



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Ley 11/2006, de 22 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista y Plan de Equipamientos Comerciales de la Región de Murcia.

Comunidad Autónoma de la Región de Murcia
«BORM» núm. 2, de 03 de enero de 2007
«BOE» núm. 111, de 09 de mayo de 2007
Referencia: BOE-A-2007-9420

ÍNDICE

<i>Preámbulo</i>	4
TÍTULO I. Disposiciones generales	6
CAPÍTULO I. Objeto y ámbito de aplicación	6
Artículo 1. Objeto.	6
Artículo 2. Precisiones sobre el ámbito de aplicación.	6
Artículo 3. Ejercicio simultáneo de actividad comercial minorista y de producción o distribución mayorista.	7
Artículo 4. De las cooperativas de consumidores y usuarios.	7
CAPÍTULO II. Regulación administrativa	7
Artículo 5. Régimen jurídico administrativo de la actividad comercial minorista.	7
Artículo 6. Inspección y sanción.	8
TÍTULO II. Establecimientos comerciales	8
CAPÍTULO I. De los establecimientos comerciales y sus modalidades	9
Artículo 7. Definiciones y modalidades.	9
Artículo 8. Establecimientos comerciales con impacto supramunicipal.	9
Artículo 9. Establecimientos comerciales de descuento.	9
Artículo 10. Superficie de exposición y venta al público.	9
CAPÍTULO II. Licencia comercial autonómica	10

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Artículos 11 a 17.	10
CAPÍTULO III. Plan de Equipamientos Comerciales	10
Artículos 18 a 26.	10
TÍTULO III. Obligaciones de los comerciantes minoristas	10
Artículo 27. Obligaciones genéricas.	10
Artículo 28. Obligaciones básicas frente a los consumidores.	10
Artículo 29. Exhibición de precios.	10
Artículo 30. Excepciones al deber de indicación directa del precio.	11
Artículo 31. Indicación del precio de servicios accesorios.	11
TÍTULO IV. De la comunicación e inscripción de las ventas a distancia.	11
Artículos 32 a 35.	11
TÍTULO V. Horarios comerciales	11
CAPÍTULO I. Régimen general	11
Artículo 36. Competencia.	11
Artículo 37. Horario semanal y diario.	11
Artículo 38. Régimen de apertura en domingos y días festivos.	12
Artículo 39. Información sobre horarios.	12
CAPÍTULO II. Establecimientos comerciales con libertad de horario.	12
Artículo 40. Establecimientos con régimen especial de horarios.	12
Artículo 41. Zonas de gran afluencia turística.	13
TÍTULO VI. Actividades promocionales de ventas	13
CAPÍTULO I. Objeto	13
Artículo 42. Delimitación de las actividades promocionales de ventas.	13
Artículo 43. Criterios especiales.	14
CAPÍTULO II. Requisitos de las actividades promocionales de ventas	14
Artículo 44. Requisitos generales.	14
Artículo 45. Requisitos específicos.	14
Artículo 46. Medios de pago.	14
Artículo 47. Del doble precio.	14
TÍTULO VII. Consejo Asesor Regional de Comercio	15
Artículo 48. Constitución, funciones y composición del Consejo.	15

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

TÍTULO VIII. Régimen sancionador	16
CAPÍTULO I. Infracciones administrativas	16
Artículo 49. Definición y régimen.	16
Artículo 50. Clasificación y tipificación de las infracciones.	16
Artículo 51. Reincidencia.	17
Artículo 52. Responsabilidad administrativa.	17
Artículo 53. Prescripción de las infracciones.	17
CAPÍTULO II. Sanciones administrativas	17
Artículo 54. Cuantía de las sanciones.	17
Artículo 55. Graduación de las sanciones.	17
Artículo 56. Sanciones accesorias.	17
Artículo 57. Procedimiento administrativo sancionador.	18
Artículo 58. Órganos competentes.	18
Artículo 59. Prescripción de las sanciones.	18
<i>Disposiciones adicionales</i>	18
Disposición adicional. Planeamiento.	18
<i>Disposiciones transitorias</i>	19
Disposición transitoria primera.	19
Disposición transitoria segunda.	19
<i>Disposiciones derogatorias</i>	19
Disposición derogatoria.	19
<i>Disposiciones finales</i>	19
Disposición final primera.	19
Disposición final segunda.	19

TEXTO CONSOLIDADO
Última modificación: 07 de junio de 2025

Esta norma pasa a denominarse "**Ley 11/2006, de 22 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista de la Región de Murcia**" según establece el art. 5.1 de la Ley 12/2009, de 11 de diciembre. [Ref. BOE-A-2011-3015](#).

EL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA

Sea notorio a todos los ciudadanos de la Región de Murcia, que la Asamblea Regional ha aprobado la Ley 11/2006, de 22 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista y Plan de Equipamientos Comerciales de la Región de Murcia.

Por consiguiente, al amparo del artículo 30.Dos, del Estatuto de Autonomía, en nombre del Rey, promulgo y ordeno la publicación de la siguiente Ley:

PREÁMBULO

Transcurridos casi ocho años desde la aprobación de la Ley 10/1998, de 21 de diciembre, sobre el régimen del comercio minorista en la Región de Murcia, la experiencia en su aplicación a lo largo de este periodo de tiempo acredita su virtualidad en una primera fase, en la que se ha mostrado como un instrumento útil.

Las nuevas situaciones que se están produciendo en el sector de la distribución comercial minorista, así como los cambios producidos en la normativa de la Unión Europea y en la española relativa al comercio minorista, debido a la sentencia del Tribunal Constitucional n.º 124/2003, de 19 de junio, que declara inconstitucionales y nulos diversos artículos de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, y la nueva legislación estatal dictada en ejercicio de las competencias exclusivas del Estado reconocidas en la Constitución, y para la transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias, aconsejan la conveniencia de dictar una nueva ley que, sobre la base de aquel primitivo texto, permita mejorar la regulación de algunas materias, como la licencia comercial específica, los horarios comerciales o la inspección de comercio interior, añadiendo algunos temas nuevos no incluidos en la Ley 10/1998, como el plan de equipamientos comerciales de la Región de Murcia.

