



Informe d'avaluació de l'impacte de gènere en relació amb l'avantprojecte de llei, de la Generalitat, de Comerç Sostenible

La Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes, estableix en el seu article 19, l'obligatorietat que els projectes de disposicions de caràcter general incorporen un informe sobre el seu impacte per raó de gènere. L'article 4.bis de la Llei 9/2003, de 2 d'abril, de la Generalitat, per a la Igualtat entre Dones i Hòmens, en la redacció donada per la Llei 13/2016, de 29 de desembre, estableix que els projectes normatius hauran d'incorporar un informe d'impacte per raó de gènere que s'elaborarà pel departament o centre directiu que proposa l'avantprojecte de llei o projecte de norma, pla o programa d'acord amb les instruccions i directrius que dicte l'òrgan competent en la matèria, i haurà d'acompanyar la proposta des de l'inici del procés de tramitació.

Així mateix, l'article 26.f) de la Llei 50/1997, de 27 de novembre, del Govern, en la redacció donada per la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, imposa la realització d'un informe que analitze l'impacte de gènere de les disposicions normatives elaborades, a fi d'assegurar la igualtat entre homes i dones. Cal assenyalar que aquesta previsió és exigible a l'elaboració de disposicions administratives de caràcter autonòmic per aplicació de la clàusula de supletorietat prevista en l'article 149.3 de la Constitució Espanyola.

Mitjançant el Reial Decret 1.083/2009, de 3 de juliol, es regula la memòria de l'anàlisi d'impacte normatiu i en el seu article 2, 1, i), el contingut de l'informe d'impacte per raó de gènere, establint que en aquest s'analitzaran i valoraran els resultats que es puguin seguir de l'aprovació del projecte des de la perspectiva de l'eliminació de desigualtats i de la seua contribució a la consecució dels objectius d'igualtat d'oportunitats i de tracte entre dones i homes, a partir dels indicadors de situació de partida, de previsió de resultats i de previsió d'impacte arrellegats en la Guia Metodològica al fet que es refereix la disposició addicional primera.

Amb motiu de la tramitació de l'avantprojecte de llei de Comerç Sostenible, iniciat per Resolució del Conseller d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball, de 26 de juliol de 2019, es redacta el següent informe d'avaluació d'impacte de gènere de la norma proposada.

Fonamentació i objectius de l'informe

1. Descripció general del projecte o norma

Aquesta llei té com a objecte l'ordenació i el foment de l'activitat comercial sostenible en l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.



1.1. Denominació del projecte o normativa

Avantprojecte de Llei, de la Generalitat, de Comerç Sostenible.

1.2. Òrgan administratiu que el promou

Direcció general de Comerç, Artesania i Consum.

1.3. Context o àmbit d'actuació de la norma

Si la Llei té com a objecte l'ordenació i el foment de l'activitat comercial sostenible, convé saber com defineix la norma l'activitat comercial: aquesta seria la consistent a oferir en el mercat interior productes, naturals o elaborats, per compte propi o d'altri, així com serveis sota qualsevol forma de comercialització, venda o prestació.

És activitat comercial sostenible i responsable la que suposa un comportament socialment responsable de les empreses que contribuïska al desenvolupament sostenible, amb actuacions de foment capaç de conciliar el creixement econòmic, la competitivitat, la protecció del medi ambient i els valors i demandes socials, i els drets, la seguretat i la salut de les persones consumidores, usuàries i treballadores.

Dins del conjunt de l'activitat comercial, és la de caràcter detallista la que es regula amb major profusió. És aquesta la que es desenvolupa professionalment amb ànim de lucre consistent en l'oferta de qualsevol classe de productes o serveis a les persones destinatàries finals d'aquests, utilitzant o no un establiment. La majorista queda, en la major part de la regulació, fora d'aquesta llei.

1.4. Objectius generals del projecte

Redacció d'una nova Llei de comerç, que no només regularitze, aclarisca i harmonitze les normes amb rang legal vigents, sinó que pugna innovar i actualitzar la normativa comercial valenciana, sota la consigna de la sostenibilitat. El comerç ha de ser sostenible com a activitat empresarial, com a creadora d'ocupació permanent i estable, i ha d'assegurar a la població un subministrament segur, accessible i arrelat al territori.

Ha de mantenir els consensos que s'aconseguien durant la IX Legislatura i que es van plasmar en diverses normes de rang legal, el contingut de les quals ha d'estar recollit en el nou text.

Respecte de les novetats que cal introduir, és important que el nou text actualitze la norma sobre l'ordenació territorial del comerç, atenent al que s'ha posat de manifest en el procés d'elaboració i aprovació del Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana (PATSECOVA). Igualment, cal introduir noves formes de gestió comercial i dels seus espais. En aquest sentit, els anomenats Business Improvement Districts (BID), o àrees de promoció econòmica urbana (APEU), en vigor en alguns països europeus, han ajudat a millorar sinergies entre els diferents formats comercials i a donar nova vida comercial espais urbans consolidats, la qual cosa coincideix, a més, amb els objectius del PATSECOVA. Les empreses comercials han de col·laborar entre si en la gestió i modernització dels seus àmbits. És obligació de la Generalitat aportar els mitjans, en aquest cas legals, per tal que aquesta col·laboració siga possible, satisfactòria i sostenible.

