiente urbano, garantizando el derecho a un medio ambiente saludable que promueva las condiciones necesarias para ejercer un consumo responsable que fomente el desarrollo sostenible.

5. Los tres informes señalados en el presente artículo tendrán carácter preceptivo y vinculante y no supondrán, en ningún caso, validación de exámenes técnicos o de comprobaciones de legalidad urbanística o medioambiental, así como de cualesquiera otras materias que deban efectuarse con motivo de la concesión de las previas licencias municipales o forales. En el trámite de concesión de la autorización para la instalación o ampliación del gran establecimiento comercial, no podrán revisarse actuaciones previas propias de la competencia municipal.
6. La Dirección General con competencia en materia de comercio minorista, una vez emitidos y recabados lo oportunos informes, autorizará, denegará o autorizará de manera condicionada.
7. Las personas interesadas podrán oponerse a los informes vinculantes emitidos en los procedimientos regulados en esta ley foral bien mediante la impugnación de la resolución administrativa que ponga fin al procedimiento del informe comercial territorial, bien mediante la impugnación de los citados informes vinculantes, cuando estos impidiesen el otorgamiento de dicha autorización, de conformidad con lo establecido en el artículo 112.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
8. Cuando la impugnación, en vía administrativa, de la resolución que ponga fin al procedimiento de otorgamiento del informe comercial territorial afecte a las condiciones establecidas en los informes vinculantes o

determinantes, el órgano competente para resolver el recurso dará traslado del mismo a los órganos que los hubiesen emitido, con el fin de que éstos, si lo estiman oportuno, presenten alegaciones en el plazo de quince días. De emitirse en plazo, las citadas alegaciones serán determinantes para la resolución del recurso.

9. Si en el recurso contencioso-administrativo que se pudiera interponer contra la resolución que ponga fin a la vía administrativa se dedujeran pretensiones relativas a los informes preceptivos y vinculantes o determinantes, la administración que los hubiera emitido tendrá la consideración de codemandada, conforme a lo establecido en la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

Artículo 20. Procedimiento para la implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales y alcance de los informes.

1. El procedimiento de autorización para la implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales se ajustará a los principios de simplificación administrativa.
2. La implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales, se tramitará telemáticamente conforme al siguiente procedimiento:
 - a) La persona interesada presentará, ante el Ayuntamiento competente en cuyo ámbito se va a ubicar la actividad, la correspondiente solicitud acompañada de la documentación señalada en el art. 21 de esta ley foral.
 - b) El Ayuntamiento, en respuesta a la solicitud presentada, deberá poner en conocimiento de la persona interesada si resulta obligatorio el informe comercial territorial para la instalación o ampliación de un gran establecimiento comercial, así como de

los plazos establecidos para la obtención de las licencias municipales el órgano competente para su resolución y el sentido del silencio administrativo.

- c) El Ayuntamiento incorporará al expediente informe de compatibilidad con el planeamiento urbanístico municipal, y sobre la movilidad y los antecedentes urbanísticos que obren en dicho Ayuntamiento, remitiendo el expediente en el plazo máximo de dos meses a la Dirección General competente en materia de comercio minorista. Transcurrido este plazo sin haberse remitido al citado departamento la documentación, el interesado podrá solicitar directamente, de manera telemática, la autorización ante el citado departamento.
- d) La Dirección General con competencia en materia de comercio minorista, ejerciendo de ventanilla única conforme al principio de simplificación administrativa, deberá informar y además recabar los informes preceptivos de la Dirección General competente en materia de ordenación del territorio; de la Dirección General competente en materia de obras públicas y transportes y de la administración responsable del transporte público en la localidad en que se vaya a implantar. Con base en los informes preceptivos antedichos se denegará, o se concederá autorización para la instalación y o ampliación de un gran establecimiento comercial.
- e) Cada uno de los cuatros informes antedichos se deberán emitir en el plazo máximo de dos meses y deberán tener el siguiente contenido:

- Informe de la Dirección General competente en materia de ordenación del territorio: determina si el establecimiento o su ampliación se adecúa a las determinaciones de los instrumentos de ordenación territorial.
 - Informe de la Dirección General competente en materia de Comercio minorista: determina si concurren las condiciones de implantación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales previstas en el artículo 15.1 y 15.2 de la presente ley foral. Es decir, comprobar si el comercio que se va a instalar es ordinario o singular y, en consecuencia, si se va a ubicar o no en trama urbana residencial.
 - Informe de la Dirección General competente en materia de Obras públicas: informará si la red de servicio básica de infraestructura de movilidad preexistente es capaz de soportar los desplazamientos que conllevan el nuevo gran establecimiento comercial.
 - Informe, en caso de que existiese, de la entidad responsable del transporte público en la localidad en la que se vaya a implantar el gran establecimiento comercial: determinar si existen líneas adecuadas y suficientes de transporte público para cubrir la demanda del nuevo gran establecimiento comercial.
- f) Transcurridos nueve meses, desde que se hubiese presentado la documentación completa en la Administración de la Comunidad Foral de Navarra, sin que se hubiera comunicado acto alguno al Ayuntamiento por la Dirección General competente en materia de comercio minorista, se entenderá concedida por silencio positivo la autorización para instalar o ampliar un gran centro comercial o su ampliación.

- g) El Ayuntamiento y la Dirección General con competencia en materia de Comercio Minorista, cada una en su ámbito competencial, solicitarán la emisión de todos los informes preceptivos de manera simultánea. Los informes que deben emitirse no tienen carácter sucesivo, de tal forma que la emisión de un informe no está condicionada por la expedición previa del informe de otro órgano sectorial.

Artículo 21.- Documentación técnica para la solicitud de tramitación del preceptivo informe comercial territorial para la implantación o ampliación de los grandes establecimientos comerciales.

1. Las personas interesadas en instalar o ampliar un gran centro comercial deberán presentar solicitud, ante el Ayuntamiento en cuyo término municipal pretenda implantarse o ampliarse el comercio, acompañando la siguiente documentación:

- a) Memoria y proyecto básico, firmado por persona técnica competente, con el contenido mínimo que al mismo le sea exigible de conformidad con la normativa en vigor y la presente ley foral.
- b) Estudio, firmado por técnico competente, que evalúe la movilidad generada por la repercusión de la implantación o ampliación, así como las emisiones atmosféricas de CO₂ derivadas de la movilidad.

El estudio deberá valorar de forma completa la movilidad generada por el establecimiento comercial y, además, realizar una estimación sobre las emisiones atmosféricas de CO₂ derivadas de la movilidad y calculadas mediante las metodologías o sistemas reglamentariamente autorizados. La estimación sobre las emisiones atmosféricas desglosará, en todo caso, la siguiente información: distancia media de desplazamiento, número de vehículos diarios cuyo acceso se prevé, reparto modal de vehículos/km, estimación del porcentaje de tránsito

en vía congestionada, principal o secundaria, así como la velocidad media por tipología de vehículo.

En el caso de que la implantación requiera un incremento de la dotación de transporte público existente o una modificación de las infraestructuras asociadas, la entidad responsable del transporte público en el ámbito en el que se pretende implantar la actividad deberá emitir informe favorable a la actuación propuesta, y determinará, en su caso, los costes derivados de la ampliación o modificación de la dotación de transporte o sus infraestructuras que deban ser imputados a la promotora de la actuación.

- c) Plan de medidas encaminadas a evitar el desperdicio de alimentos y fomentar el consumo responsable y la gestión y reciclado de los residuos, en línea con lo dispuesto en la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular o norma que la sustituya.
- d) Plan de cumplimiento de todas las medidas contempladas en la Ley Foral 4/2022, de 22 de marzo, de Cambio Climático y Transición Energética de Navarra, o normativa que la sustituya.

2. La persona interesada, conforme a la normativa básica, no vendrá obligada a presentar aquellos documentos que ya consten en poder de la administración competente. En todo caso, la persona interesada deberá indicar en qué momento y ante qué órgano administrativo presentó la citada documentación.

Artículo 22. Informe positivo, negativo o condicionado en relación a la instalación y o ampliación del gran establecimiento comercial.