El Gobierno y la Asamblea Regional de Murcia en ejercicio de las competencias que les otorga el Estatuto de Autonomía en materia de comercio interior, deben garantizar el equilibrio entre los distintos formatos del comercio detallista sobre la base de una importante presencia de la pequeña y mediana empresa comercial en el tejido urbano, dada la relación existente entre comercio y ciudad.

El comercio urbano de proximidad ejerce una función social muy importante en cuanto que constituye un elemento esencial en la configuración de las ciudades, los pueblos y los barrios de la Región de Murcia y garantiza el abastecimiento de las personas, en general, y las que, por edad u otras circunstancias, tienen dificultades de movilidad, en particular. Desempeña también una función económica importante, puesto que es un factor clave en la creación de trabajo autónomo y en la redistribución de la renta.

En este contexto, en primer lugar, la regulación de los horarios es un elemento capital de la ordenación del comercio. De una parte, es preciso que los horarios comerciales permitan atender de modo adecuado a las necesidades de la población y que faciliten la compra en aquellos momentos y fechas del año en los que se genera mayor demanda. De otra parte, deben hacer posible el equilibrio entre las pequeñas y medianas empresas de venta y distribución que configuran el pequeño comercio urbano de proximidad y las grandes empresas de venta y distribución.

Finalmente debe tenerse en cuenta el derecho de los trabajadores al descanso y a compaginar su vida laboral con la familiar y social.

En segundo lugar, y en el mismo contexto de la relación comercio-ciudad, los poderes públicos igualmente deben garantizar el equilibrio entre el comercio de los centros históricos de las ciudades y el comercio periférico, de forma que nuestras ciudades den respuesta tanto a las necesidades de aprovisionamiento de productos de consumo cotidiano, como a los aspectos más lúdicos del acto de compra que se corresponden con la adquisición de productos de consumo no cotidiano. Todo ello reduciendo la movilidad y evitando al máximo los desplazamientos innecesarios, que congestionan las infraestructuras públicas e incrementan la contaminación atmosférica derivada del tránsito de vehículos. A esta voluntad de reforzar el comercio urbano y de evitar movilidades innecesarias y sobrecarga de infraestructuras públicas, buscando el equilibrio entre las diferentes fórmulas comerciales responde el Plan de Equipamientos Comerciales de la Región de Murcia, que pretende garantizar a los consumidores una oferta diversificada y plural, de manera que el crecimiento de la oferta comercial sea producido fundamentalmente o esté justificado para atender, en las mejores condiciones, las necesidades de los ciudadanos y evitar las movilidades innecesarias. Por ello en los elementos de valoración para el otorgamiento de las licencias, sin descartar el «test económico», en concordancia con las pautas indicadas por la jurisprudencia del Tribunal de las Comunidades Europeas, por lo que se refiere a la libertad de establecimiento garantizada por el artículo 43 del Tratado de la Unión Europea, se incluyen otros criterios en el sentido expresado, de garantizar a los consumidores una oferta diversificada y plural, que atienda, en las mejores condiciones, las necesidades de los ciudadanos y evite las movilidades innecesarias, según un modelo comercial que combine el modelo de ciudad residencial con las actividades comerciales, garantizando el aprovisionamiento, la diversidad de oferta y la multiplicidad de operadores a la ciudadanía, tenga esta o no posibilidad de desplazarse.

Otros objetivos de la ley que merecen resaltarse son el de mejorar algunos aspectos de la Ley 10/1998, en lo referente a la definición de las funciones de la inspección del comercio, o la regulación de la licencia comercial específica, así como al régimen sancionador aplicable, por otra parte se aprovecha la oportunidad para adecuar la ley autonómica a la nueva normativa estatal básica en materia de horarios comerciales, contenida en la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

La presente ley brinda asimismo la oportunidad de introducir algunas mejoras tendentes a elevar el nivel de calidad técnica de la Ley 10/1998, trasladando algunos apartados de ciertos artículos a otros artículos donde resulta más apropiada su ubicación en función del tema al que se refieren, de acuerdo con los criterios orientadores de la doctrina científica española en la materia, dadas las indudables ventajas que proporciona la mayor calidad técnica de las leyes, y que pueden sintetizarse en la realización del principio de seguridad jurídica, proclamado por nuestra Constitución.

Asimismo se introducen mínimas correcciones, básicamente de estilo.

En relación con el título I, sobre disposiciones generales, del capítulo 1, sobre objeto y ámbito de aplicación, merece destacarse que se mejora la definición del objeto de la ley a fin de adecuarlo al nuevo contenido de la misma.

El capítulo II, sobre regulación administrativa, precisa el objeto de la ordenación e intervención administrativa de la actividad comercial, y detalla en el artículo 6 los distintos aspectos de la regulación de la función inspectora sobre el comercio interior no contemplados en la Ley 10/1998, de 21 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista de la Región de Murcia.

En relación con el título II de la Ley, sobre establecimientos comerciales y Plan de Equipamientos Comerciales de la Región de Murcia, en el capítulo I, artículo 8, se precisa el concepto de gran establecimiento comercial cuando el artículo o producto requiere gran superficie de exposición y venta (automóviles, materiales de construcción, etcétera), por no resultar lógico exigir licencia por debajo de los 2.500 metros cuadrados de sala de ventas en tales casos, como ocurre en otras comunidades autónomas. En el artículo 10 se define el concepto de superficie útil de exposición y venta al público. En el Capítulo II se regula la licencia comercial específica y se exige que el solicitante de la licencia sea la empresa explotadora y, si la pide el promotor, se identifique claramente aquélla así como la enseña o nombre comercial, a fin de evitar la posibilidad de especulación con las licencias y que operadores con fuerte presencia en un mercado obtuviesen aquellas a través de empresas-pantalla.