1.5.- Objectius per a promoure la igualtat entre dones i homes

Com veurem de l'estudi de l'anàlisi de situació, els hàbits de consum i de desplaçament de dones i homes són diferents, condicionats en gran part per l'assignació de rols a unes i altres i l'assumpció majoritàriament per les dones dels treballs de cura de les persones. En aquest sentit, **propiciar la diversitat comercial, el servei i la proximitat del comerç a les persones consumidores i usuàries és un objectiu del projecte per a promoure la igualtat entre homes i dones.**

Té efecte diferencial i de gènere, ja que afecta a un major nombre de dones treballadores, tot en relació amb l'article 2.1.c).



2. Anàlisi pertinença de gènere

La norma és susceptible de tenir impacte de gènere, per tal com algunes de les mesures de foment d'un desenvolupament comercial intel·ligent, sostenible i coherent amb la resta dels instruments i plans urbanístics i territorials incidiran en la situació de partida (un ús majoritari dels vehicles privats en l'accés als grans establiments comercials, que estadísticament són utilitzats molt més per homes que per dones), permetent un accés més igualitari i respectuós amb el medi natural i urbà.

A més té impacte de gènere per regular els horaris comercials, aspecte que afecta a la conciliació laboral i familiar de les persones treballadores.

De fet el sector comercial té un major nombre de dones treballadores, en concret un 21,2% de les afiliacions totals de dones ho són en aquest sector:

| % AFILIACIÓ AL COMERÇ SOBRE EL TOTAL D'AFILIACIÓ | | | |
|--|-----------------|-----------------------------|--------------|
| 4 ^è TRIMESTRE 2019 | | | |
| | AFILIACIÓ TOTAL | AFILIACIÓ AL COMERÇ (46+47) | % S/TOTAL |
| Total | 1.935.132 | 353.890 | 18,3% |
| Homes | 1.046.183 | 165.495 | 15,8% |
| Dones | 888.949 | 188.395 | 21,2% |

FONT: IVE. Estadística de persones treballadores afiliades a la Seguretat Social. Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball

3. Anàlisi de la situació

3.1 Informació quantitativa. La norma afecta totes les persones residents, visitants o turistes que consumisquen al territori valencià, així com a les persones treballadores:

a) *El sector de la distribució comercial és intensiu en mà d'obra, majoritàriament femenina.*

De cada deu persones treballadores del comerç detallista, sis són dones. En 2018 el comerç detallista estatal ocupava a 1.918.851 persones, i les dones representaven el 61,1% del total de l'activitat, la qual cosa suposa 1.172.417 treballadores. Aquestes xifres posen en relleu la importància de l'ocupació femenina en subsector comparat amb el que té en l'economia general on representa el 45,5% de les persones treballadores.

Una de cada set dones ocupades en l'economia treballa en el subsector detallista. El comerç detallista, tradicionalment, ha servit com a porta d'entrada eficaç en el mercat laboral, especialment per a determinats col·lectius com el de les dones.

En aquest context la llei busca afirmar el seu caràcter sostenible i responsable, la qual cosa inclou la vessant social, i per tant **afecta a les persones treballadores en el sector.**

Tal com diu l'article 2.1.c) **És activitat comercial sostenible i responsable** la que suposa un comportament socialment responsable de les empreses que contribuïska al desenvolupament sostenible, amb **actuacions** de foment capaç de conciliar el creixement econòmic, la competitivitat, la protecció del medi ambient i **els valors i demandes socials, i els drets, la seguretat i la salut de les persones consumidores, usuàries i treballadores.**

La regulació dels horaris comercial que recull el Títol II manté el consens que es va materialitzar en la Llei 3/2018, de 16 de febrer, de la Generalitat, per la qual es modifiquen els articles 17, 18 i 22, i la disposició transitòria quarta, de la Llei 3/2011, de 23 de març, de la Generalitat, de comerç de la Comunitat Valenciana i que va significar una millora en les possibilitats de conciliació de les persones treballadores del sector comercial. En la mesura en què en general hi ha una disminució de dies festius i diumenges en què es permet l'obertura al públic, **aquesta regulació és més compatible amb la conciliació familiar.**

De fet la norma incideix en la situació de la dona treballadora en major mesura, ja que hi ha una major presència en aquest sector, sobretot en el detallista, com ja hem comentat anteriorment i que es demostra en les següents dades d'afiliació a la Seguretat Social.