1. Los informes, en relación al gran establecimiento comercial, se realizarán en función de que la implantación o ampliación cumpla los criterios

urbanísticos, territoriales, ambientales y de movilidad contenidos en esta ley foral.

2. Las circunstancias que condicionen, denieguen o, en su caso, justifiquen la instalación y o ampliación de un gran establecimiento comercial, habrán de motivarse en alguna de las siguientes causas:

- a) La protección del medio ambiente: en especial la falta de adaptación de la ubicación física del establecimiento comercial a los requisitos, criterios y principios territoriales y urbanísticos recogidos en la presente ley foral.
- b) La falta de accesibilidad real y efectiva para personas de edad avanzada o personas con discapacidad sin la utilización de vehículos privados.
- c) Que el proyecto comporte la necesidad de incrementar la capacidad de servicio de la red básica de infraestructuras existentes.
- d) Que el establecimiento o su ampliación sean contrarios a los instrumentos de ordenación territorial o urbanística o a lo dispuesto en la presente ley foral, en relación a los condicionamientos relativos al asentamiento físico sobre el territorio de los grandes establecimientos comerciales.

3. La Administración de la Comunidad Foral de Navarra y las entidades locales fomentarán, en el marco de la legalidad vigente, la adopción de condicionamientos o medidas correctoras que preserven el interés general y, al mismo tiempo, permitan el otorgamiento de las autorizaciones pertinentes.

Artículo 23. Tasa por la tramitación del informe comercial territorial para la instalación y o ampliación de un gran establecimiento comercial.

1. La tramitación del informe comercial territorial, para la instalación y o ampliación de un gran establecimiento comercial, devengará la tasa vigente

prevista en la ley foral de tasas y precios públicos de la Comunidad Foral de Navarra y de sus Organismos Autónomos.

2. El justificante del abono de la citada tasa se presentará junto con la solicitud correspondiente.

3. En el supuesto de inadmisión a trámite de la solicitud procederá la devolución de la tasa abonada.

TÍTULO III. Ventas especiales y sus externalidades.

Artículo 24. Ventas a distancia y comercio electrónico.

1. Se consideran ventas a distancia las celebradas sin la presencia física simultánea de la persona vendedora y de la compradora, transmitiéndose la oferta de la primera y la aceptación de la segunda a través de cualquier medio de comunicación a distancia.

2. En particular, estarán incluidas en este concepto las ventas por teléfono, por correspondencia, ya sean mediante envío postal, por catálogo, a través de impresos o por anuncios en prensa y las ventas ofertadas por televisión, así como las realizadas por medios electrónicos.

3. Se considera el comercio electrónico como una modalidad de venta a distancia. Los contratos que se formalicen mediante vía electrónica deberán someterse a la normativa vigente en materia de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como a cualquier otra que le sea de aplicación.

Artículos 25. “Las dark store” o tiendas oscuras como una modalidad de venta a distancia.

1. Los “dark store” o tiendas oscuras, a efectos de esta ley foral, son los comercios no abiertos al público, ubicados en entornos urbanos, que destinan todo el espacio disponible de su local a la preparación y envío de pedidos online, por lo que la clientela no tiene acceso directo a los productos, sino que realiza sus

compras de manera telemática y reciben sus pedidos a través de un servicio de entrega a domicilio.

2. Las entidades locales, para esta modalidad de comercio cuando se ubiquen en entornos urbanos densamente poblados, siempre que se acrediten razones imperiosas de interés general conforme a la normativa europea, podrán regular la exigencia de requisitos de implantación similares a estos:

- a) Disponer, dentro del espacio de uso exclusivo de estos comercios, de una zona específica de espera para los vehículos que realizan el reparto a la persona compradora, y habilitar, también en el interior, una zona de espera de los repartidores y las repartidoras.
- b) Adecuar la actividad de carga y descarga de las tiendas oscuras a lo que establezcan las ordenanzas municipales.
- c) Posibilitar, a la persona compradora, la recogida y devolución de los pedidos en el propio establecimiento.

Artículo 26. Externalidades negativas del comercio electrónico consecuencia de la recepción de entregas en áreas urbanas.

1. La distribución y el transporte de los productos comercializados por Internet o a distancia deben efectuarse con el menor impacto medioambiental posible, especialmente en la última milla.

2. Las administraciones locales, en el marco de sus respectivas competencias, podrán regular, respecto a las empresas de transporte, medidas compensadoras sobre las externalidades negativas que genera la recepción de mercancías en entornos urbanos. Las medidas, en todo caso, serán respetuosas con los principios de no discriminación, necesidad y proporcionalidad dimanantes de la normativa europea.

3. Las medidas a regular por las entidades locales, para preservar el medio ambiente y un entorno urbano saludable, siempre que se acrediten razones imperiosas de interés general podrán ser, entre otras, de la siguiente tipología:

- a) Restringir la distribución de mercancía durante una determinada franja horaria.
- b) Obligar a que la distribución y entrega de paquetería, en zonas de bajas de emisiones o en zonas densamente pobladas, se realice mediante vehículos no motorizados o mediante vehículos limpios y cero emisiones.
- c) Promover y regular la ubicación, instalación y uso de las consignas o puntos de recogida.
- d) Imponer cualquier otra medida encaminada a minorar las externalidades negativas que produce, en zonas densamente pobladas, la distribución urbana de paquetería.

Artículo 27. Venta no sedentaria o ambulante.

Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada por comerciantes, fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados, en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones tienda.

Artículo 28. Regulación municipal de la venta no sedentaria o ambulante.

- 1. Los municipios son los competentes para regular la venta no sedentaria o ambulante en su término municipal.
- 2. Se diferencian tres tipos de venta no sedentaria o ambulante:
 - a. Mercados periódicos de carácter tradicional o de nueva implantación, ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija.
 - b. Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.

- c. Venta realizada en camiones tienda o puestos instalados en la vía pública, que se autorizarán en circunstancias y condiciones precisas.
3. Mediante ordenanza municipal se determinarán los lugares dónde se debe ejercer la venta no sedentario o ambulante, los perímetros exceptuados, la frecuencia, el horario y los productos autorizados.
4. Corresponderá a los municipios otorgar las autorizaciones para el ejercicio de la venta ambulante en sus respectivos términos municipales, de acuerdo con la legislación vigente.
5. La duración de las autorizaciones, debido a la escasez de suelo público, no podrá ser por tiempo indefinido, debiendo permitir a las personas comerciantes, en todo caso, un plazo suficientemente amplio para posibilitar la amortización de las inversiones.
6. El procedimiento para la selección entre las posibles personas candidatas habrá de garantizar la transparencia, la imparcialidad y la adecuada publicidad.

Artículo 29. Tarjeta identificativa de la autorización para el ejercicio de la actividad comercial no sedentaria.

1. El municipio entregará, a la persona que haya autorizado para el ejercicio de la venta ambulante dentro de su término municipal, una tarjeta identificativa que estará expuesta en un lugar visible y a disposición de la clientela.

2. La tarjeta identificativa que contendrá los datos esenciales de la autorización debiendo figurar en la misma la dirección donde se atenderán, en su caso, las reclamaciones de las personas consumidoras. Dicha dirección también deberá figurar en la factura o comprobante de la venta.

Artículo 30. Ubicación donde se debe llevar a cabo la venta ambulante.

Los municipios fomentarán que la venta no sedentaria o ambulante se realice en aquellos emplazamientos que resulten más idóneos conforme a principios de accesibilidad, urbanísticos y medioambientales.

Artículo 31. Fomento, con ocasión de la venta ambulante, de la venta de proximidad y /o la venta directa.

Las entidades locales, dentro de su ámbito competencial, podrán realizar medidas de difusión y promoción de la venta de proximidad y/o la venta directa, a los efectos de lo dispuesto en la Ley Foral 5/2023, de 9 de marzo, de Canales Cortos de Comercialización Agroalimentaria, o normativa que lo sustituya.

Artículo 32. Ordenación de la venta no sedentaria o ambulante.