También se trata de asegurar la compatibilidad del proyecto de nueva implantación comercial con el planeamiento urbanístico vigente ya desde el momento de la presentación de la solicitud, a fin de evitar la presentación de solicitudes no compatibles con aquél, o que traten de ubicarse en suelo no apto para urbanizar.

Se dota de rango legal, tal como exige la Ley 30/1992, en redacción dada por la Ley 4/1999, al efecto desestimatorio del transcurso del plazo para dictar y notificar las resoluciones referidas a procedimientos de solicitud de licencia comercial específica, plazo que se amplía por resultar insuficiente el actual de seis meses, si se han de cumplir todos los trámites de las normas del procedimiento administrativo común, más los específicos de estos procedimientos, como es el informe del Tribunal de Defensa de la Competencia.

En relación con el título V de la Ley sobre horarios comerciales, se actualiza el mismo de acuerdo con lo establecido en la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales.

En relación con el título VIII de la Ley, sobre Régimen Sancionador, se suprime como infracción leve la negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes, con lo que dicha actividad pasa a estar tipificada como infracción grave de acuerdo con la legislación estatal supletoria, lo que resulta preferible para alinearnos con el régimen de las comunidades autónomas de nuestro entorno a fin de evitar que faltas graves puedan quedar sin sanción. También se suprime el procedimiento simplificado sancionador de un mes, que regía en la Región de Murcia por aplicación de la normativa estatal aplicable supletoriamente, dado que por su brevedad resultaba inoperante.

TÍTULO I

Disposiciones generales

CAPÍTULO I

Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 1. *Objeto.*

1. Es objeto de esta Ley el establecimiento del régimen jurídico administrativo del comercio minorista, la racionalización, mejora y modernización de las estructuras comerciales, potenciando un modelo comercial que garantice el aprovisionamiento y la multiplicidad de oferta a los consumidores buscando la diversidad comercial, así como la regulación de determinadas ventas especiales en el marco del respeto a los derechos de los trabajadores, así como a los principios recogidos en la normativa comunitaria.

2. A los efectos de esta Ley, es comercio minorista aquella actividad desarrollada profesionalmente con ánimo de lucro consistente en ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento.

Artículo 2. *Precisiones sobre el ámbito de aplicación.*

1. Será irrelevante para la aplicación de esta Ley que el comerciante minorista sea al propio tiempo fabricante o comerciante mayorista de artículos cuya oferta de venta realice.

2. A salvo lo previsto en el párrafo siguiente, será igualmente indiferente a los efectos de esta ley que el comerciante minorista tenga el carácter de agricultor, ganadero, pescador o artesano, o que, en general, realice la totalidad o parte de las actividades precisas para obtener los productos que venda.

3. Quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta ley todas aquellas actividades que estén sujetas a una reglamentación o normas sectoriales específicas, y en todo caso estarán excluidos las ventas directas por agricultores y ganaderos de los productos agropecuarios, en estado natural o que ellos mismos han transformado, en el lugar de su producción.

Artículo 3. *Ejercicio simultáneo de actividad comercial minorista y de producción o distribución mayorista.*

Cuando la actividad de comercio minorista sea realizada simultáneamente en un mismo establecimiento con otras actividades de producción o de distribución mayorista, deberá ser debidamente delimitada la zona o espacio en que se desarrolla la actividad comercial minorista, y deberán cumplirse las normas relativas a cada tipo de actividad comercial.

Artículo 4. *De las cooperativas de consumidores y usuarios.*

1. Las cooperativas de consumidores y usuarios, 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.

2. Los economatos y, en general, cualquier tipo de establecimiento que, de acuerdo con la legislación vigente, suministren bienes, productos o servicios exclusivamente a una colectividad de empleados no podrán en ningún caso suministrarlos al público en general.

CAPÍTULO II

Regulación administrativa

Artículo 5. *Régimen jurídico administrativo de la actividad comercial minorista.*

1. La actividad comercial minorista vendrá sujeta a ordenación administrativa en los supuestos y conforme a las técnicas y procedimientos regulados en esta Ley.

2. Con carácter general, la instalación y apertura de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización comercial. No obstante lo anterior, dicha instalación y apertura quedará sometida a una autorización cuando, una vez aplicados el juicio de proporcionalidad, y el principio de no discriminación, de manera clara e inequívoca, concurren razones imperiosas de interés general relacionadas con la distribución comercial, de acuerdo con lo que se establece en la presente Ley.

3. En especial, la ordenación administrativa tendrá por objeto:

a) **(Suprimida)**

b) El régimen regulador de las ventas a distancia y su inscripción en el Registro correspondiente.

c) El régimen de horarios comerciales.

d) El régimen de determinadas prácticas promocionales de ventas.

f) El régimen de otras ventas especiales como automáticas, domiciliarias y en subasta pública.

4. Para el inicio de actividad, instalación, cambio de titularidad, traslado o modificación sustancial de las actividades comerciales al por menor que estén incluidas en el título I y el anexo de la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, o en el capítulo II del título II y el anexo de la Ley regional 8/2014, de 21 de noviembre, de medidas tributarias, de simplificación administrativa y en materia de función pública, que son las relativas al ejercicio de las actividades comerciales al por menor realizadas en establecimientos de carácter permanente cuya superficie útil de exposición y venta al público no sea superior a 1000 metros cuadrados no se requerirá licencia previa y bastará la presentación de declaración responsable o la comunicación previa al ayuntamiento, de conformidad con lo previsto en dichas leyes.

El ejercicio de estas actividades comerciales y de servicios y la apertura de los establecimientos adscritos a la actividad generarán la liquidación de la tasa o precio, o contraprestación económica que, en su caso, corresponda. Cuando deban realizarse diversas actuaciones relacionadas con la misma actividad o en el mismo local comercial en que ésta se desarrolla, las comunicaciones previas y las declaraciones responsables se tramitarán conjuntamente.

Quedan al margen de la regulación contenida en este apartado del artículo 5 de esta Ley las actividades desarrolladas en los mencionados establecimientos que tengan impacto en el

patrimonio histórico-artístico en el ámbito autonómico o local, así como en el uso privativo u ocupación de bienes de dominio público estatal, autonómico o local.