COMUNITAT VALENCIANA

Estadística de persones treballadores afiliades a la Seguretat Social (ETASS)
Afiliacions a la Seguretat Social. CNAE09 a 2 dígits (46 i 47)

| CNAE092D | | Període: 4 ^è trimestre de cada any | | | | |
|---|-------|---|---------|---------|---------|---------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 46 Comerç a l'engròs i intermediaris del comerç, excepte de vehicles de motor i motocicletes | Total | 128.368 | 134.400 | 137.295 | 140.166 | 141.339 |
| | Homes | 75.101 | 78.312 | 80.577 | 82.061 | 83.052 |
| | Dones | 53.267 | 56.088 | 56.718 | 58.105 | 58.287 |
| 47 Comerç al detall excepte de vehicles de motor i motocicletes | Total | 199.399 | 203.719 | 207.121 | 210.983 | 212.551 |
| | Homes | 77.751 | 79.419 | 80.608 | 81.635 | 82.443 |
| | Dones | 121.648 | 124.300 | 126.513 | 129.348 | 130.108 |
| 46 + 47 Comerç a l'engròs i al detall | Total | 327.767 | 338.119 | 344.416 | 351.149 | 353.890 |
| | Homes | 152.852 | 157.731 | 161.185 | 163.696 | 165.495 |
| | Dones | 174.915 | 180.388 | 183.231 | 187.453 | 188.395 |

% AFILIACIÓ SEGONS GÈNERE EN EL COMERÇ

| CNAE092D | | Període: 4 ^è trimestre de cada any | | | | |
|---|-------|---|---------|---------|---------|---------|
| | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 46 Comerç a l'engròs i intermediaris del comerç, excepte de vehicles de motor i motocicletes | Total | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| | Homes | 58,5% | 58,3% | 58,7% | 58,5% | 58,8% |
| | Dones | 41,5% | 41,7% | 41,3% | 41,5% | 41,2% |
| 47 Comerç al detall excepte de vehicles de motor i motocicletes | Total | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| | Homes | 39,0% | 39,0% | 38,9% | 38,7% | 38,8% |
| | Dones | 61,0% | 61,0% | 61,1% | 61,3% | 61,2% |
| 46 + 47 Comerç a l'engròs i al detall | Total | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| | Homes | 46,6% | 46,6% | 46,8% | 46,6% | 46,8% |
| | Dones | 53,4% | 53,4% | 53,2% | 53,4% | 53,2% |

FONT: IVE. Estadística de persones treballadores afiliades a la Seguretat Social. Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball

S'observa que el quart trimestre de 2019 un 53,2 del total de persones afiliades en el subsector del comerç són dones. A més aquesta xifra augmenta fins al 61,25 % en el cas del comerç al detall.

Així mateix, en algunes activitats minoristes el percentatge és encara superior, com ocorre amb el comerç al detall de calçat i articles de cuir i comerç de tèxtil, on la proporció de dones supera el 77%¹

Per tant la regulació dels horaris comercials té un impacte directe en la situació de les dones treballadores en el comerç pel que fa a les possibilitats de major conciliació.

D'altra banda, cal recordar que el cost laboral mitjà per persona treballadora i mes en el comerç detallista² arriba als 1.767,55 €, mentre que en l'economia global de la Comunitat Valenciana és de 2.307,72 €, una diferència de 540 euros. És a dir, és un sector on el treball es valora menys que la mitjana, i on l'ocupació femenina és clarament superior a la mitjana (quasi dos terços del total), la qual cosa significa que les dones cobren uns salaris inferiors per dedicar-se a aquest sector.

b) Els efectes sobre les persones consumidores

Pràcticament totes les persones són consumidores, per la qual cosa a totes afecta la distribució dels establiments comercials pel territori. No obstant això, són les persones adultes les que realitzen la immensa majoria de les compres i, entre els dos sexes, hi ha una diferència de tres quints a dos a favor de les dones en la distribució del temps per a compres (0,31 hores les dones per 0,20 hores els homes), segons l'última Enquesta d'ús del temps (*Instituto Nacional de Estadística -INE- 2009-2010*).

1 . PATECO. Informe anual de la distribució comercial detallista [en la Comunitat Valenciana 2018](#).

2. Dades relatives al tercer trimestre de 2019. Portal Estadístic de la Generalitat Valenciana



| | | última Encuesta de empleo del tiempo 2009-2010 | |
|-------------|-------------------------------------|--|-----------|
| | | 2009-2010 | 2002-2003 |
| Ambos sexos | TOTAL | 3h 2' | 2h 59' |
| | Actividades no especificadas | 0h 10' | .. |
| | Actividades culinarias | 0h 55' | 1h 1' |
| | Mantenimiento del hogar | 0h 33' | 0h 35' |
| | Confección y cuidado de ropa | 0h 12' | 0h 15' |
| | Jardinería y cuidado de animales | 0h 13' | 0h 11' |
| | Construcción y reparaciones | 0h 3' | 0h 3' |
| | Compras y servicios | 0h 26' | 0h 25' |
| | Gestiones del hogar | 0h 1' | 0h 1' |
| | Cuidado de niños | 0h 25' | 0h 17' |
| | Ayudas a adultos miembros del hogar | 0h 3' | 0h 3' |
| Mujeres | TOTAL | 4h 7' | 4h 24' |
| | Actividades no especificadas | 0h 15' | .. |
| | Actividades culinarias | 1h 24' | 1h 38' |
| | Mantenimiento del hogar | 0h 49' | 0h 56' |
| | Confección y cuidado de ropa | 0h 23' | 0h 29' |
| | Jardinería y cuidado de animales | 0h 7' | 0h 7' |
| | Construcción y reparaciones | 0h 1' | 0h 1' |
| | Compras y servicios | 0h 31' | 0h 32' |
| | Gestiones del hogar | 0h 1' | 0h 0' |
| | Cuidado de niños | 0h 32' | 0h 24' |
| | Ayudas a adultos miembros del hogar | 0h 4' | 0h 4' |
| Varones | TOTAL | 1h 54' | 1h 30' |
| | Actividades no especificadas | 0h 4' | .. |
| | Actividades culinarias | 0h 26' | 0h 22' |
| | Mantenimiento del hogar | 0h 17' | 0h 13' |
| | Confección y cuidado de ropa | 0h 1' | 0h 1' |
| | Jardinería y cuidado de animales | 0h 18' | 0h 15' |
| | Construcción y reparaciones | 0h 6' | 0h 6' |
| | Compras y servicios | 0h 20' | 0h 18' |
| | Gestiones del hogar | 0h 1' | 0h 1' |
| | Cuidado de niños | 0h 18' | 0h 10' |
| | Ayudas a adultos miembros del hogar | 0h 2' | 0h 2' |