Los municipios son los competentes para garantizar el cumplimiento de las normas higiénicas, sanitarias y de seguridad, y de ordenación de la actividad comercial, así como el control y sanción de las infracciones, sin perjuicio de las competencias atribuidas a otras administraciones públicas.

Artículo 33. Venta automática.

1. Es venta automática la forma de distribución minorista, en la cual se pone a disposición de la persona consumidora el producto para que éste lo adquiera, a través de una máquina expendedora, previo pago de su importe.
2. Para la protección de las personas consumidoras y usuarias, en todas las máquinas de venta deberán figurar con claridad: a) la información referida al producto y a la persona comerciante que lo ofrece: el tipo de producto que expenden, su precio, y la identidad del oferente. b) la información relativa a la máquina que expende el producto: el medio de pago que admite, las instrucciones para la obtención del producto deseado, así como la acreditación del cumplimiento de la normativa técnica aplicable. c) el canal donde se atenderán eventuales reclamaciones.

3. Todas las máquinas de venta deberán permitir la recuperación automática del importe introducido en el caso de no facilitarse el artículo solicitado.
4. En esta modalidad está prohibida la venta de bebidas energéticas. **Por bebida energética se entiende aquella bebida sin alcohol, generalmente gasificadas, que contiene más de 32 miligramos de cafeína por 100 mililitros de bebida.**
5. En esta modalidad, con carácter general, está prohibida la venta de cigarrillos electrónicos, vapeadores o vaporizadores. La venta automática de este tipo de productos sólo se podrá realizar si se respetan las mismas exigencias que se prevén, en el ordenamiento jurídico, respecto a las ventas de tabaco.

Artículo 34. Venta en pública subasta.

1. La celebración de una pública subasta consiste en ofertar, pública e irrevocablemente, la venta de bienes a favor de quien ofrezca, mediante el sistema de pujas y dentro del plazo concedido al efecto, el precio más alto por encima de un mínimo, ya se fije éste inicialmente o mediante ofertas descendentes realizadas en el curso del propio acto, que estará obligado a comprarlo.
2. Para el ejercicio de esta modalidad de venta, se estará a lo dispuesto en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, o normativa que lo sustituya, y a la normativa sobre defensa de las personas consumidoras y usuarias.

Artículo 35. Venta en feria de oportunidades.

1. Se define venta en feria de oportunidades como la actividad ferial, promovida por comerciantes, sus asociaciones o cualquier entidad pública o privada, celebrada fuera del establecimiento comercial habitual de cada

comerciante y que tiene por objeto la realización de ventas en la que se ofrecen, a las personas consumidoras, productos en condiciones más ventajosas que las habituales.

2. La celebración de feria de oportunidades, en el caso que resulte susceptible de provocar gran afluencia y al objeto de salvaguardar la integridad de las personas y de los bienes, requerirá una declaración responsable previa, por parte de la entidad organizadora, conforme al modelo normalizado disponible en la página web del Gobierno de Navarra, dirigida a la dirección general competente en materia de comercio minorista, con una antelación de treinta días naturales a su fecha de inicio, en la que se habrá de indicar: la tipología y clasificación de la actividad ferial a realizar, la ubicación y duración del evento, el número de puestos a instalar, las personas expositoras participantes, el municipio donde se desarrolla la actividad ferial y la identificación sobre la responsable organizativa.

3. La entidad local, donde se celebre la feria de oportunidades, podrá exigir requisitos adicionales, en el marco de su ámbito competencial.

4. Son obligaciones de la entidad organizadora:

- a. Disponer de un seguro de responsabilidad profesional u otros medios adecuados para garantizar, de forma suficiente, las eventuales responsabilidades que se deriven de la celebración de las actividades feriales comerciales que organicen.
- b. Celebrar las actividades feriales comerciales conforme a las condiciones publicitadas.
- c. Garantizar, dentro del recinto ferial, el mantenimiento del orden público, la seguridad de las personas y la protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como el cumplimiento de la normativa sanitaria que resulte de aplicación.

- d. Prestar la colaboración que le sea requerida por la autoridad competente, en el cumplimiento de sus funciones de inspección.
- e. Tener, a disposición de las personas consumidoras y usuarias, información sobre la dirección postal, número de teléfono y dirección de correo electrónico, en los que las personas consumidoras y usuarias, cualquiera que sea su lugar de residencia, puedan interponer sus quejas y reclamaciones o solicitar información sobre los bienes ofertados o contratados.
- f. Separación selectiva de los residuos que se generen con ocasión de la feria.
- g. Cumplir en general con la legalidad vigente.

TÍTULO IV: ACTIVIDADES DE PROMOCIONES DE VENTA Y VENTAS PROHIBIDAS.

CAPÍTULO I. Aspectos comunes a las promociones de ventas.

Artículo 36. Concepto de promoción de venta.

Es promoción de venta aquella en la que las ofertas de bienes hechas por la persona vendedora a las compradoras se realizan en condiciones más ventajosas que las habituales con el fin de fomentar el conocimiento de un establecimiento o la venta de un producto.

Artículo 37. Principios generales.

1. La actividad promocional del comercio deberá de ejercerse con respeto a lo dispuesto en esta ley foral y a Ley Foral 34/2022, de 12 de diciembre, reguladora del Estatuto de las personas consumidoras y usuarias, o normativa que la sustituya.

2. Toda a actividad promocional, anunciada como una norma general, deberá exponerse de forma que sea visible desde el exterior, incluso cuando el establecimiento permanezca cerrado, para público conocimiento e información.

3. Cuando las ofertas especiales no comprendan, al menos, la mitad de los artículos puestos a la venta, la práctica de promoción de que se trate no se podrá anunciar como una medida general, sino referida exclusivamente a los artículos o sectores a los que realmente afecte.

4. Las actividades de promoción de ventas podrán simultanearse en un mismo establecimiento comercial, excepto en los supuestos de venta en liquidación, siempre y cuando exista la debida separación entre ellas y se respeten los deberes de información.

5. En los anuncios de las promociones de ventas deberá especificarse la duración y, en su caso, las reglas especiales aplicables a las mismas.

Artículo 38. Información del precio reducido y del anterior.

1. Siempre que se oferten artículos con reducción de precio, deberá figurar con claridad, en cada uno de ellos, el precio anterior junto con el precio reducido, salvo en el supuesto de que se trate de artículos puestos a la venta por primera vez.

2. Se entenderá por precio anterior el menor que hubiese sido aplicado sobre productos idénticos en los treinta días naturales precedentes. A estos efectos no se tendrá en consideración el precio que hubiese podido ser aplicado, con la finalidad de reducir el desperdicio alimentario, sobre productos idénticos cuyas fechas de caducidad o consumo preferente estuviesen próximas a vencer.

CAPÍTULO II. Clases de promociones de venta.

Artículos 39. Tipologías de promociones de venta.

Tendrán la consideración de clases de promociones de venta, las ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, la venta de saldos, la venta en liquidación, la venta con obsequio y la oferta con venta directa.

Artículo 40. Ventas en rebajas.

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofertan, en el mismo establecimiento en el que se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de dicha venta.

2. No cabe calificar como venta en rebajas la de aquellos productos no puestos a la venta en condiciones de precio ordinario con anterioridad, así como la de los productos deteriorados o adquiridos con objeto de ser vendidos a precio inferior al ordinario.

3. Las ventas en rebajas podrán tener lugar en los periodos estacionales de mayor interés comercial según el criterio de cada comerciante. La duración de cada periodo de rebajas será decidida libremente por cada comerciante

Artículo 41. Venta de saldos.

1. Se considera venta de saldos la de productos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos, sin que un producto tenga esta consideración por el solo hecho de ser un excedente de producción o de temporada.

2. No cabe calificar como venta de saldos la de aquellos productos cuya venta bajo tal régimen implique riesgo o engaño para la persona compradora, ni la de aquellos productos que no se venden realmente por precio inferior al habitual.

3. Las ventas de saldos deberán anunciarse necesariamente con esta denominación o con la de venta de restos.

Artículo 42. Venta en liquidación.