5. La ordenación administrativa que compete a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia no excluye y salvaguarda la que corresponda a otras administraciones públicas en esta materia y, en especial, a los ayuntamientos para dictar ordenanzas y ejercer las potestades administrativas de comprobación, inspección, sanción y, en general, de control que le estén atribuidas por la normativa sectorial aplicable.

Artículo 6. *Inspección y sanción.*

1. La Administración regional y los municipios, en el ámbito de sus respectivas competencias, realizarán las funciones de inspección, vigilancia y control precisos sobre los comerciantes, sus establecimientos comerciales y sus actividades.

2. En el ámbito de la Administración regional, la función inspectora será desempeñada por personal adscrito a la Dirección General competente en materia de comercio, dentro de un cuerpo propio de inspección, quienes, cuando se encuentren en el ejercicio de sus funciones, se identificarán como tales y tendrán la consideración de agentes de la autoridad, a todos los efectos. Los hechos o circunstancias por ellos constatados gozarán de la presunción de veracidad, salvo prueba en contrario, estando obligados los inspectores al cumplimiento estricto del deber de sigilo profesional.

3. El personal de la Inspección de Comercio Interior podrá solicitar el apoyo, concurso, auxilio y protección de cualquier otra autoridad o sus agentes, incluidos los cuerpos de seguridad del Estado, que resulte preciso para el ejercicio de sus funciones.

4. El personal de la Inspección de Comercio Interior podrá requerir la exhibición y aportación de la documentación industrial, mercantil y contable que resulte necesaria para el ejercicio de sus funciones (documentos, libros, ficheros, facturas, justificantes de contabilidad, etcétera), así como acceder directamente a los locales y dependencias en los que se realicen actividades comerciales. Las informaciones obtenidas serán, en todos los casos, confidenciales.

5. Las personas físicas y jurídicas requeridas por el personal de la Inspección de Comercio Interior tienen la obligación de consentir y facilitar las actuaciones inspectoras, de exhibir, suministrar y facilitar la obtención de copia de la información requerida y, en general, de consentir la realización de las visitas de inspección y de dar toda clase de facilidades para el cumplimiento de sus funciones.

6. Las modalidades de actuación inspectora podrán ser:

a) De control del mercado, verificando el cumplimiento de las obligaciones y deberes impuestos a los comerciantes por la legislación vigente.

b) De investigación de mercado, destinadas a la obtención de información y datos que permitan conocer y realizar estudios de mercado y determinar sectores de los que pudieran derivar perjuicios para el mercado y sus agentes y también en relación con las posibles situaciones atentatorias a la libre competencia.

c) De asesoramiento e información a los agentes del mercado, favoreciendo el cumplimiento de la normativa vigente y la extensión de las buenas prácticas comerciales que redunden en beneficio del comercio.

d) De comprobación de aplicación de ayudas de los programas presupuestarios de la Dirección General competente en materia de comercio.

7. El incumplimiento de lo establecido en esta Ley será sancionado conforme a lo previsto en su título VIII y demás normas aplicables en la materia.

TÍTULO II

Establecimientos comerciales

CAPÍTULO I

De los establecimientos comerciales y sus modalidades

Artículo 7. *Definiciones y modalidades.*

1. Tendrán la consideración de establecimientos comerciales, los locales, 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 en forma continuada o en días o en temporadas determinadas.

2. Los establecimientos comerciales se clasifican teniendo en cuenta el surtido de productos y la relación con otros equipamientos:

a) Por el surtido de producto los equipamientos comerciales se dividen en:

Establecimientos basados en la venta de productos cotidianos, que son los dedicados a la venta de productos de consumo cotidiano o habitual, predominantemente de alimentación, contando en algunos casos con otros productos no alimentarios (artículos de droguería, de menaje del hogar, etc.).

Establecimientos basados en la venta de productos no cotidianos, que son aquellos especializados en la venta de productos de consumo ocasional, generalmente especializados en una gama de productos determinada, sea mediante venta personalizada o en régimen de autoservicio.

Establecimientos polivalentes, que son los que ofrecen para la venta un amplio conjunto de productos de consumo cotidiano y no cotidiano, tales como hipermercados y grandes almacenes.

b) Desde el punto de vista de la relación con otros equipamientos, los establecimientos comerciales se dividen en:

Individuales.

Colectivos, que son aquellos integrados por un conjunto de establecimientos situados dentro de un mismo edificio, recinto o parque comercial, vinculados entre sí por una planificación, gestión, promoción y administración común, en los que se ejercen las actividades comerciales de forma empresarial independiente, pudiendo coexistir, en su caso, con establecimientos dedicados a actividades de ocio, hostelería, restauración etc.

3. A los efectos de esta Ley, quedan excluidos de la consideración de establecimientos comerciales colectivos los mercados municipales de abastos, así como las agrupaciones de comercios, en núcleos urbanos, que tengan la consideración de centros comerciales abiertos.

Artículo 8. *Establecimientos comerciales con impacto supramunicipal.*

(Suprimido)

Artículo 9. *Establecimientos comerciales de descuento.*

(Suprimido)

Artículo 10. *Superficie de exposición y venta al público.*

1. Superficie útil de exposición y venta al público es aquella donde se produce el intercambio comercial, constituida por los espacios destinados a la exposición al público de los artículos ofertados, habitual u ocasionalmente, ya sea mediante mostradores, estanterías, vitrinas, góndolas, cámaras o murales, los probadores, las cajas registradoras y, en general, todos los espacios destinados a la permanencia y paso del público, excluyéndose expresamente las superficies destinadas a oficinas, aparcamientos, zonas de carga y descarga y almacenaje no visitables por el público y, en general, todas aquellas dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo.

2. Cuando en un mismo edificio o centro comercial existan varios establecimientos comerciales, se excluyen del cómputo de la superficie de venta, además, los espacios de libre circulación comunes externos.

CAPÍTULO II

Licencia comercial autonómica

Artículos 11 a 17.