Fuente: Encuesta de empleo del tiempo. Instituto Nacional de Estadística. Más información en:
http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176815&menu=resultados&idp=1254735976608
 Nota: Los datos expresan la duración media diaria de tiempo utilizada para cada una de las variables pudiendo resultar un tiempo superior a 24 horas debido a que se pueden solapar las actividades.
 Tabla actualizada a 7 de febrero de 2012
 w15

3.2. Informació qualitativa

A l'estudi «Dones, mobilitat, temps i ciutats³», de Carme Miralles-Guasch, publicat al número 14 de la col·lecció Quaderns de l'Institut per l'Institut Català de les Dones de la Generalitat de Catalunya, podem llegir unes reflexions que s'adiuen amb els objectius del decret:

«La mobilitat de les dones, un model a reivindicar

Diferents estudis han demostrat que els desplaçaments realitzats per les dones, a causa de situacions que s'han esmentat més amunt, tenen característiques diferents dels del món masculí. Així, les dones viuen per terme mitjà més a prop del lloc de treball, fet que possibilita un recorregut i un temps més curts, permet anar a peu i utilitzar més el transport públic. Aquestes característiques, a més, es donen en ciutats molt distants culturalment, cosa que reforça el valor

- 3) Miralles-Guasch, Carme (2010) Dones, mobilitat, temps i ciutats, Quaderns de l'Institut 14, perspectives des del feminisme. Institut Català de les Dones, Barcelona. Carme Miralles-Guasch és membre del Departament de Geografia de la Universitat Autònoma de Barcelona.



estructural de la diferència. Encara que també cal subratllar que aquestes divergències entre les pautes de mobilitat femenina i masculina s'estan escurçant perquè les dones incrementen cada vegada més la seva presència en la motorització privada, en l'augment de la velocitat i en un increment de la distància dels desplaçaments. Canvis que, cal no oblidar, apropen els models femenins als que han caracteritzat els masculins.

Molta de la literatura feminista sobre mobilitat i gènere valora aquests canvis com a positius sota el supòsit que aquestes noves pautes de mobilitat garanteixen més llibertat individual i més inserció laboral i social, i poden impedir la marginació i l'exclusió que han sofert les dones. De tota manera, aquesta valoració positiva implica que el model masculí (més velocitat, llargs recorreguts, més vehicle privat) es percep com el model de desplaçament òptim i, per tant, a imitar. Les dones incrementaran la seva participació en el món exterior en la mesura que adoptin les pautes de desplaçament que han caracteritzat els homes al llarg del segle xx.

Tanmateix, per valorar amb més profunditat els dos models de mobilitat, cal preguntar-se per què ens movem i per què necessitem incrementar les velocitats individuals. D'aquesta manera, si els desplaçaments serveixen per arribar als llocs on es volen desenvolupar les activitats quotidianes, la mobilitat no és una finalitat en ella mateixa, sinó un mitjà a través del qual s'accedeix als diferents espais i temps de la ciutat. No és el desplaçament sinó l'accessibilitat el que cal optimitzar per evitar segregacions i exclusions, objectiu que no està directament relacionat amb una velocitat més elevada, ni amb els mitjans de transport privats ni amb distàncies més llargues, sinó amb el fet d'arribar a una hora determinada a un lloc concret amb un esforç raonable. (...)

Des del paradigma de la sostenibilitat, les necessitats d'accés a les activitats urbanes amb menys costos energètics i de temps són una variable que està canviant el concepte de mobilitat urbana actual.

La mobilitat de les dones, des dels valors de la sostenibilitat

Aquestes reflexions enllacen amb les esferes mediambientals que inclouen les despeses energètiques i altres recursos no renovables, entre altres, el temps. Des d'aquesta perspectiva s'aposta per la ciutat compacta, multifuncional i diversa, que redueixi distàncies entre activitats urbanes i permeti a la ciutadania tornar a ser, en bona part dels seus recorreguts, vianants, fet que significa reduir el consum energètic i la contaminació.

Aquest model de ciutat allunyat de la ciutat funcional i suburbana també és un model reivindicat des de la literatura feminista que tracta de la ciutat. Les dones volen espais urbans on les activitats estiguin pròximes les unes de les altres, perquè són espais que els permeten compatibilitzar les diferents activitats que la vida quotidiana requereix. Una ciutat amb desplaçaments curts i planificada per a la vida quotidiana de la seva ciutadania, incloent-hi les necessitats dels diferents grups que la integren, siguin infants, persones adultes o persones grans; siguin homes o dones. Són ciutats, aquestes, on els espais públics, els carrers i les places són llocs d'unió i no de dispersió, són espais on es pot viure la ciutat de forma transversal i no només longitudinal.