1. Se entiende por venta en liquidación la venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos que, anunciada con esta denominación u otra equivalente, tiene lugar en ejecución de una decisión judicial o administrativa, o es llevada a cabo por la persona comerciante o por la adquirente por cualquier título del negocio, en alguno de los casos siguientes:

- a) Cesación total o parcial de la actividad de comercio. En el supuesto de cese parcial tendrá que indicarse la clase de mercancías objeto de liquidación.
- b) Cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio.
- c) Cambio de local o realización de obras de importancia en el mismo. En ningún caso se podrá considerar que las obras revierten importancia si el local no permanece cerrado al menos 16 días naturales de forma consecutiva.
- d) Cualquier supuesto de fuerza mayor que cause grave obstáculo al normal desarrollo de la actividad comercial.

2. No podrán ser objeto de este tipo de actividad comercial aquellos productos que no formaran parte de las existencias del establecimiento, o aquellos que fueron adquiridos por la persona comerciante con objeto de incluirlos en la liquidación misma.

3. La venta en liquidación habrá de ser comunicada, a la dirección general competente en materia de comercio minorista, con diez días hábiles de antelación a su inicio, conforme al modelo normalizado disponible en la página web del Gobierno de Navarra. Esta comunicación deberá ser visible desde el exterior del local comercial.

4. La duración máxima de la venta en liquidación será de un año. No procederá efectuar una nueva liquidación en el mismo establecimiento de productos similares a la anterior en el curso de los tres años siguientes, excepto cuando esta última tenga lugar en ejecución de decisión judicial o administrativa, por cesación total de la actividad o por causa de fuerza mayor.

5. En todo caso deberá cesar la venta en liquidación si desaparece la causa que la motivó o si se liquidan efectivamente los productos objeto de la misma.

6. Los anuncios de las ventas en liquidación deberán indicar la causa de ésta.

Artículo 43. Venta con obsequio o prima.

1. Son ventas con obsequio aquellas que, con finalidad de promover las ventas, ofertan, ya sea en forma automática, o bien mediante la participación en un sorteo o concurso, un premio, cualquiera que sea la naturaleza de éste.

2. Son ventas con prima aquéllas que ofrezcan cualquier incentivo o ventaja vinculado a la adquisición de un bien.

Las ventas con obsequio o prima se reputan desleales en los supuestos previstos en la Ley de Competencia Desleal.

3. Cuando el incentivo consista en un sorteo, lo dispuesto en esta ley foral será aplicable sin perjuicio de lo establecido en la Ley Foral 16/2006, de 14 de diciembre, del Juego, o norma que la sustituya, y demás normativa que resulte de aplicación.

4. Los bienes que consistan los obsequios o incentivos promocionales deberán entregarse a los compradores en el plazo máximo de tres meses, a contar desde el momento en que el comprador reúna los requisitos exigidos.

Artículo 44. Ventas en oferta o promoción.

Se consideran ventas en promoción o en oferta las ventas privadas y preventas y, en general, aquellas que, no encajando en ninguna otra modalidad de promoción de venta, se realicen por precio inferior o en condiciones más favorables que las habituales, con el fin de potenciar la venta de ciertos productos o el desarrollo de uno o varios comercios o establecimientos.

CAPÍTULO III. Ventas prohibidas: ventas a pérdida y venta piramidal.

Artículo 45. Ventas a pérdida.

No se podrán ofertar ni realizar ventas al público con pérdida si éstas se reputan desleales. Para reputar una venta como desleal se deberá estar a lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista y en el artículo 17 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal, o en la normativa que lo sustituya.

Artículo 46. Venta piramidal.

Se considera desleal por engañoso, en cualquier circunstancia, crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que la persona consumidora o usuaria realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otras personas consumidoras o usuarias en el plan, y no de la venta o suministro de bienes.

TÍTULO V: HORARIOS COMERCIALES

CAPÍTULO I. Régimen general de horarios comerciales.

Artículo 47. Libertad de horarios y obligación de exponer los horarios.

1. Dentro del marco definido en la legislación vigente, cada comerciante determinará el horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales de venta y, en su caso, la distribución de mercancías.

2. Los comercios deben exponer el horario comercial de apertura de modo que la información sea visible al público, incluso con el establecimiento cerrado.

Artículo 48. Horario en días laborables: máximo diario y máximo global semanal.

1. El horario de apertura y cierre de los establecimientos comerciales en días laborables, con una jornada comercial máxima diaria de 15 horas, serán fijados libremente por cada comerciante.

2. El horario global en el que los comercios podrán desarrollar su actividad durante el conjunto de días laborables de la semana no podrá superar las noventa horas, ajustándose igualmente a la normativa laboral.

Artículo 49. Apertura en domingos y festivos.

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

2. El número máximo de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público será de diez, sin perjuicio de lo dispuesto para los establecimientos con régimen especial de horarios. No obstante, si, en el ámbito del Estado y consecuencia de una modificación normativa, se modificase el número de domingos y días festivos que podrán permanecer abiertos al público los comercios, entonces el departamento competente en materia de comercio, respetando el procedimiento previsto en el siguiente apartado, podrá establecer el calendario, adecuándose a ese nuevo límite determinado por la legislación estatal básica.

Artículo 50. Procedimiento para establecer el calendario anual de los domingos y festivos que se consideren de libre apertura.

1. Antes del 15 de octubre de cada año se establecerá por el Departamento competente en materia de comercio minorista, previa audiencia del Consejo de Comercio de Navarra, el calendario que regirá para el año siguiente que señalará los domingos y festivos que se consideren de libre apertura. El número de domingos y festivos que se consideren de libre apertura será de diez.
2. Para la determinación de los domingos y festivos de libre apertura a los que se refiere el apartado anterior la Comunidad Foral de Navarra establecerá un máximo de 1 día hábil por cada mes, a excepción de diciembre en que podrán establecerse dos días hábiles.
3. Los municipios, para todo el comercio ubicado en su término municipal, con el objeto de fomentar su comercio de proximidad, podrán sustituir, del total de domingos y festivos de apertura autorizada establecida para cada año, un máximo de dos, cumpliendo los siguientes requisitos: a) comunicar a la dirección general competente en materia de comercio, los domingos y festivos del año cuya sustitución se propone, con una antelación mínima de 60 días naturales, tanto a la fecha que se pretende sustituir, como a la nueva fecha propuesta y, en todo caso, se debe comunicar antes del día 31 de diciembre del año anterior a la dirección general competente en materia de comercio. En la comunicación el Ayuntamiento deberá motivar cómo el cambio incide en la mejora del comercio de proximidad de su término municipal. b) el municipio correspondiente deberá hacer públicas las sustituciones de los domingos y festivos con una antelación mínima de 30 días naturales, tanto a la fecha que se sustituye como a la nueva fecha propuesta, y deberá proceder a publicar los cambios en la página web municipal.

CAPÍTULO II. Régimen especial de horarios comerciales.

Artículo 51. Comercios con libertad horaria

1. Conforme a la legislación básica del Estado, tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público: los establecimientos dedicados principalmente a la venta de pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, floristerías y plantas y las denominadas tiendas de conveniencia, así como las instaladas en puntos fronterizos, en estaciones y medios de transporte terrestre, y aéreo y en zonas de gran afluencia turística.
2. Los establecimientos de venta de reducida dimensión distintos de los anteriores, que dispongan de una superficie útil comercial inferior a 300 metros cuadrados, excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa según la legislación vigente.
3. A los efectos de esta ley foral se considera que pertenecen a un grupo de distribución los establecimientos comerciales que se hallen en alguna de las siguientes circunstancias:
 - a) Que sean propiedad de empresas que se encuentren respecto a otras en cualquiera de las situaciones de dominio o dependencia que enumeran el artículo 42 del Código de Comercio.
 - b) Que sean propiedad de empresas que operen bajo una unidad de decisión y gestión y obliguen a desarrollar una estrategia normal conjunta bajo una enseña común.

Artículo 52. Comercios con normativa específica respecto de los horarios comerciales.

Las oficinas de farmacia, así como los estancos, se regirán por su normativa específica, aplicándose en su defecto las disposiciones de esta ley foral.

Artículo 53. Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos.