(Suprimidos)

CAPÍTULO III

Plan de Equipamientos Comerciales

Artículos 18 a 26.

(Derogados)

TÍTULO III

Obligaciones de los comerciantes minoristas

Artículo 27. Obligaciones genéricas.

Los comerciantes minoristas habrán de cumplir los siguientes deberes:

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

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

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

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

e) Los comerciantes minoristas, o sus representantes, deberán atender y cumplir los requerimientos que la Administración competente y sus agentes les dirijan en orden al cumplimiento de las normas legales y resoluciones administrativas relativas a la actividad comercial que ejerciten.

Artículo 28. Obligaciones básicas frente a los consumidores.

Los comerciantes minoristas o sus representantes, conforme a lo dispuesto en el Estatuto de Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia y su normativa de desarrollo, y sin perjuicio de ésta, deberán:

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

b) Entregar factura, recibo o documento acreditativo de la operación realizada conforme establezca la legislación vigente en materia de protección de los consumidores.

c) Tener a disposición de los consumidores hojas de reclamaciones y exhibir un cartel, preferentemente el modelo establecido en el anexo III del Decreto n.º 3/2014, de 31 de enero, por el que se regula el sistema unificado de reclamaciones de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

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

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

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

Artículo 29. Exhibición de precios.

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

2. Junto al precio del artículo deberá figurar también el precio por unidad de medida de los productos conforme a la normativa de aplicación.

3. En los productos vendidos a granel sólo se indicará el precio por unidad de medida.

4. En la venta conjunta de dos o más artículos iguales, deberá figurar también su precio por unidad.

5. En las actividades promocionales de ventas deberá figurar el precio de venta conforme a lo dispuesto en todos los artículos anteriores junto al precio de venta anterior.

6. Los precios deberán indicarse de modo directo, legible, exacto y completo:

– De modo directo: figurando en el artículo o junto a él, siempre dentro del mismo campo visual que ocupe en la exposición de venta.

– De modo exacto: se prohíbe toda forma de exhibición de precio que obligue a realizar cálculos aritméticos para determinar su cuantía, excepto la aplicación de porcentajes de descuento sobre el precio indicado.

– De modo completo: incluyendo el importe de los incrementos o descuentos aplicables en su caso y cuantos tributos puedan o deban repercutirse en el consumidor.

Artículo 30. *Excepciones al deber de indicación directa del precio.*

La Dirección General competente en materia de comercio podrá dispensar de la obligación de información directa sobre el precio de los artículos ofertados en venta, si el interesado u organizaciones representativas del sector afectado acreditan razones de seguridad del establecimiento u otras que se juzguen objetivamente atendibles, previo informe del Consejo Asesor Regional de Consumo.

Artículo 31. *Indicación del precio de servicios accesorios.*

1. La exhibición de precios podrá completarse con información adicional sobre condiciones de financiación o aplazamiento de pago, coste de servicios accesorios o similares.

2. Esta información deberá ser veraz, eficaz y suficiente.

TÍTULO IV

De la comunicación e inscripción de las ventas a distancia

Artículos 32 a 35.

(Derogados).

TÍTULO V

Horarios comerciales

CAPÍTULO I

Régimen general

Artículo 36. *Competencia.*

Corresponde a la Consejería competente en materia de comercio la regulación de los horarios para la apertura y cierre de los locales comerciales en la Región de Murcia con sujeción a los principios generales establecidos en la normativa estatal básica que se dicte en cada momento y a lo dispuesto en la presente Ley.

Artículo 37. *Horario semanal y diario.*

El horario de apertura y cierre de los establecimientos comerciales de venta al público será de libre fijación por la empresas minoristas en todo el territorio de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en el régimen laboral.

Artículo 38. *Régimen de apertura en domingos y días festivos.*

1. El número de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia será de 14 días en el año 2017, 15 días en el año 2018 y 16 días a partir del año 2019.

2. De acuerdo con lo dispuesto en el apartado anterior, corresponde a la consejería competente en materia de comercio, previa consulta a las asociaciones y organizaciones más representativas del sector, así como al Consejo Asesor Regional de Comercio, fijar para cada año, mediante orden, los domingos y días festivos en los que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público en la Región de Murcia. La orden correspondiente se publicará en el Boletín Oficial de la Región de Murcia para general conocimiento con anterioridad al comienzo del año a que se refiera.

Para la fijación de los domingos y días festivos regionales en los que podrán permanecer abiertos al público los comercios, habrá que ajustarse al siguiente orden de criterios atendiendo al carácter comercial de los mismos:

a) La apertura obligatoria, por lo menos, en un día festivo cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos continuados. Cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos continuados y uno de ellos sea sábado, será de obligado cumplimiento autorizar la apertura del sábado.

b) La apertura de los primeros domingos de los períodos tradicionales de rebajas: el primer domingo posterior al 6 de enero y el primer domingo de julio.

c) La apertura de los domingos y festivos de más afluencia turística en la Comunidad Autónoma. Con carácter general, tendrá esta consideración Jueves Santo cuando este sea festivo.

d) La apertura en los domingos o festivos de la campaña de Navidad.

3. Los ayuntamientos podrán permutar dos de los domingos y festivos habilitados en el calendario regional por otros en atención a sus necesidades comerciales. La permuta será obligatoria para el ayuntamiento en caso de coincidencia de dos o más festivos continuados no aperturables comercialmente en su municipio, y en los supuestos en que uno de los festivos sea sábado el ayuntamiento deberá permutar éste por uno de los festivos de apertura comercial autorizada a nivel regional.

El ayuntamiento comunicará su decisión a la dirección general competente en materia de comercio con una antelación mínima de dos meses. A dicha permuta se le dará la debida publicidad por parte de la propia Administración municipal para general conocimiento de los comerciantes y consumidores de su término.

4. El horario de apertura de cada domingo y día festivo será libremente fijado por el comerciante.

Artículo 39. *Información sobre horarios.*

En los establecimientos comerciales deberán exponerse los días de apertura semanal y los horarios de apertura y cierre, de forma perfectamente visible, tanto en el interior como en el exterior del establecimiento, incluso cuando el local esté cerrado.