Així, les propostes sobre la ciutat i la mobilitat urbana que s'elaboren des del nou paradigma de la sostenibilitat, definidor del segle XXI i ben allunyat del de la modernitat, definidor del segle XX, a partir dels costos socials, econòmics i mediambientals, i també reivindicades des de la teoria feminista, que demana que les activitats reproductives estiguin valorades al mateix nivell que les productives, coincideixen en la proposta d'un mateix model de ciutat.

En aquest punt és on les característiques de la mobilitat atribuïbles a les dones (menys temps, més proximitat i transport més sostenible) passen a ser el model òptim que dibuixen les tendències actuals del pensament urbà. Des d'aquest punt de vista no podem menysprear el model de mobilitat femenina, ja que són elles les que, amb unes pautes de desplaçament més racionals, indiquen que la llibertat individual es crea a través d'espais urbans que creïn possibilitats de proximitat i d'accés. I això no significa ni més velocitat, ni més transport privat, ni més contaminació.

Així, des de la perspectiva del gènere i des del nou paradigma de la sostenibilitat es pot reivindicar una anàlisi de la mobilitat que no posi només èmfasi en els models masculins, on la mobilitat de les dones sempre té unes valoracions negatives, com la lentitud o la proximitat.

Els nous valors del paradigma de la sostenibilitat s'aproximen als models femenins i a partir d'aquests cal reivindicar ciutats més accessibles i no més ràpides, més pròximes i no més distants, més caminables i menys contaminades.»

Igualment, la professora Sánchez de Madariaga explica en l'article «*Infraestructuras para la vida cotidiana y calidad de vida*⁴», que

4 Sánchez de Madariaga, Inés (2004). Infraestructuras para la vida cotidiana y calidad de vida. Ciudades, N° 8, Revista del IUU, Universidad de Valladolid.



«Las mujeres realizan movimientos poligonales (a diferencia de los hombres que los hacen pendulares), son las principales usuarias del transporte público, encadenan más viajes, se mueven por mayor variedad de motivos, hacen recorridos más cortos y gran parte de los desplazamientos son en el entorno residencial y hacen muchos viajes acompañando a otras personas que carecen de autonomía personal.

Aunque las mujeres se mueven más, su movilidad suele estar limitada por la dependencia de las necesidades de otras personas y de los horarios de los servicios públicos. Esta reducción de su movilidad afecta a su capacidad de acceso al empleo y a otros servicios como el ocio.

Integrar la perspectiva de género a la movilidad significa priorizar la movilidad peatonal. Para ello deben concebirse las calles como el elemento vertebrador de los desplazamientos de la vida cotidiana. Que las calles tengan las condiciones y el mobiliario adecuado para que todas las personas puedan moverse autónomamente sin que la configuración urbana sea un impedimento.»

En el cas valencià, no es disposa d'un estudi d'àmbit autonòmic, però hi ha un de la ciutat de València, realitzat per la Regidoria de Benestar Social i Integració, Secció de les Dones i Igualtat de l'Ajuntament de València⁵, que per la seua magnitud (una quinta part de la població de la Comunitat en el municipi i fins a un terç en la seua àrea metropolitana) és bastant significatiu del model de desplaçament d'homes i dones:

«Si bien más de la mitad de los desplazamientos diarios de las mujeres son realizados a pie, en concreto el 53,31%, en los hombres este porcentaje se reduce significativamente, representando solamente un 37,26%. Precisamente, son los desplazamientos en coche privado los que muestran la dinámica contraria. Mientras que en la población masculina, el coche privado es el medio de transporte más utilizado (38,70%) seguido de los desplazamientos a pie (37,26%). La frecuencia en el uso del coche es considerablemente menor en las mujeres (19,68%). El transporte público, y en concreto, el autobús urbano constituye el tercer modo de desplazamiento preferido en ambos sexos. La brecha de género en este caso también es significativa, llegando al 7% a favor de las mujeres (18,33% de los desplazamientos diarios de las mujeres son en autobús urbano frente al 11,35% de los hombres). Estas diferencias pueden ser explicadas por varias razones. De un lado, las distancias en los desplazamientos de las mujeres son más cortas, y por ello, más fácilmente realizables a pie o en transporte público. Esto se debe principalmente al mantenimiento del rol reproductivo de la mujer que supone la realización de tareas como hacer la compra, acompañar a hijas e hijos a los centros educativos, el cuidado de las personas mayores, las cuales se desarrollan principalmente cerca de la vivienda familiar. Otras razones interrelacionadas son la menor disponibilidad y uso de coche propio de la población femenina, así como del carné de conducir, la menor capacidad económica (se mantiene la brecha negativa salarial de las mujeres), la existencia de menores oportunidades laborales y la dificultad de conciliar la vida familiar y laboral.»