Los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y turísticos, así como los que presten servicios de esta naturaleza, tendrán libertad horaria.

Artículo 54. Determinación de las zonas de gran afluencia turística.

1. Se considerarán zonas de gran afluencia turística, aquellas áreas coincidentes con la totalidad del municipio o parte del mismo en las que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Existencia de una concentración suficiente, cuantitativa o cualitativamente, de plazas en alojamientos y establecimientos turísticos o bien en el número de segundas residencias respecto a las que constituyen residencia habitual.
- b) Que haya sido declarado Patrimonio de la Humanidad o en el que se localice un bien inmueble de interés cultural integrado en el patrimonio histórico artístico.
- c) Que limiten o constituyan áreas de influencia de zonas fronterizas.
- d) Celebración de grandes eventos deportivos o culturales de carácter nacional o internacional.
- e) Que constituyan áreas cuyo principal atractivo sea el turismo de compras.
- f) Cuando concurran circunstancias especiales que así lo justifiquen.

2. En los supuestos en los que concurran las circunstancias enumeradas y la propuesta de declaración de zona de gran afluencia turística formulada por el municipio interesado contenga una limitación de carácter temporal o territorial, deberán justificarse en la propuesta las razones en las que se funda tal limitación temporal o territorial, de acuerdo con los intereses comerciales, turísticos y en beneficio de la persona consumidora. En el caso de que la dirección general

competente en materia de comercio considerase que no está suficientemente justificada esta restricción, se declarará zona de gran afluencia turística la totalidad del municipio todo el año.

Si en el plazo de tres meses, la dirección general competente en materia de comercio no resolviera la solicitud del Ayuntamiento interesado, se entenderá declarada como zona de gran afluencia turística la propuesta por dicho Ayuntamiento.

3. En todo caso, en los municipios con más de 100.000 habitantes que hayan registrado más de 600.000 pernoctaciones en el año inmediatamente anterior se declarará, al menos, una zona de gran afluencia turística aplicando los criterios previstos en el apartado anterior. Para la obtención de estos datos estadísticos se considerarán fuentes las publicaciones del Instituto Nacional de Estadística.

Si en el plazo de seis meses a partir de la publicación de estos datos, la Comunidad Foral de Navarra no hubiera declarado alguna zona de gran afluencia turística en el municipio en el que concurran las circunstancias señaladas en el párrafo anterior, se entenderá declarada como tal la totalidad del municipio y las personas comerciantes dispondrán de plena libertad para la apertura de sus establecimientos durante todo el año.

CAPÍTULO III. Establecimientos comerciales de venta de bebidas alcohólicas.

Artículo 55. Limitación del horario de venta de bebidas alcohólicas.

1. Los municipios podrán imponer a los establecimientos que incluyan en su oferta bebidas alcohólicas, con independencia del régimen de apertura que les sea aplicable, la prohibición de venta, distribución, suministro o entrega de dichas bebidas, desde las 22:00 horas hasta las 7:00 horas del día siguiente.

La prohibición se deberá acordar, de manera motivada, por razones de orden público, seguridad y salud y tendrá efectos en todo el término municipal.

Esta prohibición también comprende la venta ambulante, la venta a distancia y la venta domiciliaria.

2. Los municipios, en el acuerdo de prohibición y de manera motivada, podrán excepcionar esta limitación durante las festividades locales u otras fechas que consideren oportunas.
3. Los comercios que vendan alcohol y estén abiertos entre las 22:00 horas y hasta las 7:00 horas del día siguiente, deberán tener visible un cartel en el que se informe que opera la prohibición de vender alcohol. Este cartel se entregará por la propia entidad local.
4. Quedan excluidas de la limitación horaria prevista en el apartado anterior los siguientes supuestos: a) el suministro de bebidas alcohólicas en establecimientos destinados al consumo en su interior o en terrazas debidamente autorizadas. b) la distribución a comercio minorista y profesionales.

TÍTULO VI: MEDIDAS DE APOYO AL COMERCIO DE PROXIMIDAD

Artículo 56. Fomento del comercio de proximidad.

La Administración de la Comunidad Foral de Navarra, con el fin de lograr una mayor cohesión económica, social y territorial, velará por la preservación y fomento del comercio urbano de proximidad.

Artículo 57. Actuaciones de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra en materia de fomento del comercio de proximidad.

La Administración de la Comunidad Foral de Navarra realizará, entre otras, las siguientes actuaciones al objeto de fomentar y proteger el comercio de proximidad:

- a) Elaboración, de forma periódica y en coordinación con el sector, de un plan estratégico de impulso del comercio minorista de proximidad, que deberá ser coherente con las finalidades y principios rectores de esta ley foral.
- b) Fomentar las iniciativas emprendedoras para estimular tanto el emprendimiento comercial como el relevo generacional.
- c) Apoyar el desarrollo, modernización y mejora del comercio de proximidad, propiciando el incremento de su eficiencia energética, su digitalización y la implantación de sistemas de calidad.
- d) Promover, en coordinación con las entidades representativas de personas con discapacidad, un comercio físico y electrónico accesible para todas las personas y, en consecuencia, erradicar todo tipo de barreras de acceso, tanto físicas, como cognitivas y sensoriales.
- e) Fomento de productos de kilómetro cero, entendiendo como tal aquellos productos que se caracterizan por la escasa distancia entre su lugar de producción y su punto de venta.
- f) Favorecer la sostenibilidad, la cohesión social, ambiental, económica e institucional como base de un modelo de economía circular y sostenible que permita recuperar todos los recursos de forma eficiente.
- g) Incentivar y fomentar en el mundo rural, en especial en zonas que sufren despoblación, tanto el comercio de proximidad como la venta ambulante.
- h) Velar porque la defensa del comercio de proximidad, y en consecuencia del urbanismo comercial, sea real y efectiva en la Comisión de Ordenación del Territorio y Urbanismo y en la formulación, aprobación y ejecución de los instrumentos de ordenación urbanístico y territorial que corresponda aprobar a la Administración de la Comunidad Foral de Navarra.
- i) Establecimiento de los mecanismos para fomentar la profesionalización de la actividad comercial y su resiliencia en tiempos de crisis.

- j) Promover la igualdad en derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, así como el respeto de los derechos laborales en general, y específicamente las normas en materia de prevención de riesgos laborales.
- k) Fomentar la cooperación, coordinación e interoperabilidad entre administraciones, con el fin de alcanzar el máximo nivel de simplificación en los trámites administrativos mediante fórmulas y medios electrónicos.
- l) Promocionar la protección, difusión y conocimiento del comercio con valor histórico o establecimiento emblemático. Por comercio emblemático o histórico, a los efectos de esta ley foral, se entiende el establecimiento comercial que ha ejercido la actividad comercial durante más de 100 años. La Dirección General, con competencia en materia de comercio minorista, concederá mención especial y reconocimiento institucional a los comercios centenarios.
- m) Realizar, de forma periódica, campañas de sensibilización y difusión de los valores y principios del comercio de proximidad.
- n) Promover, en todas las campañas de fomento del comercio, la utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista, fomentando una imagen igualitaria, no asociada a roles de género, ofreciendo una imagen diversa tanto de las mujeres como de los hombres.
- o) Fomentar, en coordinación con las entidades locales, el asociacionismo comercial y las áreas de promoción económica.

Artículo 58. Actuaciones de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra en materia de fomento y protección del comercio de proximidad en zonas rurales.

1. La Administraciones Públicas de Navarra fomentarán la cohesión territorial, adoptando medidas encaminadas a asegurar un mayor

equilibrio territorial, velando porque se ofrezca una oferta comercial accesible y variada en la Comunidad Foral de Navarra.