CAPÍTULO II

Establecimientos comerciales con libertad de horario

Artículo 40. *Establecimientos con régimen especial de horarios.*

1. Tendrán plena libertad para determinar los días y horas en que permanecerán abiertos al público los establecimientos comerciales siguientes:

a) 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, marítimo o aéreo y en zonas de gran afluencia turística.

b) Los establecimientos de venta de reducida dimensión distintos de los anteriores que dispongan de una superficie útil para la exposición y venta al público 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.

c) Los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales. La enumeración de los productos culturales a estos efectos será establecida mediante orden de la consejería competente en materia de comercio.

2. 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 libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, productos o material audiovisual e informático, juguetes, regalos y artículos varios, sin exclusión de ninguna de ellas, y sin que predomine netamente una sobre las demás.

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

Artículo 41. *Zonas de gran afluencia turística.*

1. Para la declaración de zonas de gran afluencia turística de términos municipales o parte de los mismos se considerarán circunstancias especiales, que, en determinados períodos del año, la media ponderada anual de población sea significativamente superior al número de residentes, o en los que tenga lugar una gran afluencia de visitantes por motivos turísticos.

2. La determinación de las zonas de gran afluencia turística, así como el período o períodos a que se limite la aplicación del régimen de libertad de horarios, será establecido mediante orden de la consejería competente en materia de comercio, a propuesta de los ayuntamientos correspondientes oídas las asociaciones y organizaciones más representativas del sector.

TÍTULO VI

Actividades promocionales de ventas

CAPÍTULO I

Objeto

Artículo 42. *Delimitación de las actividades promocionales de ventas.*

1. A los efectos de esta Ley, se considerará actividad promocional de venta toda actuación imputable al comerciante minorista que sea objetivamente apta para suscitar en el consumidor final la imagen de que, adquiriendo los artículos objeto de la misma, obtendrá una reducción en su precio respecto del anteriormente practicado por el comerciante minorista o respecto del anterior o del actualmente aplicado por sus competidores, condiciones más favorables que las habituales o cualquier otro tipo de ventaja económica.

2. En concreto tendrán la consideración de actividades promocionales de ventas las ventas en rebajas, las ventas en oferta o promoción, las ventas de saldos, las ventas en liquidación, las ventas con obsequio y las ofertas de venta directa.

3. Las denominaciones antes señaladas únicamente podrán emplearse para anunciar las ventas que se ajusten a la regulación establecida en la legislación estatal y en la presente Ley, quedando expresamente prohibida la utilización de las citadas denominaciones u otras similares para anunciar ventas que no respondan al correspondiente concepto legal.

4. La existencia de la actividad promocional será determinada, principalmente, atendiendo a su forma de presentación, de expresión y de difusión publicitaria, prestando especial relevancia al uso de expresiones gramaticales o gráficas aptas para sugerir en el consumidor la existencia de ventajas económicas al adquirir los artículos.

5. 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.

Artículo 43. *Criterios especiales.*

1. Las actividades promocionales de ventas se regirán por la legislación estatal de ordenación del comercio minorista salvo en lo previsto en esta Ley.

2. El presente título y los artículos 19 y 20 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, no serán aplicables a la actividad comercial principal, habitual y ordinaria de venta de artículos cuyo valor de mercado aparezca manifiestamente disminuido a causa del deterioro, desperfecto, desuso u obsolescencia de los mismos.

CAPÍTULO II

Requisitos de las actividades promocionales de ventas

Artículo 44. *Requisitos generales.*

Toda actividad promocional de ventas, salvo la venta de saldos, deberá reportar al consumidor final ventajas económicas reales. Corresponderá al comerciante minorista acreditar ante la Administración competente la realidad de tales ventajas.

Artículo 45. *Requisitos específicos.*

Las actividades promocionales de ventas deberán ajustarse a los siguientes requisitos:

a) El comerciante minorista habrá de procurar información clara, veraz y suficiente sobre el contenido y las condiciones de sus actividades promocionales. Quedan a salvo las normas en materia de integración publicitaria del contrato a favor de los consumidores finales. La información y la publicidad relativa a las actividades no podrá contener cláusulas abusivas y en particular de desvinculación basadas en errores tipográficos y, en general, de imprenta.

b) El comerciante minorista al que sea imputable la actividad deberá informar sobre el día inicial y final de la misma en su establecimiento y en la difusión publicitaria que, en su caso, realice respecto de la citada actividad.

c) La disponibilidad y existencias de los productos objeto de la actividad promocional habrá de ser suficiente. Dicha suficiencia será valorada de acuerdo con el contenido de la actividad y, en especial, se atenderá a las características de los productos, el periodo de duración de la oferta de venta, el contenido de las ventajas y el número de los potenciales consumidores destinatarios. Si la actividad promocional quedara limitada al agotamiento de los productos destinados a la misma, el comerciante minorista habrá de informar claramente sobre el número total de unidades objeto de la actividad.

d) La actividad promocional por la que se garantice el precio mejor o el más bajo respecto a la totalidad o parte de los productos objeto de venta en un mismo establecimiento mediante entrega al comprador de la diferencia entre el precio pagado por éste y el menor aplicado por un competidor indeterminado, deberá ofrecer al comprador un plazo mínimo de quince días naturales, desde la fecha de la compra, para solicitar la entrega de la diferencia entre ambos precios. El precio más bajo del competidor será el señalado por el comprador dentro del citado plazo de quince días.

Artículo 46. *Medios de pago.*

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

Artículo 47. *Del doble precio.*

1. Toda forma de promoción o publicidad de ventas que transmita al consumidor un mensaje sugestivo sobre la diferencia de precio de determinados productos, obligará al

comerciante a hacer constar en cada uno de ellos el precio ordinario con que se haya valorado el artículo con anterioridad y el precio actual.

2. Cuando se trate de una reducción porcentual de un conjunto de artículos, bastará con el anuncio genérico de la oferta sin necesidad de que conste individualmente en cada artículo ofertado.