4. Previsió d'efectes sobre la igualtat

a) Resultats directes de l'aplicació de la norma:

Es preveu que l'aplicació en els instruments urbanístics de desenvolupament de les normes contingudes en el projecte de llei que a continuació s'assenyalen contribuiran a modificar la situació de partida, tot reforçant el model «femení» de mobilitat i estenent-lo a tots dos sexes i ampliant-ne la freqüència:

«Article 16. Objectius de l'ordenació comercial

Els objectius de la política d'ordenació comercial de la Generalitat, en coherència amb els objectius d'ordenació del territori i protecció del paisatge i de desenrotllament urbanístic a la Comunitat Valenciana, són la millora de la qualitat de vida de la ciutadania, la consecució d'una estructura comercial equilibrada i competitiva i la creació d'un marc d'implantacions comercials que prime la sostenibilitat territorial.

1. La política comercial dirigida a la millora de la qualitat de vida de la ciutadania es basa en:

a) Aconseguir un comerç eficient i modern al servei de les persones consumidores i usuàries, que actue com a factor de reequilibri territorial i de cohesió social, respectant l'exercici de la llibertat d'empresa.

5 La movilidad urbana de mujeres y hombres en la ciudad de Valencia, 2014. Ángela Mena Ponce: Técnica D.U.T.S Secció Dones i Igualtat (Licenciada en sociologia), i Marta Soler Gastón: Prácticas de sociología de la Universidad de Valencia



b) Assegurar el manteniment de les condicions de proximitat, accessibilitat, diversitat, servei i adaptació de l'oferta comercial a les preferències de les persones consumidores i usuàries i una major competència empresarial basada en la diversitat i equilibri entre formats i tipologies.

c) Garantir i protegir el dret de lliure elecció per part de les persones consumidores i usuàries, que s'estén a la possibilitat d'elecció entre distints establiments d'una mateixa activitat, i també entre formes comercials diferents, en les millors condicions possibles de preu, assortiment i qualitat, en un marc de competència.

d) Afavorir una major proximitat de l'oferta comercial, en ser un equipament bàsic que assegura la qualitat de vida, i limitar implantacions comercials que afavorisquen el desplaçament motoritzat privat de les persones consumidores i usuàries.

2. La política comercial dirigida a aconseguir una estructura comercial equilibrada i competitiva a la Comunitat Valenciana es basa en:

a) Fomentar una distribució comercial que genere riquesa i ocupació de qualitat.

b) Afavorir la funció del comerç com un dels elements clau en la consecució de l'equilibri territorial, atesa la seua capacitat de generar cohesió regional, centralitat i vertebrar el territori.

c) Impulsar la modernització, innovació i formació en el sector comercial.

d) Implicar, assessorar i formar a les administracions públiques locals en la planificació comercial territorial i enfortir les competències que ostenta la Generalitat en l'ordenació comercial.

3. La política comercial dirigida a aconseguir un marc d'implantacions comercials que prime la sostenibilitat territorial es basa en:

a) Consolidar el model d'àrees comercials funcionals i el sistema urbà-comercial format per capçaleres, subcapçaleres i nodes d'influència comercial en el territori, conjunt de municipis que han de desenvolupar les funcions comercials de major rellevància.

b) Considerar la capacitat d'acolliment del territori com a condicionant en el desenvolupament de nous projectes comercials, en funció de la conservació dels valors ambientals, paisatgístics, econòmics i culturals de la infraestructura verda i de la integritat dels seus processos.

c) Establir un model que permeta la implantació dels equipaments comercials que generen impactes territorials en aquelles localitzacions més adequades, on es potencia la seua funció vertebradora i la seua compatibilitat amb la infraestructura verda, sempre en coherència amb el que disposa l'estratègia territorial de la Comunitat Valenciana i la resta d'instruments d'ordenació territorial i urbanística.

d) Procurar la implantació de grans superfícies comercials de forma racional, equilibrada i coherent amb el model de desenvolupament territorial, afavorint la creació de territoris plurifuncionals.

e) Enfortir l'activitat comercial de la ciutat consolidada, en funció de la seua importància en la millora de la qualitat de vida de la ciutadania, l'equitat social i de la millora del medi ambient urbà.

f) Promoure la millora dels entorns comercials urbans, recolzar el comerç de proximitat, la protecció dels centres històrics comercials, la millora de les infraestructures comercials tradicionals i la posada en marxa i consolidació de centres comercials urbans.

g) Salvaguardar el comerç existent en l'espai rural valencià i en àrees de baixa densitat demogràfica i en àmbits en què s'estan produint processos de desertització comercial, per la seua important funció social i de servei en el manteniment de millors condicions de vida de la població resident en aquests àmbits.

h) Actuar en determinats àmbits, en els quals es produeixen concentracions comercials que presenten condicions urbanístiques o ambientals inadequades que repercuteixen negativament en la sostenibilitat del territori, deteriorenen el paisatge i generen sol·licitacions inassumibles per la xarxa viària.

i) Reduir l'impacte mediambiental del comerç, estimulants la introducció de millores per part de les pròpies empreses.

j) Promoure noves formes de governança del territori que permeten posar en pràctica formes innovadores i compartides de planificació i de gestió de les dinàmiques territorials comercials i una major col·laboració entre els agents, les empreses i les administracions públiques.»