2. Las Administraciones Públicas de Navarra podrán adoptar, en defensa del comercio rural, las siguientes actuaciones:

- a) Favorecimiento del comercio rural como complemento necesario de la actividad primaria.
- b) Promoción de las comunidades energéticas, en el ámbito del comercio, a través de las Oficinas de Transformación Comunitaria.
- c) Potenciación de actividades de comercio, servicios y hostelería, así como de las sinergias entre turismo y comercio.
- d) Promoción del conocimiento y uso de la ventanilla única empresarial, tanto en el relevo de negocios como en la promoción del comercio rural.
- e) Potenciación de la ejecución de proyectos comerciales o iniciativas en el medio rural desde criterios de compatibilidad con el entorno y enfocados a mejorar la competitividad y potenciales de nuestros pueblos.
- f) Fomentar programas que ayuden a disminuir el éxodo rural, especialmente el de las mujeres y a primar el comercio de proximidad.
- g) Apoyar el tejido comercial cuyo modelo de negocio esté vinculado al arraigo, al consumo de producto de kilómetro cero y a la creación de empleo en zonas rurales.

3. La Administración de la Comunidad Foral de Navarra y las entidades locales de la Comunidad Foral de Navarra coordinarán políticas comunes para fomentar un comercio accesible y sostenible en zonas despobladas.

Artículo 59. Entidades colaboradoras en materia de fomento del comercio de proximidad.

1. Para la promoción y defensa del comercio de proximidad, la Administración de la Comunidad Foral de Navarra podrá recurrir, en el marco de la legalidad vigente, a las Asociaciones Empresariales de Comerciantes, a la Cámara Oficial de Comercio, Industrias y Servicios de Navarra, a la Confederación Empresarial Navarra, a los grupos de acción local y, en el marco de sus competencias, a los diferentes colegios profesionales.
2. Las actividades, a desarrollar por estas entidades colaboradoras, tendrán un carácter auxiliar o de apoyo y en ningún caso supondrán el ejercicio de potestades administrativas.

TÍTULO VII: CONSEJO DE COMERCIO DE NAVARRA.

Artículo 60. Naturaleza, adscripción y funciones del Consejo de Comercio de Navarra.

1. El Consejo de Comercio de Navarra es el órgano consultivo, de participación y asesoramiento, para el desarrollo de esta ley foral y, particularmente, para la aplicación de aquellos preceptos en los que su participación se halle expresamente prevista. Está adscrito al Departamento con competencias en materia de comercio minorista.

2. Serán funciones del Consejo de Comercio de Navarra las siguientes:

- a) Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las Administraciones competentes en dicha materia.
- b) Informar cuantos proyectos de ley foral y demás disposiciones elabore el Gobierno de Navarra relacionadas con el sector comercial.
- c) Recomendar, a la Administración de la Comunidad Foral de Navarra, cuantas medidas y acciones se estimen convenientes para mejorar las diferentes medidas de fomento impulsadas y aprobadas por la dirección general competente en materia de comercio.

- d) Informar en el procedimiento para establecer el calendario anual de los domingos y festivos que se consideren de libre apertura comercial en la Comunidad Foral de Navarra.
- e) Cualquier otra que, legal o reglamentariamente se establezca y, en general, aquellas que son acordes a su naturaleza.

Artículo 61. Composición y desarrollo reglamentario.

1. En su composición, se deberá velar por el cumplimiento de la paridad conforme a la Ley Foral 17/2019, de igualdad de hombres y mujeres, y estará participado por los siguientes organismos, instituciones e interlocutores sociales:

- a) La Comunidad Foral de Navarra.
- b) La Administración Local, a través de la Federación Navarra de Municipios y Concejos.
- c) Las personas comerciantes, a través de sus asociaciones y federaciones más representativas.
- d) Las empresarias y los empresarios, a través de La Confederación de Empresarios de Navarra.
- e) Las asociaciones, debidamente representadas, los agentes económicos y sociales más representativos del sector en la Comunidad Foral y, entre ellos, la Cámara Navarra de Comercio e Industria, la Federación Navarra de Municipios y Concejos, las Federaciones de Asociaciones de Comerciantes de Navarra, la Confederación de Empresarios de Navarra, las Asociaciones de personas consumidoras y usuarias y las organizaciones sindicales representativas en Comunidad Foral de Navarra, conforme al artículo 7.2 de la Ley Orgánica 7/1985, de 2 de agosto, de libertad sindical y las organizaciones empresariales con presencia en el sector.

2. El Gobierno de Navarra habilitará, de acuerdo con los límites presupuestarios, los medios económicos necesarios para desarrollar los estudios e informes requeridos por los miembros del Consejo de Comercio y, en especial, para la realización de los estudios sobre el sector que sean de interés para la consecución de las medidas de apoyo al sector propuestas por los agentes económicos y sociales representativos.

TÍTULO VIII

Función inspectora y régimen de infracciones y sanciones.

CAPÍTULO I

Inspección del comercio minorista.

Artículo 62. Inspección de comercio y Plan de Inspección.

1. La Administración de la Comunidad Foral de Navarra y las entidades locales, en el ámbito de sus respectivas competencias, realizarán las funciones de inspección, vigilancia y control precisos sobre la actividad comercial y sus establecimientos.
2. El Departamento de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra, competente en materia de comercio interior minorista, examina, controla y vigila la actividad comercial, así como a las personas responsables de dicha actividad, para verificar el cumplimiento de lo dispuesto en la normativa comercial aplicable, sin perjuicio de aquellas actuaciones que proceda realizar por otros órganos y Administraciones públicas en ejercicio de sus competencias.
3. La dirección general competente en materia de comercio interior minorista podrá aprobar un Plan de Inspección en materia de comercio minorista, que se deberá publicar en el Boletín Oficial de Navarra, y uno de sus cometidos será orientar a las personas comerciantes de la legalidad vigente en materia de comercio minorista, a fin de que estén mejor

informadas y repercuta directamente en su beneficio y en el de las personas consumidoras.

4. Las entidades locales serán las competentes, en materia de control, inspección y sanción, respecto al incumplimiento de la prohibición, acordada por la propia entidad local, de venta, distribución, suministro o entrega de bebidas alcohólicas, desde las 22 horas hasta las 7:00 horas del día siguiente.

Las entidades locales serán las competentes, en materia de control, inspección y sanción de venta no sedentaria o ambulante.

5. La policía foral, y el resto de cuerpos y fuerzas de seguridad, dentro de su ámbito competencial y en las medidas de su disponibilidad, colaborarán, mediante las actividades de inspección y denuncia, en el cumplimiento de la normativa foral de comercio.

Artículo 63. Personal de la inspección y sus facultades.

1. Las funciones de inspección se realizarán, en su caso, por personal de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra adscrito a un órgano que tenga atribuida la función de inspección en las actuaciones que constituyen el ámbito de la normativa comercial aplicable.

2. Para el cumplimiento de su función, el personal que realice las actuaciones de inspección tendrá las siguientes facultades:

- a) Acceder en cualquier momento a los establecimientos comerciales o a las empresas sujetas a inspección.
- b) Requerir la comparecencia de las personas titulares o responsables del establecimiento comercial, durante el tiempo que resulte preciso para el desarrollo de sus actuaciones.

c) Requerir información de las personas titulares o responsables del establecimiento comercial, sobre cualquier asunto relativo al cumplimiento de la normativa comercial aplicable.

d) Solicitar información del personal al servicio del establecimiento, empresa o actividad comercial, en el supuesto de que la persona titular no se halle presente.

e) Recabar, cuando lo considere preciso, la colaboración del personal y servicios dependientes de otras Administraciones públicas, así como de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

3. El personal encargado de la función inspectora de comercio deberá identificarse adecuadamente como tal, acreditando su condición de personal inspector.

4. El personal de la Administración de la Comunidad Foral, en el ejercicio de las actividades inspectoras, tendrán el carácter de agentes de la autoridad.

5. La función inspectora se ejercerá en el marco de la potestad discrecional de la Administración pública, con arreglo a los principios de proporcionalidad, confidencialidad, eficacia y reserva por parte del personal actuante.

Artículo 64. Actas de inspección.

1. De cada visita de la inspección de comercio se levantará acta, que reflejará las actuaciones de investigación y comprobación realizadas y sus resultados, además de los hechos o circunstancias que se constaten como relevantes. En concreto, en las actas se hará constar el objeto de la inspección, la identificación de la persona presuntamente infractora y de los demás posibles responsables, si los hubiera, el lugar de comprobación y los hechos que se constaten por el personal actuante. Asimismo, a las actas se podrá adjuntar como

anexos todos aquellos documentos o copia de los mismos que prueben o respalden las infracciones manifestadas en las mismas.