TÍTULO VII

Consejo Asesor Regional de Comercio

Artículo 48. *Constitución, funciones y composición del Consejo.*

1. El Consejo Asesor Regional de Comercio de la Región de Murcia es el órgano consultivo de la Administración regional competente en la citada materia, de conformidad con la Ley 9/1985, de 10 de diciembre, de los Órganos Consultivos de la Administración Regional, modificada por la Ley 1/1994, de 29 de abril.

2. Serán funciones del citado Consejo las siguientes:

- a) Evacuar los informes y consultas sobre comercio que le sean solicitados por cualquiera de las administraciones competentes en dicha materia.
- b) Informar cuantos proyectos de leyes y demás disposiciones elabore el Gobierno regional relacionadas con el sector comercial.
- c) Elaborar un informe anual sobre la situación comercial de la Región de Murcia.
- d) Cualquier otra que reglamentariamente se establezca.

3.1. La composición del Consejo Asesor Regional de Comercio de la Región de Murcia será la siguiente:

- a) Presidente: el Consejero competente en materia de comercio.
- b) Vicepresidente: el Director General competente en materia de comercio.
- c) Vocales:

- Tres representantes de las Consejerías de la Administración regional cuyas competencias tengan relación con las funciones del Consejo, nombrado por el Consejo de Gobierno, a propuesta del Presidente.

- Un representante de la Confederación Regional de Organizaciones Empresariales de Murcia perteneciente al sector comercial, designado por la misma.

- Un representante de la Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena perteneciente al sector comercial, designado por la misma.

- Un representante de la Confederación de Empresarios de Lorca perteneciente al sector comercial, designado por la misma.

- Un representante de cada una de las dos Centrales Sindicales mayoritarias en el sector, designados por las mismas.

- Un representante de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Murcia, designado por la misma.

- Un representante de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena, designado por la misma.

- Un representante de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Lorca, designado por la misma.

- Un representante de la Federación de Municipios de la Región de Murcia, designado por la misma.

- Un representante de cada una de las dos Asociaciones de Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia más representativas del sector, designados por las mismas.

- Tres representantes de las Federaciones y/o Asociaciones de Comerciantes minoristas con mayor implantación en el sector, pertenecientes al pequeño, mediano y gran comercio, respectivamente, designados por las mismas.

- Un representante de las Asociaciones de Supermercados de la Región de Murcia, designado por las mismas.

- Un representante del Colegio Oficial de Agentes Comerciales, designado por el mismo.

– Un experto externo a la Administración regional de relevante prestigio o de reconocida talla o trayectoria profesional, relacionado con la materia del comercio, designado por el Presidente del Consejo.

d) Actuará como Secretario, con voz pero sin voto, un funcionario de la Dirección General de Comercio y Artesanía, nombrado por el Presidente.

3.2. Se designarán tantos vocales suplentes como titulares.

3.3. El Consejo podrá ser asistido por el personal que se estime necesario, el cual no tendrá derecho a voto.

3.4. El Consejo podrá constituir en su seno Comisiones de Trabajo para el examen o estudio de temas específicos y concretos y para la elaboración de trabajos que se sometan a la consideración del mismo. El acuerdo de constitución de dichas Comisiones determinará su composición, vigencia, objeto y ponente o coordinador del estudio o trabajo a desarrollar.

3.5. El Consejero competente en la materia podrá modificar la composición de este Consejo Asesor mediante Orden.

4. El Consejo Asesor Regional de Comercio quedará adscrito a la Consejería competente en dicha materia.

TÍTULO VIII

Régimen sancionador

CAPÍTULO I

Infracciones administrativas

Artículo 49. *Definición y régimen.*

1. Constituyen infracciones administrativas en materia de comercio las acciones u omisiones tipificadas en la Ley 7/1996, de 15 de enero, en la Ley 47/2002, de 19 de diciembre, de reforma de la anterior, y en la presente Ley, sin perjuicio de las responsabilidades de orden civil o de orden penal que pudieran derivarse.

2. Serán de aplicación los principios y normas básicas que condicionan el ejercicio de la potestad administrativa sancionadora, contenidas en el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre.

Artículo 50. *Clasificación y tipificación de las infracciones.*

1. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

2. Tendrán la calificación de infracciones leves, además de las tipificadas en el artículo 64 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, las siguientes:

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

b) **(Derogada).**

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

d) En general, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley o en las normas dictadas para su desarrollo que no sean objeto de sanción específica.

3. Tendrán la calificación de infracciones graves, además de las tipificadas en el artículo 65 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, las siguientes:

a) Incumplir las disposiciones administrativas relativas a la prohibición de comercializar o distribuir determinados artículos o productos.

b) Acaparar o retirar injustificadamente artículos o productos destinados directa o indirectamente a la venta.

4. Tendrán la calificación de infracciones muy graves las definidas como graves cuando concurra alguna de las circunstancias definidas en el artículo 66 de la Ley 7/1996, de 15 de enero.

Artículo 51. Reincidencia.

1. Se entenderá que existe reincidencia, por comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme.

2. No obstante, lo señalado en el párrafo anterior, para calificar una infracción como muy grave, solo se atenderá a la reincidencia en infracciones graves y la reincidencia en infracciones leves sólo determinará que una infracción de este tipo sea calificada como grave cuando se incurra en el cuarto supuesto sancionable.

Artículo 52. Responsabilidad administrativa.

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en la presente Ley corresponderá a las personas físicas o jurídicas titulares de la empresa y actividades comerciales de que se trate.

Artículo 53. Prescripción de las infracciones.

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

CAPÍTULO II

Sanciones administrativas

Artículo 54. Cuantía de las sanciones.

1. Las infracciones leves serán sancionadas con apercibimiento o multa de hasta 3.000 euros.

2. Las infracciones graves serán sancionadas con multa de 3.001 a 15.000 euros.

3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de 15.001 a 600.000 euros.

4. Las cuantías fijadas en los apartados precedentes podrán ser actualizadas en función de la evolución del índice de precios al consumo mediante Decreto.