«Article 19. Normes per al tractament de l'activitat comercial en el planejament urbanístic

1. En la planificació urbanística del sòl destinat a usos comercials s'han de tindre en compte els criteris següents:1

a) Procurar-ne la localització preferent en trames urbanes consolidades i espais annexos i el desenrotllament al costat d'implantacions ja consolidades.



b) Evitar la proliferació de localitzacions comercials que siguen exteriors als nuclis urbans, afavorisquen processos d'extensió discontinua o produïsquen usos dispersos del sòl, sense que hi haja una justificació raonada.

c) Fomentar el desenvolupament de dotacions comercials que satisfacen equilibradament les necessitats de la població resident actual o prevista i potencien la proximitat i la mescla d'usos.

d) Impulsar la implantació d'usos comercials que puguen afavorir la requalificació i rehabilitació dels espais urbans.

e) Coadjuvar, amb les noves implantacions, a la descongestió d'entorns saturats, on una alta concentració d'usos terciaris produïx fenòmens d'aglomeració, deteriorament mediambiental i urbanístic.

f) Procurar la limitació del creixement de sòl comercial en zones industrials, excepte quan estiga justificada la seua implantació per la naturalesa de l'activitat comercial o siga complementària a l'activitat productiva.

2. El desenvolupament de nou sòl per a usos comercials s'ha de planificar atenent a les demandes reals, previstes o sobrevingudes de la població. La seua dimensió s'ha de fixar en coherència amb les directrius de l'Estratègia Territorial de la Comunitat Valenciana i els criteris establits en la Llei 5/2014, de 25 de juliol, de la Generalitat, d'Ordenació del Territori, Urbanisme i Paisatge. Aquesta dimensió ha de justificar-se mitjançant la consideració dels següents criteris:

a) La disponibilitat de sòl qualificat per a ús terciari comercial no desenvolupat o ocupat.

b) La disponibilitat de parcel·les, solars i edificis que poden acollir usos comercials.

c) El nivell de dotació de l'oferta comercial actual en relació a les previsions demogràfiques.

d) Les funcions comercials del municipi en el seu context territorial, en relació a la seua posició dins del Sistema Nodal de Referència Comercial que establisca el Pla d'Acció Territorial Sectorial del Comerç de la Comunitat Valenciana.

e) Les limitacions existents a la implantació d'establiments comercials amb impacte territorial en determinades ubicacions del territori.

f) L'existència de teixits i establiments comercials en desús o obsolets que poden ser requalificats.

g) La consideració dels factors propis d'evolució de l'activitat comercial, cada vegada més basada en la seua digitalització.

h) La consideració del factor temporal, el funcionament del mercat i els possibles efectes especulatius, que han d'evitar-se.

i) L'impacte que el nou desenvolupament comercial pot tenir sobre la funcionalitat dels cascós i centres urbans.

j) La consideració de creixements adaptats a les necessitats i característiques dels municipis integrants del sistema rural.

3. En la valoració de les alternatives de localització de nous sòls que contempen el predomini d'ús terciari comercial, s'han de considerar els següents criteris:

a) Prioritzar el desenvolupament d'usos comercials en les trames consolidades i zones d'expansió confrontants, enfront de les ubicacions periurbanes o suburbanes que afavorisquen processos d'extensió discontinua o ocupacions disperses del territori.

b) Afavorir l'ocupació d'espais urbans vacants a través d'operacions de rehabilitació, reutilització i recuperació d'espais intersticials, degradats, infrautilitzats o obsolets.

c) Evitar zones de risc, àrees fràgils o vulnerables o que posen en perill el manteniment de la integritat de la infraestructura verda del territori.

d) Planificar de forma integrada els usos comercials, els residencials i la mobilitat.

e) Fomentar la barreja i diversitat d'usos i la implantació de nous formats innovadors, amb l'objectiu de diversificar l'oferta immobiliària i comercial, enriquir les funcions urbanes i evitar la multiplicació o repetició d'actuacions similars en el mateix municipi o en altres pròxims.

f) Evitar la desertificació d'espais altament especialitzats en els centres urbans i impulsar la implantació d'usos comercials que puguen afavorir la requalificació i rehabilitació dels centres històrics.

g) Promoure la descongestió d'entorns saturats, on una alta concentració d'usos terciaris produeix fenòmens d'aglomeració, deterioració mediambiental i urbanístic.

h) Considerar la normativa sectorial i les determinacions de la resta de plans urbanístics i territorials en relació als riscos per als béns i les persones, especialment els referits a risc d'inundacions, de lliscaments, risc sísmic, risc d'accidents en el transport de mercaderies perilloses i risc per incendis forestals.



4. Els plans generals estructurals han de definir el model comercial municipal en coherència amb el model territorial del terme municipal i justificar, en la memòria de sostenibilitat econòmica, la suficiència i adequació del sòl terciari comercial previst i el compliment dels criteris de desenvolupament de nou sòl terciari comercial que arplega el pla d'acció territorial.