2. Las actas se extenderán, siempre que sea posible, en presencia de la persona titular del establecimiento, empresa o actividad comercial, sus responsables o representantes legales o, en su caso, de cualquier persona empleada, los cuales podrán hacer constar en ellas cuanto consideren conveniente y firmarlas. En todo caso, las actas deberán estar firmadas por el personal inspector actuante.

3. Las actas de inspección, elaboradas con las debidas garantías, gozan de la consideración de documentos públicos y tienen valor probatorio en los consiguientes procedimientos administrativos en cuanto a las circunstancias de fecha, hora, lugar y otras circunstancias y hechos manifestados en las mismas.

4. Del acta se entregará copia a la persona ante quien se extienda, haciéndolo constar expresamente en la misma. Si se negase a aceptar la copia, podrá hacerse constar esta circunstancia en el acta.

CAPÍTULO II.

Régimen sancionador.

Sección 1.^a Infracciones y personas responsables.

Artículo 65. Disposiciones generales.

1. Constituyen infracciones administrativas, en materia de la actividad comercial, las acciones u omisiones tipificadas en esta ley foral o en la legislación estatal sobre comercio, sin perjuicio de las responsabilidades de orden civil o de orden penal que pudieran derivarse.

2. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves, de conformidad con la tipificación establecida en los artículos siguientes.

Artículo 66. Infracciones leves.

Son infracciones leves:

- a) La falta de exhibición de la previa autorización, licencia, comunicación, fianza o garantía en la forma establecida en la normativa comercial aplicable.
- b) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en un lugar visible desde el exterior del establecimiento, así como el incumplimiento de otras obligaciones de información a los compradores previstas en la normativa comercial aplicable que no esté tipificado como infracción grave o muy grave.
- c) La realización simultánea de actividad comercial mayorista y minorista sin establecer la adecuada diferenciación de forma suficiente, precisa y clara o incumpliendo lo dispuesto en esta ley foral.
- d) El incumplimiento de las obligaciones formales en las transacciones económicas con los compradores, en lo relativo a la falta de emisión y contenido de las facturas o documento sustitutivo, en los casos en que la normativa comercial haga preceptiva su entrega o sea solicitada por la persona consumidora.
- e) El incumplimiento por las cooperativas de personas consumidoras y usuarias y economatos o similares de lo dispuesto en la presente ley foral.

El incumplimiento de cualquier otra prescripción contemplada en la normativa comercial aplicable no tipificada como infracción grave o muy grave.

Artículo 67. Infracciones graves.

Son infracciones graves:

- a) Ejercer una actividad comercial sin previa autorización en el caso de que esta fuera preceptiva.
- b) La negativa, obstrucción o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades, o sus agentes, o el personal de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra en ejercicio de las funciones de inspección, así como el suministro de información inexacta, incompleta o falsa.
- c) El incumplimiento del requerimiento en el cese de actividades contrarias a la normativa de comercio.
- d) Ejercer la actividad comercial sin la obtención del informe comercial territorial para instalar o ampliar un gran centro comercial, en los casos en los que sea preceptiva, o incumplir los requisitos impuestos en la misma.
- e) El desarrollo de actividades comerciales en establecimiento comercial no permanente incumpliendo lo dispuesto en esta ley foral, salvo que tal incumplimiento constituya otro tipo de infracción tipificada en la misma.
- f) La realización de ventas sin establecimiento comercial incumpliendo las condiciones y limitaciones que para éstas se establecen en la normativa comercial aplicable, salvo que tal incumplimiento constituya otro tipo de infracción tipificada en esta ley foral.
- g) La venta en establecimientos y mercados de ocasión de productos no autorizados para su comercialización en los mismos.
- h) El incumplimiento del régimen general de horarios de apertura establecidos en la normativa comercial aplicable.
- i) La realización de actividades promocionales faltando a la veracidad en la publicidad de la oferta o incumpliendo las condiciones y requisitos que para estas se establecen en la normativa mercantil aplicable y en esta ley foral.
- j) Realizar venta a pérdida incumpliendo las condiciones y requisitos que para ellas se establece en la normativa mercantil aplicable.

- k) Exigir cuantías superiores a aquellas fijadas para precios o tarifas de los bienes sujetos a autorización previa de la Administración pública.
- l) Venta, distribución, suministro o entrega de bebidas alcohólicas fuera del horario permitido.
- m) Publicidad de ferias o certámenes utilizando el mobiliario urbano sin autorización previa.
- n) Incumplir las medidas impuestas por las entidades locales al objeto de minorar las externalidades negativas del comercio electrónico consecuencia de la recepción de entregas en áreas urbanas.
- o) La reincidencia en infracciones leves por la comisión de más de tres infracciones leves de la misma naturaleza en el término de un año, cuando así haya sido declarado por resolución administrativa firme.

Artículo 68. Infracciones muy graves.

Son infracciones muy graves:

- a. Destinar las reservas comerciales a fines expresamente prohibidos en la presente ley foral.
- b. La comisión de cualquiera de las infracciones graves definidas en el artículo anterior cuando concurra alguna de las siguientes circunstancias:
 - Que exista un grave riesgo para la salud o la seguridad de las personas, de los bienes o del medio ambiente.
 - Que haya supuesto una facturación superior a 500.000 euros.
- b. La reincidencia por la comisión de más de una infracción grave de la misma naturaleza en el término de tres años, cuando así haya sido declarado por resolución administrativa firme.

Artículo 69. Personas responsables.

1. Serán personas responsables de las infracciones administrativas tipificadas en esta ley foral:

- a) Las personas físicas o jurídicas titulares de la empresa, establecimiento o actividad comercial, que serán, salvo prueba en contra, aquellas a cuyo nombre figure la licencia comercial, de actividad o licencia fiscal correspondiente.
- b) Las personas físicas o jurídicas que, no disponiendo de la correspondiente licencia comercial, de actividad o licencia fiscal obligatoria, en cada caso, realicen la actividad o mantengan abiertos establecimientos comerciales.
- c) Las personas físicas o jurídicas que, por acción u omisión, contravengan lo dispuesto en esta ley foral.

2. La persona titular de la empresa, establecimiento o actividad comercial será responsable subsidiaria, a los efectos de esta ley foral, de las infracciones cometidas por el personal a su servicio, en el caso de haber procedido contra el supuesto responsable y no haber podido determinar su responsabilidad directa.

Sección 2.ª Sanciones, medidas accesorias y multas coercitivas.

Artículo 70. Sanciones.

1. Las sanciones por las infracciones a lo dispuesto en esta ley foral se impondrán atendiendo a criterios de proporcionalidad en relación con la gravedad del hecho constitutivo de la infracción, considerándose especialmente las circunstancias establecidas en el artículo 74.

2. En ningún caso podrá imponerse más de una sanción por los mismos hechos y en función de los mismos intereses públicos protegidos.

3. Las infracciones serán sancionadas con multas de acuerdo con la siguiente graduación:

- a) Las infracciones leves, desde apercibimiento hasta 5.000 euros.

b) Las infracciones graves, desde 5.001 hasta 25.000 euros.

c) Las infracciones muy graves, desde 25.001 hasta 600.000 euros.

Artículo 71. Modificación en la graduación de las sanciones.

1. Cuando, a consecuencia de la infracción, se obtenga un beneficio económico superior a la multa, dicha sanción podrá elevarse hasta el doble del beneficio obtenido específicamente en la operación.

2. El órgano administrativo competente, en todo tipo de infracciones, podrá rebajar, en caso de que concurra la circunstancia prevista en el artículo 74.2 la sanción que corresponda hasta una cifra no inferior al 20 por 100 de su límite inferior. La aplicación de este apartado exigirá una especial motivación sobre la cualificación de la atenuante, que no haya habido perjuicio de tercero y la no vulneración del principio de igualdad.

Artículo 72. Medidas accesorias: cierre temporal y cierre definitivo.