Artículo 55. Graduación de las sanciones.

1. La cuantía de las sanciones económicas se graduará teniendo en cuenta los criterios básicos establecidos en el artículo 131.3 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, los criterios del artículo 69 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, el grave daño causado a los intereses de los consumidores y el aprovechamiento indebido del poder de demanda de los menores.

2. Cuando la cuantía del beneficio obtenido como consecuencia de la infracción supere la de la sanción máxima aplicable, en casos de fraude, falsificación o incumplimiento doloso de los requisitos esenciales que rigieren la comercialización de los productos, el órgano sancionador podrá incrementar la cuantía máxima de la sanción hasta el importe total del beneficio obtenido.

Artículo 56. Sanciones accesorias.

1. El órgano competente para la resolución del expediente sancionador podrá acordar, como sanción accesoria, el decomiso de las mercancías falsificadas, fraudulentas, no identificadas, o que incumplan los requisitos mínimos establecidos para su comercialización. Asimismo, en el supuesto de infracciones muy graves que produzcan un grave perjuicio económico o generen una amplia alarma social, podrá acordar, como sanción accesoria en la resolución del expediente sancionador, el cierre temporal de la empresa o establecimiento infractor.

2. Asimismo, con carácter accesorio y en caso de infracciones graves y muy graves, el órgano sancionador podrá acordar, en la resolución del expediente sancionador, la publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia y a través de los medios de comunicación social, las sanciones impuestas, una vez hayan adquirido firmeza, así como los nombres, apellidos, denominación o razón social de los responsables y la naturaleza y

características de las infracciones, por razones de ejemplaridad. El coste de dicha publicidad correrá de cuenta del sancionado.

Artículo 57. *Procedimiento administrativo sancionador.*

1. La imposición de sanciones habrá de sujetarse a las normas del procedimiento administrativo sancionador establecidas en el título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y en sus normas complementarias de desarrollo.

No obstante, en los procedimientos en materia sancionadora el plazo máximo para resolver el procedimiento será de seis meses desde su iniciación, en todos los casos.

2. La Administración podrá adoptar, de forma motivada, las siguientes medidas cautelares, a fin de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, cuando existan riesgos para la salud y la seguridad o grave riesgo de perjuicio para los intereses económicos y sociales de los consumidores y usuarios, y cuando exista riesgo de distorsión del funcionamiento del mercado:

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

b) Suspensión de la actividad comercial hasta que se subsanen los defectos o se cumplan los requisitos exigidos.

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

3. La competencia para adoptar cualquiera de las medidas provisionales señaladas en el apartado anterior corresponderá a la Dirección General que tenga atribuida la competencia en materia de comercio.

Artículo 58. *Órganos competentes.*

Los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador serán los siguientes:

a) El director general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, para sancionar las infracciones leves.

b) El consejero que ostente la competencia en materia de comercio, para sancionar las infracciones graves.

c) El Consejo de Gobierno para sancionar las infracciones muy graves.

Artículo 59. *Prescripción de las sanciones.*

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

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

Disposición adicional. *Planeamiento.*

1. El planeamiento urbanístico, a la hora de determinar las zonas destinadas a equipamientos comerciales, deberá tener en cuenta las necesidades de consumo y compra de los ciudadanos, la utilización racional del territorio, la sostenibilidad de los recursos naturales, las infraestructuras y servicios públicos existentes y previstos, procurando la proximidad a la población, la integración en el tejido urbano y la cohesión social y territorial.

2. En la aprobación definitiva de los planes urbanísticos, o de sus modificaciones o revisiones, cuando se definan o modifiquen zonas destinadas a equipamientos comerciales, se solicitará con carácter previo informe de la Consejería competente en materia de comercio.

3. El citado informe, que será evacuado en el plazo máximo de tres meses, versará sobre la compatibilidad de la calificación del suelo con los criterios establecidos en el punto 1, con especial referencia a la incidencia de los equipamientos comerciales previstos en relación a los municipios del entorno. Trascurrido el plazo sin haberse evacuado, se entenderá informado en sentido favorable.

4. Como regla general no se requerirá licencia comercial autonómica para la implantación de establecimientos comerciales de impacto supramunicipal en aquellos planeamientos informados favorablemente por la Consejería competente en materia de comercio, siempre y cuando el detalle del instrumento de planificación urbanística y su documentación complementaria permita conocer las características y actividades a desarrollar en los establecimientos comerciales previstos. En el citado informe se hará constar expresamente esta circunstancia.

Disposición transitoria primera.

Los procedimientos en tramitación a la entrada en vigor de la presente Ley se ajustarán a las prescripciones de la misma, siempre que la aplicación de la norma le resulte más beneficiosa a la elección del interesado.

Disposición transitoria segunda.

Las empresas que figuren inscritas a la entrada en vigor de esta Ley en la sección de comerciantes de ventas a distancia del Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas Especiales de la Región de Murcia de acuerdo con la Ley 10/1998, de 21 de diciembre, sobre Régimen Minorista de la Región de Murcia, disponen de un plazo de seis meses para solicitar su inscripción en el nuevo Registro de Comerciantes Minoristas de Ventas a Distancia de la Región de Murcia.

Disposición derogatoria.

Queda derogada la Ley 10/1998, de 21 de diciembre, sobre Régimen del Comercio Minorista en la Región de Murcia.

Disposición final primera.

Se autoriza al Consejo de Gobierno para adoptar las normas necesarias para el desarrollo de esta Ley.

Disposición final segunda.

La presente Ley entrará en vigor a los dos meses a partir de su publicación en el «Boletín Oficial de la Región de Murcia».

Por tanto, ordeno a todos los ciudadanos a los que sea de aplicación esta Ley, que la cumplan y a los Tribunales y Autoridades que corresponda que la hagan cumplir.

Murcia, 22 de diciembre de 2006.

RAMÓN LUIS VALCÁRCEL SISO,
Presidente

Este documento es de carácter informativo y no tiene valor jurídico.