5. En la formulació, modificació o revisió del planejament urbanístic s'ha de contemplar, en la subzonificació del sòl, l'ús destinat a comercial de forma diferenciada dins del sòl terciari, diferenciant entre comerç majorista i minorista, així com el règim de compatibilitats amb altres usos. Per a açò es pot fixar un índex específic d'edificabilitat terciària comercial o un percentatge mínim d'edificabilitat a destinar a usos comercials referit a l'edificabilitat terciària.²

6. En tots els sectors que contemplen usos residencials ha d'existir una dotació mínima d'edificabilitat per a ús terciari comercial, preferentment en la planta baixa dels edificis residencials, garantint la creació de comerç de proximitat en les noves trames urbanes. La reserva mínima és la fixada amb caràcter general pel pla d'acció territorial o bé serà definida justificadament en funció del sòl i locals comercials disponibles localitzats a l'entorn de l'actuació i la dotació comercial global de la zona, sempre que pugua considerar-se que es compleixen les condicions perquè aqueixa dotació preexistent pugua considerar-se de proximitat respecte al nou desenvolupament urbà.

7. La implantació d'usos comercials detallistes en sòl industrial està limitada a aquelles activitats que siguin complementàries a l'activitat productiva o que complisquen les condicions especificades en el pla d'acció territorial.

8. S'atendrà al que disposa el pla d'acció territorial respecte als principis de mobilitat sostenible, la fixació dels estàndards urbanístics, així com les condicions dels aparcaments, de la càrrega i descàrrega de mercaderies, les condicions d'accessibilitat universal i el desenvolupament de plans d'autoprotecció contra riscos. En tot cas, els sòls que poden contenir concentracions comercials o complexos comercials que generen grans fluxos d'usuaris i impactes supramunicipals s'han de desenvolupar, preferentment, al costat de la xarxa viària principal i els grans corredors de transport públic d'altres prestacions, afavorint així la mobilitat sostenible, la màxima accessibilitat i la racionalitat funcional en la creació de noves infraestructures i prestació de serveis urbans, sense perjudici de les limitacions derivades de la seua visibilitat.³

9. S'han d'atendre els criteris generals i particulars d'integració paisatgística, així com a les normes d'integració paisatgística contingudes en el pla d'acció territorial, referides tant a les noves zones comercials, com als edificis comercials i els grans establiments comercials.

10. Els establiments comercials i els espais urbans d'alta concentració comercial han de complir les normes i condicions bàsiques que garantisquen l'accessibilitat i no discriminació en l'accés i ús d'aquests de les persones que tenen qualsevol tipus de discapacitat, d'acord amb allò que s'establix en la normativa vigent en la matèria i, en particular, en la Llei 1/1998, de 5 de maig, de la Generalitat, d'Accessibilitat i Supressió de Barreres Arquitectòniques, Urbanístiques i de la Comunicació, i les disposicions que la despleguen.»

b) Incidència general sobre rols i estereotips de gènere

S'espera que el desenvolupament de les previsions del projecte de llei transforme els hàbits de les persones consumidores fent que aquestes preferisquen, en primer lloc, comprar en centres comercials oberts en trames urbanes consolidades (cascs històrics o de nova centralitat), gestionades o no a través d'una APEU (la possibilitat de constituir els quals s'ha inclòs en el projecte), o bé en zones regenerades (per antics usos industrials); en segon lloc, aquells establiments situats en zones immediatament annexes a les trames consolidades, deixant per al tercer lloc els grans centres comercials externs. A més, en aquests darrers casos, que es consolide el transport públic, així com l'accés a peu o en bicicleta, com a alternativa al transport privat.

Cal fer especial esment al fet que, com s'especifica en l'apartat 3.1.a), el sector comercial detallista és un sector econòmic àmpliament feminitzat, per la qual cosa les dones treballadores del sector també es van a trobar afectades en positiu pel fet que es promocióne el model comercial integrat en nuclis urbans consolidats o en les zones immediatament annexes a les trames consolidades.

S'espera que els efectes es noten significativament a mig termini (10 anys).



c) *Contribució als objectius de les polítiques d'igualtat d'oportunitats: identificació dels objectius del punt 1.5 que es compleixen.*

Amb la implementació d'aquestes mesures, s'aconseguiria complir amb els objectius següents:

- Propiciar la diversitat comercial, el servei i la proximitat del comerç a les persones consumidores i usuàries.
- Fomentar un desenvolupament comercial intel·ligent, sostenible i coherent amb la resta dels instruments i plans urbanístics i territorials.

També, en la mesura que un consum responsable inclou de forma àmplia la forma en què es consumeix, es compliria el tercer objectiu anomenat en el punt 1.5:

- Estimular el consum responsable entre la població valenciana.

5.- Valoració de l'impacte de gènere

En relació amb l'eliminació de desigualtats entre dones i homes i el compliment d'objectius de les polítiques d'igualtat, la valoració s'estima positiva, ja que la norma tindrà un impacte sensible al gènere: incorpora la perspectiva de gènere a la norma i inclou elements correctors que ajudaran a promoure la igualtat de dones i homes

Aquest informe ha sigut elaborat amb l'assessorament de la Unitat d'Igualtat de la Subdirecció General del Gabinet Tècnic de la Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball.

València, la directora general de Comerç, Artesania i Consum,

Firmat per Rosa Ana Seguí Sanmateu el
03/03/2020 12:08:52