Las infracciones muy graves que supongan alto riesgo para la salud, la seguridad de las personas consumidoras o el medio ambiente, grave perjuicio económico o tengan una importante repercusión social podrán ser sancionadas con el cierre temporal de la empresa o del establecimiento comercial o con la suspensión de la actividad donde se haya producido la infracción, por plazo no superior a un año. En el caso de producirse reincidencia, se podrá proceder a la clausura definitiva.

Artículo 73. Especificaciones de infracciones o sanciones.

Reglamentariamente podrán introducirse especificaciones o graduaciones al cuadro de infracciones o sanciones previstas en esta ley foral que, sin constituir nuevas infracciones o sanciones, ni alterar la naturaleza o límites de las tipificadas en esta ley foral, permitan una mejor identificación del tipo de la infracción o mayor precisión de la sanción que corresponda imponer.

Artículo 74. Determinación de las sanciones.

Para la determinación de la cuantía de las sanciones correspondientes, se tendrán en cuenta las siguientes circunstancias, como atenuantes o agravantes:

- a) La reparación de los efectos derivados de la infracción, siempre que no se hayan derivado perjuicios a terceros.
- b) La cuantía del beneficio ilícito obtenido, en su caso.
- c) La trascendencia social de la conducta infractora, la gravedad de los efectos socioeconómicos ocasionados, su incidencia en el mercado y el número de personas afectadas, en su caso.
- d) El plazo de tiempo durante el cual se haya venido cometiendo la infracción.
- e) El grado de intencionalidad o negligencia en la comisión de la infracción y la reiteración en la misma.
- f) La reincidencia, salvo en los casos en los que tal circunstancia forme parte de la descripción del tipo de infracción.
- g) La capacidad económica del infractor o el volumen de facturación de la empresa, establecimiento o actividad comercial.

Artículo 75. Multas coercitivas.

1. El órgano sancionador podrá imponer multas coercitivas, como medio para lograr el restablecimiento de la legalidad.

2. En el supuesto de infracciones leves y graves, las cuantías que se hayan establecido se podrán incrementar en un 10 por 100 por cada día que pase sin que el infractor atienda al cese de la actuación que dio lugar a la imposición de la sanción. En el supuesto de infracciones muy graves, dicho incremento será del 20 por 100.

3. Estas multas podrán imponerse de forma sucesiva y reiterada, por lapsos de tiempo que sean suficientes para cumplir lo ordenado.

Sección 3.^a Procedimiento sancionador.

Artículo 76. Ejercicio de la potestad sancionadora.

1. Como regla general, corresponderá a los órganos del departamento competente en materia de comercio el ejercicio de la potestad sancionadora relativa a las acciones u omisiones que, de acuerdo con la presente ley foral, constituyan infracción de acuerdo con la misma.

2. Las entidades locales son competentes para tramitar e imponer sanciones en relación a las siguientes materias:

- a) Incumplimiento de los requisitos de ubicación física de los comercios tipo “dark stores” o tiendas oscuras, requeridos por las entidades locales.
- b) Incumplimiento de las medidas, acordadas por las administraciones locales competentes, compensadoras sobre las externalidades negativas que genere la recepción de mercancía en entornos urbanos.
- c) Incumplir la prohibición, acordada por la entidad local, de venta, distribución, suministro o entrega de bebidas alcohólicas, desde las 22 horas hasta las 7 horas del día siguiente.

Artículo 77. Prescripción de las infracciones y sanciones.

1. Las infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las graves a los tres años y las leves al año; las sanciones impuestas por infracciones muy graves prescribirán a los cinco años, las impuestas por infracciones graves a los tres años y las impuestas por infracciones leves al año.

2. El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse desde el día en que la infracción se hubiera cometido.

3. En los supuestos de infracciones continuadas, el plazo de prescripción comenzará a contar desde el momento de la finalización de la actividad o del último acto con el que la infracción se consuma. En los supuestos de infracciones permanentes el plazo comenzará a contar desde el día que se elimine la situación ilícita. En el caso de que los hechos o actividades constitutivos de infracción fueran desconocidos por carecer de signos externos, dicho plazo se computará desde que estos se manifiesten.

4. Para el resto de las cuestiones relacionadas con la prescripción de las infracciones y sanciones, se estará a lo dispuesto en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Artículo 78. Procedimiento sancionador.

1. Las sanciones correspondientes por la comisión de infracciones, en materia de comercio minorista, se impondrán previa instrucción del correspondiente procedimiento y de acuerdo con lo previsto en la Ley Foral 11/2019, de 11 de marzo, de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra y del Sector Público Institucional Foral, en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público. En el caso de las entidades locales, con ocasión de la tramitación de los procedimientos sancionadores, se deberá estar a lo dispuesto en la legislación que le resulte de aplicación.

2. El plazo máximo para dictar y notificar la resolución expresa en el procedimiento sancionador será de un año, contando desde la fecha en que se adopte la resolución administrativa por la que se incoe el expediente.

3. El órgano competente para resolver podrá acordar, mediante resolución administrativa motivada y por causa debidamente justificada, una ampliación del plazo máximo aplicable que no exceda de los seis meses.

Artículo 79. Órganos competentes.

1. La resolución de los procedimientos sancionadores corresponderá a quien ostente la titularidad de la dirección general con competencias en comercio minorista cuando se trate de infracciones leves o graves, y a quien sea titular del departamento con competencia en comercio cuando se trate de infracciones muy graves. No obstante, cuando se trate de infracciones muy graves que conlleven multa de cuantía superior a 200.000 euros, la competencia corresponderá al Gobierno de Navarra.

2. La incoación y resolución del procedimiento sancionador en materia de venta ambulante y en aquellas materias expresamente prohibidas, por haber sido acordado por las propias entidades locales, corresponderá al órgano local que sea competente conforme a la normativa propia de las entidades locales.

Disposición adicional primera. *Actualización de sanciones mediante Orden Foral*

La cuantía de las sanciones establecidas en la presente ley foral podrá ser actualizadas periódicamente mediante orden foral del consejero competente en materia de comercio interior minorista.

Disposición adicional segunda. *Modificación del artículo 56.1 del Estatuto de las personas consumidores y usuarias.*

Nueva redacción para el artículo 56.1 de Ley Foral 34/2022, de 12 de diciembre, reguladora del Estatuto de las personas consumidoras y usuarias: “*Las funciones de inspección se realizarán, por personal de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra adscrito a un órgano que tenga atribuida la función de inspección en materia de consumidores y usuarios*”.

Disposición transitoria primera.

La presente ley foral no será de aplicación a Los Planes Sectoriales de Incidencia Supramunicipal relativos a los grandes establecimientos comerciales que hayan sido aprobados de manera definitiva en los ámbitos comercial y de ordenación territorial antes de la fecha de entrada en vigor de la presente ley foral.

Disposición transitoria segunda.

Los Planes Sectoriales de Incidencia Supramunicipal, presentados antes de la entrada en vigor de la ley foral, que no hubieran sido resueltos definitivamente a la entrada en vigor de esta ley foral, continuarán su tramitación conforme a lo establecido en la Ley Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra.

Disposición transitoria tercera.

La ampliación de los grandes centros comerciales ya existentes o los que adquieran tal condición consecuencia de la ampliación, se tramitarán conforme a lo dispuesto en la presente ley foral.

Disposición transitoria cuarta

Las reservas comerciales previstas en el artículo 17 de la presente ley foral únicamente no serán aplicadas cuando, con anterioridad a la entrada en vigor de la presente ley foral, el instrumento de ordenación oportuno haya delimitado, en esa concreta unidad, el número máximo de viviendas y las edificabilidades de los usos pormenorizados.

Disposición final primera

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

Disposición final segunda

La presente ley foral entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de Navarra.

Disposición derogatoria única.

1. Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente ley foral.

2. En particular, quedan derogadas la Ley Foral 13/1989, de 3 de julio, de comercio no sedentario, la Ley Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio en Navarra y la disposición adicional primera de la Ley Foral 6/2010, de 6 de abril, de modificación de diversas leyes forales para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior.